

UNITED SECURITY

your safety
is our priority



📍 Γ. Κασιμάτη 18 - Πειραιάς 185 31
☎ +30 210 4100490 📠 +30 210 4100491
✉ info@unitedsecurity.gr 🌐 unitedsecurity.gr

EDITORIAL

Ψιλά γράμματα

Για να βάλουμε τα πράγματα στη θέση τους: Ναι, το online είναι η λύση και η διέξοδος των επιχειρήσεων εστίασης μέσα στην πανδημία, αλλά και μετά από αυτή.

Ναι, το online μας έχει δώσει τη δυνατότητα να απολαμβάνουμε στα σπίτια μας πιάτα καλών και premium εστιατορίων.

Αφήνω στην άκρη το θέμα των προσωπικών δεδομένων και όλης της διαχείρισης, για την οποία θα διαβάσετε στο σημερινό τεύχος.

Στέκομαι στο εξής:

Το γεγονός ότι μπορούμε, λοιπόν, να έχουμε κατ' οίκον gourmet πιάτα, δεν σημαίνει ότι τα εστιατόρια αυτά μπορούν να λειτουργούν με ρυθμούς μαζικού φαγητού.

Ακριβώς για να φτάνουν ποιοτικά και σωστά τα πιάτα αυτά στα σαλόνια μας, πρέπει οι επιχειρήσεις αυτές να βάζουν ένα ανώτατο όριο στον αριθμό παραγγελιών, που μπορούν να εξυπηρετήσουν.

Πληροφορούμαι ότι, την περασμένη Κυριακή, St. Valentine's day, γνωστό εστιατόριο της Αθήνας άκουγε τα εξ αμάξης από πελάτες, επειδή οι υπεύθυνοι απαντούσαν ότι δεν μπορούν να εξυπηρετήσουν άλλες παραγγελίες.

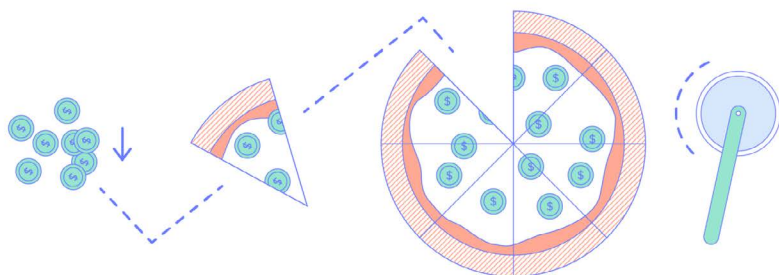
Εξηγούσαν, δηλαδή, το αυτονόητο.

Παρ' όλα αυτά, οι υποτιθέμενοι λάτρεις του καλού φαγητού τραμπούκιζαν τους ανθρώπους, που τους απαντούσαν ευγενικά, «Όχι».

Ας σκεφτούμε πρώτα τι σημαίνει και πώς λειτουργεί το industry του premium και gourmet φαγητού και μετά να (αντι-)δρούμε.

Αλλά αυτά είναι ψιλά γράμματα για κάποιους.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr



• DELIVERY PLATFORMS

Η ΣΚΟΤΕΙΝΗ ΠΛΕΥΡΑ ΚΑΙ ΟΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΠΟΥ ΕΛΛΟΧΕΥΟΥΝ ΣΤΙΣ ONLINE ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ

Η πανδημία του κορωνοϊού έχει οδηγήσει σε κατακόρυφη αύξηση των υπηρεσιών delivery των εστιατορίων, με τους καταναλωτές να προτιμούν την κατανάλωση στο σπίτι ή στο γραφείο, από το dine in. Η μείωση της ανθρώπινης επαφής, η ασφάλεια της κατ' οίκον κατανάλωσης και η δυνατότητα περιορισμού της εξάπλωσης της πανδημίας έχουν οδηγήσει σε αλματώδη αύξηση του delivery, με τη νέα τάση της αγοράς να αναμένεται να διαρκέσει για μεγάλο χρονικό διάστημα.

ΟΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΠΟΥ ΠΡΟΚΥΠΤΟΥΝ

Ωστόσο το online food delivery έχει πολλούς κινδύνους για τους καταναλωτές, καθώς το τελευταίο χρονικό διάστημα το συγκεκριμένο κανάλι πώλησης έχει τεθεί στο στόχαστρο κυβερνοεπιθέσεων. Ειδικότερα, μέσω των application στις πλατφόρμες delivery, οι χάκερ θέτουν ερωτήματα σχετικά με τα προσωπικά στοιχεία των πελατών.

Η ΣΥΝΗΘΙΣΜΕΝΗ ΑΠΑΤΗ

Έτσι, όταν έρθει η στιγμή να πληρώσετε μέσω κάποιου application ή site, αν σας εμφανιστεί ειδοποίηση να επιβεβαιώσετε τα προσωπικά σας στοιχεία και να πατήσετε εκ νέου τα στοιχεία της κάρτας σας

για «λόγους ασφαλείας», τότε πρέπει να σκεφτείτε σοβαρά το ενδεχόμενο να σας έχουν βάλει στο στόχαστρο χάκερς.

ΟΤΑΝ ΔΕΝ ΕΡΧΕΤΑΙ ΤΟ ΦΑΓΗΤΟ...

Μία ακόμη περίπτωση κατά την οποία πρέπει να σκεφτείτε να ενημερώσετε την τράπεζα με την οποία συνεργάζεστε, είναι όταν κάνετε διαδικτυακά μια παραγγελία φαγητού, όμως η παραγγελία ποτέ δεν... φτάνει. Έχουν παρατηρηθεί πολλές καταγγελίες, σύμφωνα με τις οποίες, καταναλωτές που έχουν κάνει διαδικτυακές παραγγελίες δεν έχουν παραλάβει ποτέ τα πιάτα που παραγγέλνουν. Μετά από τέτοιες παραγγελίες, οι λογαριασμοί έχουν... αδειάσει.

ΣΤΟ ΣΤΟΧΑΣΤΡΟ ΤΑ ΙΔΙΑ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ

Εκτός, όμως, από τις πλατφόρμες delivery στο στόχαστρο των απατεώνων του διαδικτύου έχουν τεθεί και τα ίδια τα εστιατόρια. Στις ΗΠΑ έχουν παρατηρηθεί πολλές κακόβουλες επιθέσεις, στα ηλεκτρονικά συστήματα εστιατορίων, που έχουν ως στόχο τα προσωπικά δεδομένα των καταναλωτών και σε αρκετές περιπτώσεις ο σκοπός των χάκερς έχει επιτευχθεί.

• **HORECA OPINION**

ΠΩΣ ΝΑ ΠΡΟΦΥΛΑΧΘΟΥΝ ΤΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΠΕΛΑΤΩΝ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ

Του Γιώργου Ξυπολιτά*

Η πανδημία του κορωνοϊού επιτάχυνε τις ψηφιακές εξελίξεις στον κλάδο της εστίασης, καθώς η πλειονότητα του κλάδου λειτουργεί, πλέον, μέσω των ηλεκτρονικών πωλήσεων. Στο εξωτερικό και στην Ελλάδα τίθεται ένα ζήτημα ασφαλείας προσωπικών δεδομένων, καθώς τόσο οι πλατφόρμες delivery, όσο και τα εστιατόρια, έχουν να διαχειριστούν ευαίσθητα προσωπικά δεδομένα. Οι μεγάλες αλυσίδες εστίασης και οι μεγάλες πλατφόρμες έχουν λάβει τα απαραίτητα μέτρα. Το πρόβλημα εντοπίζεται στα ανεξάρτητα εστιατόρια, καθώς στη χώρα μας δεν είχαν προετοιμαστεί για την έκρηξη του ηλεκτρονικού εμπορίου. Η πραγματικότητα είναι πως οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις εστίασης δεν είναι επαρκώς προετοιμασμένες και πρέπει να βάλουν δικλίδες ασφαλείας στη διαχείριση των ευαίσθητων προσωπικών δεδομένων των πελατών τους. Αυτό μπορεί και πρέπει να επιτευχθεί, είτε μέσω της πρόσληψης εσωτερικού ή εξωτερικού IT Manager, που θα είναι επιφορτισμένος με τη σωστή διαχείριση των προσωπικών δεδομένων των πελατών, είτε και με την αγορά λογισμικών που προστατεύουν από



κακόβουλες επιθέσεις. Πρόκειται για ένα extra κόστος που προκύπτει μέσα στην πανδημία, ωστόσο είναι απαραίτητο να το επωμιστούν οι ιδιοκτήτες εστιατορίων προκειμένου να μπορέσουν να διαχειριστούν με ασφάλεια τα προσωπικά στοιχεία των πελατών. Στον κλάδο της ασφαλείας των στοιχείων των πελατών από κυβερνοεπιθέσεις υπάρχει κενό, το οποίο μπορούν να εκμεταλλευθούν επιτήδριοι και να υποκλέψουν ευαίσθητα προσωπικά δεδομένα.

* Ο Γιώργος Ξυπολιτάς είναι Σύμβουλος Εστίασης @ <https://georgexipolitas.com/>

• **ΓΚΡΕΚΑ**

ΝΕΑ ΣΕΙΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΤΟΜΑΤΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΡΕ

Μια ολοκληρωμένη σειρά προϊόντων τομάτας λανσάει η εταιρεία ΚΟΡΕ, που από το 1979 δημιουργεί με συνέπεια προϊόντα υψηλής ποιότητας πάντα σεβόμενη την ελληνική γη, όπως το ελαιόλαδο Χρυσελιά, που έχει κερδίσει την εμπιστοσύνη του καταναλωτικού κοινού. Η νέα σειρά προϊόντων ΓΚΡΕΚΑ έχει δημιουργηθεί από 100% ελληνικές καλοκαιρινές τομάτες Μακεδονίας του εύφορου κάμπου των Σερρών.

«Οι Σερραϊκές τομάτες καλλιεργούνται παραδοσιακά και εποχιακά σε ιδανικό Ηπειρωτικό κλίμα, με μη μεταλλαγμένους σπόρους, χωρίς βλαβερά φυτοφάρμακα. Η συγκομιδή γίνεται προσεκτικά, διασφαλίζοντας μόνο τις ώριμες τομάτες και η μεταφορά, καθώς και η συσκευασία γίνεται εντός 24 ωρών, για να διασφαλιστεί η φρεσκάδα. Ο ποιοτικός έλεγχος της τομάτας κατά την συγκομιδή, την παραλαβή και την παραγωγή εξασφαλίζει ένα 100% φυσικό προϊόν», αναφέρει χαρακτηριστικά η εταιρική ανακοίνωση και προσθέτει πως, «η επικοινωνία των προϊόντων ΓΚΡΕΚΑ έρχεται μέσα από ένα τηλεοπτικό σποτ που έκανε η Stefi & Lynx Productions».



HORECAOPINION

Το κόστος

Το σημερινό Horeca Open αναδεικνύει τις συνέπειες της αλματώδους αύξησης του ηλεκτρονικού εμπορίου, που συνεπάγεται η εξάπλωση του κορωνοϊού. Πολλά έχουν γραφτεί για την επιτάχυνση της ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου, εξαιτίας της πανδημίας. Οι καταναλωτές ελαχιστοποιούν την ανθρώπινη επαφή και προτιμούν ανέπαφους τρόπους παραγγελιών προϊόντων. Όμως αυτή η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου συνεπάγεται και κινδύνους. Ο πιο ορατός είναι οι κυβερνοεπιθέσεις, καθώς χάκερς έχουν βάλει στο στόχαστρό τους τα ευαίσθητα προσωπικά δεδομένα των πελατών εστιατορίων. Πράγματι, πλατφόρμες delivery και εστιατόρια είναι ο εύκολος στόχος, καθώς όλα τα προσωπικά δεδομένα αποθηκεύονται. Έτσι λοιπόν, ο αριθμός της κάρτας του καταναλωτή και άλλα ενδιαφέροντα στοιχεία αποτελούν την εύκολη λεία. Στο εξωτερικό οι επιχειρήσεις φαίνεται να είναι πιο ευαισθητοποιημένες σε σχέση με την προστασία των προσωπικών δεδομένων των πελατών τους, με επενδύσεις σε ανθρώπινο δυναμικό και συστήματα προστασίας των προσωπικών δεδομένων. Ωστόσο στην Ελλάδα φαίνεται πως δεν υπάρχουν ακόμη οι συνθήκες αυτές που να επιτρέπουν την αποτελεσματική προστασία των δεδομένων πελατών. Και ο λόγος είναι απλός: Το 80% των επιχειρήσεων εστίασης είναι μικρομεσαίες, κάτι που συνεπάγεται και έλλειψη επενδυτικού κεφαλαίου. Τα κόστη τρέχουν και όπως φαίνεται, χώρος για επενδύσεις στην κυβερνοασφάλεια, δεν υπάρχει... Προς το παρόν τουλάχιστον...

Νικόλας Ταμπακόπουλος
nicolas@notice.gr

• Ν. ΝΕΓΚΑΣ (TGI FRIDAY'S) ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ΖΗΤΗΜΑ Η ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Ιδιαίτερη σημασία στη διαχείριση προσωπικών δεδομένων δίνει η TGI Friday's, σύμφωνα με τα όσα δηλώνει ο Νίκος Νέγκας, CEO της εταιρείας. «Η διαχείριση των προσωπικών δεδομένων ήταν σημαντική υπόθεση για εμάς πριν την έκρηξη που σημειώθηκε εξαιτίας της πανδημίας του κορωνοϊού με τις online παραγγελίες. Πόσο μάλλον σήμερα, που όλα τα δεδομένα των πελατών βρίσκονται σε επεξεργαστές και υπολογιστές. Έχουμε αναθέσει σε ειδική εταιρεία τη διαχείριση, η οποία ελέγχει τακτικά όλα τα συστήματα προστασίας προστασίας προσωπικών δεδομένων και κάνει update ειδικά σχεδιασμένα software», αναφέρει ο κ. Νέγκας.

ΣΗΜΑΝΤΙΚΑ ΤΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ

«Εκτός, όμως, από τα προσωπικά δεδομένα των πελατών μας, ιδιαίτερη φροντί-

δα επιδεικνύουμε και στα δεδομένα του προσωπικού μας.

Η αποθήκευση και επεξεργασία των δεδομένων τους πρέπει να γίνεται με τη συναίνεσή τους και να προστατεύονται, ανεξάρτητα αν έπειτα φύγουν από την εταιρεία», σημειώνει ο CEO της TGI Friday's στην Ελλάδα.

ΠΤΩΣΗ 80%

Η εταιρεία καταγράφει σημαντική συρρίκνωση του κύκλου εργασιών της εξαιτίας της πανδημίας του κορωνοϊού.

Όπως δηλώνει ο κ. Νέγκας, «το γεγονός πως δεν έχει ανοίξει η εστίαση, ούτε καν οι εξωτερικοί της χώροι, δημιουργεί απώλειες έως 80% του τζίρου μας. Υπάρχει άνοδος των ηλεκτρονικών παραγγελιών, όμως το delivery σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να υποκαταστήσει τον τζίρο των φυσικών καταστημάτων».



Νίκος Νέγκας, Γενικός Διευθυντής, TGI Friday's

ΚΑΛΥΤΕΡΑ ΤΟ Β' ΕΞΑΜΗΝΟ

«Ευελπιστούμε πως από το β' εξάμηνο θα αρχίσει κάπως να κινείται η αγορά. Ωστόσο άγνωστος παράγοντας παραμένει ο τουρισμός, ο οποίος μάλλον και το 2021 θα είναι μειωμένος, με αρκετές χώρες να προσανατολίζονται στη λήψη περιοριστικών μέτρων και κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού», σχολιάζει ο κ. Νέγκας.

• Ν. ΔΑΔΙΤΣΙΟΣ (SQUARE 22) ΕΛΛΙΠΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Έλλειψη της απαραίτητης εκπαίδευσης των επιχειρήσεων παρατηρεί ο Νίκος Δαδίσιος, Founder & CEO της Square 22. Όπως δηλώνει, «τα εστιατόρια δεν επιτρέπεται να αποθηκεύουν τα προσωπικά δεδομένα των πελατών τους, εκτός και αν έχουν την απαραίτητη συναίνεσή τους. Το ίδιο συμβαίνει και με τις υπηρεσίες delivery, όπου ένα ζήτημα που προκύπτει είναι αυτό της αποθήκευσης στοιχείων για να στέλνουν ενημερωτικά emails. Εκεί χρειάζεται μεγάλη προσοχή».

ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥΣ

«Οι επιχειρήσεις εστίασης έχουν βάση δεδομένων όπου, εφόσον έχει δοθεί συναίνεση από τους εργαζομένους, αποθηκεύονται τα στοιχεία τους. Όμως και σε αυτή τη διαδικασία παρατηρώ πως υπάρχει έλλειψη γνώσης και εκπαίδευσης. Για παράδειγμα πολλές επιχειρήσεις αναρτούν στον ΟΑΕΔ πίνακες με τα στοιχεία των εργαζομένων τους. Έχουν τέτοια συναί-

νεση; Αρκετές επιχειρήσεις δε νομίζω πως έχουν», σημειώνει ο κ. Δαδίσιος.

ΑΝΑΚΑΜΨΗ ΤΟ Β' ΕΞΑΜΗΝΟ

«Το β' εξάμηνο του τρέχοντος έτους αναμένεται να είναι καλύτερο από το πρώτο. Θεωρώ πως από Σεπτέμβριο θα επιστρέψουμε σε μία κανονικότητα, ενώ σταδιακά από τον Μάιο θα υπάρχει κάποια ανάκαμψη, συγκριτικά πάντα με το πρώτο εξάμηνο του έτους. Το εμβολιαστικό πρόγραμμα φαίνεται πως προχωρά, γεγονός που συνεπάγεται και άνοιγμα των επιχειρήσεων», αναφέρει ο κ. Δαδίσιος.

ΣΤΟ 25% ΤΟ DELIVERY

«Η πτώση του τζίρου των επιχειρήσεων εστίασης είναι μεγάλη. Το delivery δεν μπορεί να αντισταθμίσει τις απώλειες από το lockdown και την κίνηση στα φυσικά καταστήματα. Καλύπτει στις καλύτερες περιπτώσεις ένα 20-25% του κύκλου εργασιών των επιχειρήσεων», τονίζει ο κ. Δαδίσιος.



Νίκος Δαδίσιος, επικεφαλής, Square 22

• ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΠΑΤΗ ΣΤΟ ΣΤΟΧΑΣΤΡΟ ΧΑΚΕΡΣ ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΠΕΛΑΤΩΝ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ



Η πανδημία του κορωνοϊού ενίσχυσε το ψηφιακό κανάλι πωλήσεων στον κλάδο τροφίμων και ποτού. Τα εστιατόρια, έχοντας χάσει ένα σημαντικό μερίδιο από τον κύκλο εργασιών τους εξαιτίας των lockdowns και των περιοριστικών μέτρων που βρίσκονται σε ισχύ διεθνώς, στην προσπάθειά τους να ανακτήσουν μερίδιο από τα χαμένα τους έσοδα, στράφηκαν στις πλατφόρμες delivery και στο takeaway. Διεθνείς έρευνες αποδεικνύουν πως οι ηλεκτρονικές πωλήσεις έχουν καταγράψει αλματώδη αύξηση, ωστόσο αυτή η έκρηξη συνεπάγεται και διάφορους κινδύνους. Τους κινδύνους αυτούς αναδεικνύει το σημερινό Horeca Open.

ΠΩΣ ΟΡΓΑΝΩΝΟΝΤΑΙ ΟΙ ΧΑΚΕΡΣ

Ομάδα χάκερς, μέσω της Telegram, οργανώνονται προκειμένου να κλέψουν στοιχεία πελατών, μεταξύ των οποίων και πιστωτικών καρτών, που διαχειρίζονται

εστιατόρια και πλατφόρμες delivery, σύμφωνα με το Sift Digital Trust and Safety Architects. Η Telegram εντόπισε διαφημίσεις στην πλατφόρμα της, μέσω των οποίων καλούνταν καταναλωτές να αγοράσουν τρόφιμα και ποτά από εστιατόρια, σε μειωμένες τιμές. Όσοι πελάτες προχώρησαν σε παραγγελίες έδωσαν στην ουσία τα στοιχεία τους στους χάκερς.

ΑΥΞΗΣΗ ΤΩΝ ΚΥΒΕΡΝΟΕΠΙΘΕΣΕΩΝ

Την ίδια στιγμή παρατηρείται αύξηση των κυβερνοεπιθέσεων στις διαδικτυακές πλατφόρμες επικοινωνίας και στις ιστοσελίδες, με στόχο την υφαρπαγή προσωπικών στοιχείων πελατών εστιατορίων. Σημειώνεται πως, σύμφωνα με τη Sift Global Network, περισσότερες από 34.000 εφαρμογές και ιστοσελίδες έχουν τεθεί στο στόχαστρο χάκερς, με την μερίδα του λέοντος να κερδίζουν τα application που αφορούν

σε εστιατόρια. Σύμφωνα με την Sift Global Network, το τελευταίο τρίμηνο του 2020 καταγράφηκε αύξηση 14% στις κυβερνοεπιθέσεις.

ΠΩΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙ ΣΤΗΝ TELEGRAM

Στην Telegram έχουν οργανωθεί διάφορα forums, τα οποία στην ουσία αποτελούν απάτη. Εμφανίζονται διάφοροι χάκερς ως ειδικοί στο να αγοράζουν τρόφιμα και να κάνουν παραγγελίες delivery από εστιατόρια προκειμένου να προσελκύσουν ανυποψίαστους καταναλωτές. Στην προσπάθειά τους να υφαρπάξουν τα προσωπικά δεδομένα, προσφέρουν εκπτώσεις έως 70% στα προϊόντα, με πολλούς καταναλωτές να τους δίνουν τα στοιχεία της κάρτας τους. Έτσι λοιπόν, έχουν υπάρξει πάνω από 10.000 περιπτώσεις καταναλωτών που έχουν δει τους λογαριασμούς τους να...αδειάζουν.

Αμφίδρομη Επικοινωνία με την Αγορά στο horecaopen@notice.gr