

# Τσουρέκι δεμιστό με πραλίνα



ΜΕ ΥΠΟΓΡΑΦΗ

Γρηγόρης

**E-ORDER**  
[www.gregorys.gr](http://www.gregorys.gr)



Download app!

f  
gregorys.gr  
i  
gregorysgr

Γρηγόρης



## • ΚΟΡΩΝΟΪΟΣ

### ΟΙ ΛΟΓΟΙ ΠΟΥ ΕΥΝΟΟΥΝ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ FRANCHISE

Η πανδημία του κορωνοϊού μετέβαλλε τις συνθήκες που επικρατούσαν στην αγορά εστίασης. Οι εταιρείες είδαν κατακόρυφη πτώση των πωλήσεών τους, ενώ το delivery και το takeaway πέρασαν σε πρώτο πλάνο. Ο λόγος δεν είναι άλλος από το γεγονός πως οι καταναλωτές προτιμούν να τρώνε στο σπίτι και να κάνουν ανέπαφες συναλλαγές. Μέσα σε αυτό το τοπίο, η αναπτυξιακή προοπτική του κλάδου δείχνει δύσκολη. Ωστόσο το franchise φαίνεται πως ακόμη αποτελεί έναν τρόπο ανάπτυξης μιας επιχείρησης, παρά τις δυσμένειες που επικρατούν στην αγορά εστίασης.

#### ΤΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΒΡΑΖΙΛΙΑΣ

Η πανδημία του κορωνοϊού επηρέασε και το franchise διεθνώς. Ωστόσο το μοντέλο ανάπτυξης, μέσω της συγκεκριμένης ενέργειας, μεγενθύνεται παρά την πανδημία του κορωνοϊού. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η Βραζιλία, όπου ο κλάδος του franchise καταγράφει ανάπτυξη 4%, καθώς προτιμάται από τις αλυσίδες εστίασης. Οι λόγοι είναι πολλοί, μερικοί από τους οποίους:

- Το κόστος της επένδυσης για αυτόν που θα κάνει την ανάπτυξη είναι περιορισμένο, συγκριτικά με αυτό του ανοίγματος νέου καταστήματος
- Η απαραίτητη ρευστότητα εξασφα-

λίζεται για τους επιχειρηματίες που δίνουν franchise σε κάποιον άλλον επιχειρηματία. Το κόστος ανάπτυξης είναι μειωμένο για την επιχείρηση, καθώς το νέο brand που θα δημιουργηθεί θα το τρέχει άλλος

- Τα σταθερά έσοδα για την επιχείρηση, που δίνει το δικαίωμα franchise, είναι ένας ακόμη λόγος ευδοκίμησης του franchise, καθώς κάθε έτος υπάρχουν ρήτρες περί προμήθειας της μητρικής εταιρείας
- Και για αυτόν που ανοίγει franchise όμως υπάρχουν θετικές επιπτώσεις. Παίρνει τεχνογνωσία, εκπαιδεύει το προσωπικό του και μειώνει το ρίσκο πρόσληψης manager και προσωπικού
- Ο επιχειρηματίας που δοκιμάζει να αναπτυχθεί μέσω franchise κουβαλάει μαζί του και την επιτυχία της μητρικής εταιρείας, επομένως υπάρχει και μεγαλύτερη πιθανότητα αποδοχής από τους καταναλωτές
- Τέλος, αρκετοί επιχειρηματίες θέλουν να ενισχύσουν τα έσοδά τους εξαιτίας της πανδημίας του κορωνοϊού. Επομένως, η σύμβαση franchise διαθέτει ευνοϊκότερους όρους για τους επιχειρηματίες που συμβάλλεται με την μητρική

## EDITORIAL

### Η πονεμένη ιστορία του franchise στην Ελλάδα

Το franchise αποτελεί μια μεγάλη και πονεμένη ιστορία στο ελληνικό Horeca.

Για δύο λόγους:

Πρώτον, διότι δεν υπήρξε εξ αρχής η σωστή ενημέρωση και εκπαίδευση των ενδιαφερομένων για το τι σημαίνει δικαιοχρησιση. Δηλαδή, ποιες είναι οι υποχρεώσεις των franchisees και πώς πρέπει αυτοί να κινηθούν επιχειρηματικά, ώστε να βγάλουν λεφτά. Ακόμα και σήμερα, οι περισσότεροι πιστεύουν ότι το franchise είναι επένδυση, ότι μπορούν να βάλουν τα χρήματά τους και να εισπράττουν κέρδη. Κάποιες φορές είναι έτσι. Κάποιες άλλες, όχι. Το μοντέλο απαιτεί προσωπική δουλειά, ώστε να βγαίνουν τα νούμερα και να έχει νόημα η επένδυση. Δεν έχουν λείψει και οι περιπτώσεις, όπου οι δικαιοδόχοι έστησαν την επιχείρηση, έφτιαξαν την πελατεία τους και μετά κατέβασαν την ταμπέλα του brand, για να συνεχίσουν με δική τους επωνυμία. Δεύτερον, διότι κάποιοι franchisers, βλέποντας ότι δεν έχει νόημα να μοιράζονται τα κέρδη, εφάρμοσαν πρακτικές, που στην ουσία έπνιξαν οικονομικά τους franchisees, οδηγώντας τους στο να δώσουν την επιχείρηση πίσω στην εταιρεία. Άλλες φορές, οι όροι είναι τέτοιοι εξ αρχής, που ο δικαιοδόχος δουλεύει για να τζιράρει το brand, χωρίς να έχει κάποιο δικό του όφελος.

Είναι γεγονός ότι, πλέον, η συγκεκριμένη αγορά έχει ωριμάσει σε πολύ μεγάλο βαθμό.

Τα πράγματα είναι πολύ ξεκάθαρα και δι-άφανα πλέον από τους δικαιοπαρόχους, οι οποίοι, στη συντριπτική πλειονότητα των περιπτώσεων, ξεκαθαρίζουν τα πάντα από την αρχή. Επιπλέον, το μοντέλο συνεργασίας είναι τέτοιο, ώστε να δίνει τις απαραίτητες ανάσες στους δικαιοδόχους και να τους επιτρέπει να βλέπουν κερδοφορία σε σύντομο σχετικό διάστημα.

Η μορφή αυτή επένδυσης μπορεί και πρέπει να αποτελέσει μία από τις λύσεις για τον κλάδο αυτή την περίοδο.

Επαναλαμβάνω: Με πολλή προσωπική δουλειά και ακολουθώντας πιστά το πλαίσιο της συνεργασίας.

## • HORECA INSIGHT ΡΑΓΔΑΙΑ ΑΝΟΔΟΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ FRANCHISE ΣΤΙΣ ΗΠΑ

\*Του William Edwards, CEO της CFE of EGS

Στην αγορά εστίασης των ΗΠΑ, παρά τις δραματικές επιπτώσεις της πανδημίας του κορωνοϊού, παρατηρείται ανάπτυξη του κλάδου franchise. Πολλοί επιχειρηματίες βλέπουν τη συγκεκριμένη μέθοδο επέκτασης των δραστηριοτήτων τους ως ευκαιρία. Σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα της International Franchise Association (IFA), οι περισσότερες αμερικανικές μεγάλες πολυεθνικές σχεδιάζουν την ανάπτυξή τους, μέσω του συστήματος franchise, σε νέες αγορές. Ο λόγος είναι πως ο τζίρος τους προέρχεται κυρίως από χώρες εκτός αμερικανικής επικράτειας και έτσι το franchise αποτελεί μια σημαντική λύση στο πλαίσιο των αναπτυξιακών στρατηγικών τους, για ανάπτυξη διεθνώς. Τα έσοδα από τις δραστηριότητες franchise των αμερικανικών εταιρειών αυξήθηκαν αρκετά το 2019, ενώ παρά την πανδημία έμειναν σταθερά ή με ελάχιστες απώλειες κατά τη διάρκεια του 2020. Ο περιορισμός του κόστους για τον επιχειρηματία, η ενίσχυση της ρευστότητας των μητρικών εταιρειών, η τεχνογνωσία που δίνεται στον νέο επιχειρηματία, αποτελούν



μερικούς από τους λόγους που η αγορά αναπτύσσεται. Το βασικότερο όμως είναι πως οι μεγάλες επιχειρήσεις έχουν αλλάξει τους όρους franchise, με σκοπό την προσέλκυση ακόμη περισσότερων επενδυτών. Οι προμήθειες έχουν μειωθεί, όπως και ο «αέρας», το ποσό που δίνει μπροστά ο νέος επιχειρηματίας για να πάρει το franchise. Είναι μια καλή περίοδος για κάποιον να δραστηριοποιηθεί στον εν λόγω κλάδο.

## • ΜΑΚΒΕΛ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΖΥΜΑΡΙΚΩΝ ΜΕ ΤΟ ΙΕΚ ΔΕΛΤΑ



Το ιστορικό brand ΜΑΚΒΕΛ και ο Εκπαιδευτικός Όμιλος της Χρονιάς 2020, ΙΕΚ ΔΕΛΤΑ 360° ενώνουν τις δυνάμεις τους, με στόχο τη δημιουργία εξειδικευμένων επαγγελματιών στον χώρο της γαστρονομίας. Οι σπουδαστές Μαγειρικής θα έχουν στη διάθεση τους τα προϊόντα ΜΑΚΒΕΛ για να εκπαιδευτούν σε ποικίλες συνταγές, στο πλαίσιο της επαγγελματικής κατάρτισης τους στα υπερσύγχρονα εργαστήρια του ΙΕΚ. Η συνεργασία περιλαμβάνει επιπρόσθετα, διοργάνωση θεματικών σεμιναρίων, masterclasses ζυμαρικών από τους ειδικούς των ζυμαρικών ΜΑΚΒΕΛ, αλλά και εκπαιδευτική επίσκεψη στο σύγχρονο εργοστάσιο της EURIMAC, όπου παράγονται τα ζυμαρικά ΜΑΚΒΕΛ, στο Κιλκίς. Η ιστορία της μάρκας ΜΑΚΒΕΛ ξεκινά το 1939 από την Θεσσαλονίκη. Σήμερα, η εταιρία αναπτύσσεται και δημιουργεί ολοένα και πιο σύγχρονες υποδομές. Διαθέτει ένα υπερσύγχρονο, φιλικό προς το περιβάλλον εργοστάσιο, με μηδενικό ανθρακικό αποτύπωμα, ενώ πρόσφατα έχει βραβευτεί στο διαγωνισμό GREEN AWARDS, στην ενότητα Sustainable Development / Operations / Technology, κατηγορία Green Technology Concept of the year.

## HORECAOPINION

### Το φως

Η πανδημία του κορωνοϊού έχει οδηγήσει σε επικίνδυνα μονοπάτια τον κλάδο της εστίασης. Οι μειώσεις των πωλήσεων των επιχειρήσεων, σε πολλές περιπτώσεις, ξεπερνά το 80%, ενώ η εναλλακτική του delivery, στην καλύτερη περίπτωση, μπορεί να ισοσκελίσει το ...20% του κύκλου εργασιών των εστιατορίων. Τα στοιχεία είναι ζοφερά, καθώς μία στις τρεις επιχειρήσεις απειλούνται με λουκέτο. Όλα αυτά είναι γραμμένα και χιλιοειπωμένα. Το σημερινό Horeca Open προσπαθεί να βρει το φως μέσα στο τούνελ, ή όπως λένε οι αμερικάνοι, από το σκοτάδι έρχεται το φως. Μέσα σε αυτό το τούνελ που έχει μπει ο κλάδος, προκύπτει φως. Το αυτονόητο είναι πως με τη συνέχιση του εμβολιαστικού προγράμματος, που τρέχει με ικανοποιητικούς ρυθμούς, έρχεται το άνοιγμα του πολύπαθου κλάδου. Όμως η κρίση αυτή φέρνει και ευκαιρίες. Ο λόγος δεν είναι άλλος από το γεγονός πως όσοι διαθέτουν όρεξη και ρευστότητα, μπορούν να αναπτυχθούν μέσω της μεθόδου franchise. Δεν είναι τυχαίο πως σε δύο αγορές, όπως αναδεικνύει το Horeca Open, αυτήν της Βραζιλίας και των ΗΠΑ, το franchise αναπτύσσεται. Βέβαια, άλλο κεφάλαιο έντασης στις αγορές αυτές και άλλες συνθήκες. Όμως γιατί όχι και στην Ελλάδα; Πολλές επιχειρήσεις εστίασης, όπως η Γρηγόρης, η Πίτα Πάν, η Pizza Fun και η Βενέτης, έχουν αρχίσει να θέτουν στα επενδυτικά τους προγράμματα την υλοποίηση σχεδιασμού επέκτασης των καταστημάτων τους. Το franchise είναι μία επιλογή, η οποία φαίνεται πως θα βρίσκεται πάνω στο τραπέζι για πολύ καιρό ακόμη...

Νικόλας Ταμπακόπουλος  
[nicolas@notice.gr](mailto:nicolas@notice.gr)

• **BROKEN EGG CAFE**

## ΑΝΑΠΤΥΣΣΕΤΑΙ ΜΕΣΩ FRANCHISE ΜΕ ΔΕΚΑ ΝΕΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Παρά την πανδημία του κορωνοϊού, η Broken Egg Cafe αναπτύσσεται μέσω της μεθόδου franchise. Ήδη άνοιξε ένα καινοτόμο κατάστημα, για πρωινό και μεσημεριανό γεύμα, στο Orlando. Το νέο κατάστημα διαθέτει καινοτόμα τεχνολογικά συστήματα, όπως παραγγελιοληψία από απόσταση και ανέπαφες συναλλαγές. Η εταιρεία στοχεύει μέσα στο 2021, να ανοίξει δέκα νέα καταστήματα με την μέθοδο του franchise, με τα τέσσερα καταστήματα να έχουν ήδη δοθεί σε επιχειρηματίες που έχουν υπογράψει τη σχετική σύμβαση με την μητρική εταιρεία. Το ενδιαφέρον είναι έντονο για την επέκταση της αλυσίδας, με επενδυτές να καταθέτουν προτάσεις σχετικά με τη δυνατότητα να πάρουν το franchise της εταιρείας. Πληροφορίες αναφέρουν πως έχουν κατατεθεί τουλάχιστον 12 επενδυτικές προτάσεις μόνο για την αγορά του Orlando, καθώς αναμένε-

ται ανάπτυξη του κλάδου με το που ολοκληρωθεί το εμβολιαστικό πρόγραμμα. Η διοίκηση της εταιρείας εκτιμά πως αφού ξεπεραστεί η πανδημία του κορωνοϊού, οι καταναλωτές θα κάνουν μαζικά γεύματα, καθώς αυτός ο τρόπος κατανάλωσης θα τους έχει λείψει.

«**Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΘΑ ΣΥΝΕΧΙΣΤΕΙ**»

Ο Πρόεδρος και CEO της εταιρείας, Paul Macaluso, δηλώνει πως, «η εταιρεία θα συνεχίσει να αναπτύσσεται και το 2021, καθώς προτεραιότητά μας είναι η αύξηση του μεριδίου αγοράς. Μέσα στην κρίση υπάρχουν ευκαιρίες, τις οποίες εκμεταλλευόμαστε για να επωφεληθούμε. Έχουμε κάνει αρκετές αλλαγές, προκειμένου να βοηθήσουμε τους franchisees να αυξήσουν τα έσοδά τους και να έχουν μια υγιή και κερδοφόρα επιχείρηση μέσα στην πανδημία. Μέχρι στιγμής, για την



Paul Macaluso, Πρόεδρος & CEO, Broken Egg Cafe

πλειονότητα των καταστημάτων franchise, έχουμε πετύχει τον στόχο μας». Η διοίκηση της εταιρείας εκτιμά πως η ανάπτυξη θα συνεχιστεί την επόμενη τριετία, ενώ για το 2021 δεν αποκλείεται και το άνοιγμα νέων καταστημάτων, πλέον των 10 που έχουν προγραμματιστεί.

• **A. ΣΤΑΥΡΟΥ (K.GRILL)**

## ΕΩΣ ΤΟΝ ΜΑΪΟ ΝΕΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΣΤΗ ΝΕΑ ΚΗΦΙΣΙΑ

Παρά την πανδημία του κορωνοϊού, υπάρχουν επιχειρήσεις στην εστίαση που αναπτύσσονται και ξεδιπλώνουν το επεκτατικό τους πλάνο. Μία από αυτές είναι και η K. Grill. Όπως αποκαλύπτει ο Αντώνης Σταύρου, ιδιοκτήτης της Kastelorizo Group στο σημερινό Horeca, «έως το αργότερο τον Μάιο θα έχει ανοίξει νέο κατάστημα K. Grill στην Νέα Κηφισιά. Το συγκεκριμένο είδος καταστήματος πηγαίνει καλά, παρά την πανδημία. Ο τζίρος που έχει καταγραφεί μέσω του delivery είναι σημαντικός και η πτώση, συγκριτικά με τα άλλα καταστήματα της Kastelorizo Group, είναι μικρότερη».

«**ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ ΠΡΟΣΟΧΗ ΤΟ FRANCHISE**»

Ο κ. Σταύρου σημειώνει πως, «υπήρχαν και υπάρχουν σκέψεις για franchise. Ωστόσο σημαντικός ανασταλτικός παράγοντας είναι ο έλεγχος της ποιότητας. Είναι δύσκολο να βρεις κατάλληλους συ-

νεργάτες που δεν θα επηρεάσουν αρνητικά την ποιότητα του φαγητού. Ο έλεγχος που έχεις όταν τα καταστήματα σου ανήκουν είναι διαφορετικός. Οπότε, θεωρώ πως το franchise είναι ένας τρόπος ανάπτυξης του brand, όμως ενδείκνυται περισσότερο σε καφέ, παρά στα εστιατόρια. Στο φαγητό βασικό ρόλο διαδραματίζει η ποιότητα».

**INFO - K.GRILL**

Καλλιθέα  
Βούλα

«**ΑΥΞΗΣΗ DELIVERY**»

«Το κανάλι του delivery έχει αυξητικές τάσεις. Οι παραγγελίες που λαμβάνουμε συνεχώς αυξάνονται, ενώ δεν περίμενα τα καταστήματα στα αστικά κέντρα να είχαν τόσο δουλειά. Ωστόσο η πτώση αγγίζει το 70%. Μόνο 20-30% του συνολικού τζίρου, που θα πραγματοποιήσουν τα φυσικά καταστήματα, αντισταθμίζεται από το ηλεκτρονικό κανάλι πωλήσεων», εκτιμά ο κ. Σταύρου.



Αντώνης Σταύρου, ιδιοκτήτης, Kastelorizo Group

**INFO – KASTELORIZO GROUP**

Καστελόριζο, Κηφισιά  
Καστελόριζο Βάρκιζα  
Ορίζοντες, Λυκαβηττός  
Όμικρον, Κηφισιά  
Ρακί Μεζέ, Καλλιθέα  
K. Grill, Τζιτζιφιές  
Mezze, Γλυφάδα  
Ramino, Γλυφάδα  
K. Grill, Βούλα  
Ζουμπουρλού, Ψυρρή  
Omnivore, Πλ. Αγίας Ειρήνης

• **ΓΡΗΓΟΡΗΣ**

## ΥΛΟΠΟΙΕΙ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΠΛΑΝΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΕ ΑΤΤΙΚΗ, Β. ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΝΗΣΙΑ



Η πανδημία του κορωνοϊού έχει συρρικνώσει σημαντικά τον τζίρο των επιχειρήσεων εστίασης, καθώς οι καταναλωτές προτιμούν την κατανάλωση στο σπίτι και τις ηλεκτρονικές παραγγελίες. Η αύξηση του takeaway και του delivery, που καταγράφουν διάφορες επιχειρήσεις εστίασης, δεν μπορεί να καλύψει τη ζημιά που έχουν υποστεί οι εταιρείες εξαιτίας της πανδημίας του κορωνοϊού, καθώς η κατανάλωση με φυσική παρουσία έχει την μερίδα του λέοντος στις επιχειρήσεις. Ωστόσο υπάρχουν επιχειρήσεις, που μέσα στο δυσμενές αυτό κλίμα, βλέπουν ευκαιρίες και αναπτύσσονται. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η Γρηγόρης.

### ΠΛΑΝΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Η εταιρεία, μέσω franchise, συνεχίζει τη δυναμική επέκταση στην αγορά, με απώτερο στόχο την αύξηση του μεριδίου της. «Το 2021 αναμένεται να υλοποιήσουμε ένα φιλόδοξο και δυναμικό πλάνο ανάπτυξης, μέσω της επέκτασης των καταστημάτων μας σε Αττική, Βόρεια Ελλάδα και σε νησιά της χώρας», αναφέρουν πηγές της εταιρείας στο Horeca Open.

### SELF SERVICE

Η γνωστή εταιρεία, ανταποκρινόμενη στα κελεύσματα της αγοράς, διευρύνει τις εναλλακτικές που μπορεί να διαθέσει στον πελάτη για την παραγγελιοληψία μέσω των φυσικών καταστημάτων και το online κανάλι.

### ΦΙΛΙΚΑ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Στα καταστήματα Γρηγόρης υπάρχει πρόβλεψη ή σχεδιασμός για πράσινες αλλαγές, όπως, για παράδειγμα, εξοικονόμηση ενέργειας, καθώς η εταιρεία βρίσκεται σε διαρκή αναζήτηση των βέλτιστων πρακτικών. Επίσης, η εταιρεία μελετά, τόσο την χρήση υλικών φιλικών προς το περιβάλλον, όσο και τους τρόπους διαχείρισης των οργανικών αποβλήτων.

### ΑΛΛΑΓΕΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ

Η εταιρεία επίσης, αναθεωρεί τους χώρους των καταστημάτων της. Σε αυτό το πλαίσιο, οι αλλαγές και βελτιώσεις που προγραμματίζει, έχουν σαν βασικό στόχο να καλύψουν πλήρως τις ανάγκες του σύγχρονου καταναλωτή.

Αμφίδρομη Επικοινωνία με την Αγορά στο [horecaopen@notice.gr](mailto:horecaopen@notice.gr)