

UNIVERSITATEA „BABEȘ-BOLYAI” CLUJ-NAPOCA FACULTATEA DE ȘTIINȚE  
ECONOMICE ȘI GESTIUNEA AFACERILOR  
Specializarea: INFORMATICĂ ECONOMICĂ

RESTAURANTE CU SPECIFIC VEGAN ȘI VEGETARIAN  
ÎN CLUJ-NAPOCA

Nume și prenume: LIVIA BUD  
Grupa: I

2019

**Cuprins:**

<u>I. 1. Motivația alegerii temei</u>	<u>3</u>
<u>I. 2. Descrierea ofertei serviciului</u>	<u>3</u>
<u>I. 3. Descrierea cererii serviciului</u>	<u>3</u>
<u>II. 1. Descrierea ofertanților</u>	<u>4</u>
<u>II. 2. Criterii, analiza comparativă a ofertanților, asemănări și deosebiri</u>	<u>5</u>
<u>III. Direcții de dezvoltare viitoare</u>	<u>8</u>

## **I. 1. Motivația alegerii temei**

Ceea ce m-a determinat să aleg această temă este interesul personal asupra ofertelor existente în orașul Cluj-Napoca în domeniul alimentației vegane și vegetariene din cadrul restaurantelor. Mă interesează acest tip de serviciu pe de o parte pentru că sunt un consumator ocazional, pe de altă parte pentru că este un serviciu slab dezvoltat în România comparativ cu alte țări mai dezvoltate. Ipoteza mea este că acest serviciu se dezvoltă într-o societate cu atât mai mult cu cât economia ei este mai dezvoltată iar alimentația mai puțin rudimentară. Aceasta din urmă la rândul ei fiind dependentă de dezvoltarea economică, chiar dacă există și alți factori care o influențează.

## **I. 2. Descrierea ofertei serviciului**

La nivelul orașului Cluj-Napoca am identificat mai multe restaurante cu specific vegan și vegetarian care oferă doar serviciul de livrare și mai puține care oferă și posibilitatea de a consuma mancarea într-un spațiu alocat. Obiectul acestui proiect nu include cofetăriile sau cafenelele cu specific vegan, ci strict restaurantele care oferă meniuri ce pot fi considerate mese principale. De asemenea, nu vom lua în calcul restaurantele care includ opțiuni vegetariene și/sau vegane, ci strict pe cele care oferă exclusiv aceste două opțiuni împreună sau doar opțiunea vegană. Nu avem în vedere restaurantele care oferă doar opțiunea vegetariană și nu și pe cea vegană. Astfel, numărul ofertanților este în jur de 10 dacă luăm în calcul și firmele care oferă doar serviciul de delivery iar dacă nu le luăm în calcul numărul este de trei.

## **I. 3. Descrierea cererii serviciului**

În urma unei scurte analize a statisticilor oferite de google asupra orelor populare din Samsara Foodhouse, Mint Bistro și Doo it din Cluj-Napoca se observă o cerere cel puțin saturată. În timpul săptămânii existând ore de vârf în care acestea ajung la capacitatea maximă. Andreea Al-Ioanii Măruță, dezvoltatoare a brandului Sublimme declară ([www.newmoney.ro](http://www.newmoney.ro)) că a primit cereri pentru extindere în sistem de franciză și în Cluj-Napoca, lucru care demonstrează faptul că cererea este în creștere nu doar la nivel național sau mondial, ci și la nivelul orașului Cluj-Napoca.

Fiind un centru universitar care atrage studenți atât din România, cât și din alte țări, cererea va crește și datorită acestui aspect. Astfel că profilul consumatorului vegan, sau a consumatorul ocazional este unul din generația mai tânără, student sau în câmpul muncii de câțiva ani, interesat de drepturile animalelor și militant împotriva cruzimii asupra animalelor. O altă categorie este cea a persoanelor care se apropie de vârsta mijlocie, care au o oarecare stabilitate și independență financiară și care devin mai interesate de consumul de hrană mai sănătoasă, de creșterea calității vieții și a longevității. O altă categorie este cea a consumatorului interesat să încerce ceva nou sau a celui care consideră că a fi vegan sau vegetarian este un trend cool și dacă ești cel puțin un consumator ocazional ești mai interesant. De asemenea, există și categoria din care face parte omul de afaceri venit în interes de serviciu și care de multe ori are deja dinainte un stil de viață

vegan. În ceea ce privește sexul consumatorului din restaurantele vegane numărul persoanelor de sex feminin este mai mare decât cel al persoanelor de sex masculin ([www.veganbits.com](http://www.veganbits.com)).

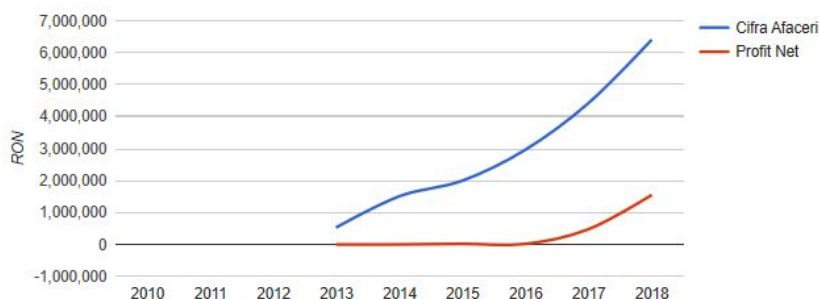
## II. 1. Descrierea ofertanților

Ofertanții pe care îi vom avea în vedere sunt Samsara Foodhouse, Mint Bistro și Doo It Bistro.

### Samsara Foodhouse



Samsara Foodhouse fost înființată în 2013 și a avut o creștere medie a cifrei de afaceri de 1.174.044 RON și o creștere medie de 310.052 RON a profitului net până în anul 2018 ([www.listafirme.ro](http://www.listafirme.ro)).



(Sursa grafic: [www.listafirme.ro](http://www.listafirme.ro))

Oferta companiei constă în mâncare vegetariană, vegană și raw vegană. Numărul mediu de angajați este de 71 iar capacitatea spațiului asociat serviciului oferit este de aproximativ 120 persoane. Timpul maxim de așteptare este de 15 minute în intervalul 18:30 – 23:00 iar durata vizitelor este în medie de 1 - 2 h ([www.google.com/samsarafoodhouse](http://www.google.com/samsarafoodhouse)). Ofertantul are mai multe încăperi, terasă și oferă și parcare. Există de asemenea posibilitatea de a face rezervări și comenzi de livrare. Se oferă informații legate de alergeni sau conținutul de gluten ([www.samsara.ro](http://www.samsara.ro)).

## Mint Bistro

Mint Bistro s-a înființat în anul 2014 ([www.designist.ro](http://www.designist.ro)). Capacitatea spațiului asociat este de aproximativ 50 de persoane, având 2 încăperi, o crămă și sală de evenimente la parter. Există posibilitatea de a face rezervări online și de a comanda cu livrare.



Din statisticile google rezultă că nu se așteaptă de obicei iar timpul petrecut în local este de aproximativ 30 min - 1,5 h.

## Doo It



Doo It s-a înființat în 2015 și oferă supe, salate, burgeri și sandwichuri vegane și vegetariene. Oferta include și posibilitatea de a comanda cu livrare. Capacitatea spațiului asociat serviciului este destul de mică, aproximativ 17 persoane. Din statisticile google rezultă că de obicei nu se așteaptă iar timpul petrecut în medie în local este de aproximativ între 25 min – 1 h.

## II. 2. Criterii, analiza comparativă a ofertanților, asemănări și deosebiri

Criteriile pe care le considerăm relevante pentru această categorie de servicii sunt următoarele:

- Diversitatea meniului, a sortimentelor de mâncare oferite
- Calitatea sau originea ingredientelor folosite
- Atitudinea ofertantului față de mediu, cât de eco-friendly este acesta
- Ambianța - cât de plăcut este mediul, cât de plăcut este personalul și cât de dispus este să ofere informații legate de meniu și serviciul oferit

- Accesibilitatea online a meniului este și ea relevantă, precum și a informațiilor nutriționale și a alergenilor
- Cât de plăcut și prietenos este personalul
- Timpul de așteptare este și acesta relevant atunci când se alege locul în care se va servi o masă principală

Diversitatea meniului este un criteriu foarte important atunci când este vorba despre mâncare vegană și/sau vegetariană. Este o adevărată provocare, în special în România, să găsești o mare varietate de alimente care să nu fie de origine animală sau care să nu fie pe bază de carne atunci când e vorba de felurile principale și care să ofere nutrienții de care o persoană are nevoie. Astfel, în ceea ce privește diversitatea meniului Samsara Foodhouse este pe primul loc dintre cei trei ofertanți. Gama de mâncăruri oferite este foarte variată, fiind cu specific cultural divers (asiatică, mediteraneană, etc.). De la supe, ciorbe, salate, antreuri și feluri principale la deserturi, băuturi, ceaiuri și cafea. Oferta include 7 tipuri de supe și ciorbe vegane și raw vegane și un tip vegetariană. 4 tipuri de pâine vegană, raw vegană și un tip vegetariană. 9 tipuri de antreuri vegane și raw vegane și 2 tipuri vegetariene. 32 de feluri principale vegane și raw vegane. 22 sortimente de feluri principale vegetariene. 2 tipuri de pizza vegane și 9 vegetariene. 11 tipuri de desert vegane și raw vegane și un tip vegetarian. Băuturi foarte diversificate, simple sau complexe, pe bază de alcool sau fără alcool. 20 de tipuri de ceai și 10 tipuri de bere. Cafea bio cu lapte de vacă sau vegetal, de soia sau cocos. Mint oferă o gamă mai puțin variată de feluri principale vegane și vegetariene, din care aproximativ 13 vegane și 7 vegetariene. Oferta include și deserturi, aproximativ 2 tipuri vegane și băuturi. Meniul se schimbă zilnic ([www.facebook.com/MintBistroCluj](http://www.facebook.com/MintBistroCluj)). Se oferă meniul zilei iar informația este postată pe pagina de facebook. Doo It oferă 5 sortimente de burgeri vegane și 8 vegetariene. 2 tipuri de salate vegane și 2 tipuri de sandwich vegane. De asemenea 3 specialități vegane de tip fast-food. 4 sortimente de deserturi și 5 de băuturi. Observăm astfel că din punctul de vedere al diversității meniului Samsara este de departe pe primul loc. Urmând Mint și apoi Doo It.

În ceea ce privește calitatea vom lua în considerare în aprecierea acesteia sursa alimentelor folosite. Astfel, sursele ingredientelor folosite de Samsara sunt locale și ecologice. Sursa ingredientelor folosite de Mint sunt producătorii locali. În ceea ce privește Doo It sursa este nedeclarată, fapt care îl face susceptibil în ceea ce privește nivelul de procesare a ingredientelor. Astfel că din punctul de vedere al calității mâncării Doo It se află pe ultimul loc și Samsara împreună cu Mint pe primul loc.

În ceea ce privește atitudinea față de mediu Samsara și Mint se situează pe aproximativ același loc. Vesela folosită nu este din plastic sau alte materiale care sunt nocive mediului. Obiectele folosite pentru decorarea localurilor sunt din materiale ca lemn, sticlă, hârtie, materiale textile, plante decorative. Se observă o tendință foarte mare spre tangibilizarea serviciului oferit în faptul că natura devine parte integrantă a spațiului în care se consumă serviciul. De exemplu în Samsara în special vedem multe plante decorative, copaci chiar, fructe puse la vedere, toate acestea oferă o și mai mare încredere clientului că mâncarea este cât mai puțin procesată. În ceea ce privește Doo It aceasta tendință este mult mai puțin vizibilă, nereușind să țină seama de importanța acestui criteriu inițial, oferirea mâncării chiar în vase de plastic ([www.facebook.com](http://www.facebook.com)).

La capitolul ambianță Samsara are un plus prin faptul că oferă și spațiul deschis, cu verdeață, terasă, fapt care oferă mai multă tangibilitate consolidând încrederea clientului că oferă mâncare sănătoasă, că se situează aproape de natură și este prietenos cu aceasta. În timpul verii acest criteriu este decisiv. Samsara organizează atât evenimente culinare cât și evenimente muzicale, de poezie, culturale și artistice fapt care arată orientarea mult mai mare spre ambianță plăcută și un mediu cât mai relaxat și pozitiv. Mint Bistro organizează și el evenimente dar majoritatea sunt legate de cultura culinară iar frecvența este destul de scăzută, ultimul event care se poate vedea pe pagina de facebook fiind din martie 2019. Doo It este și el axat pe evenimente culinare în principiu iar rata de organizare a evenimentelor este inferioară față de Samsara dar superioară față de Mint Bistro. Ambianța în spațiul Doo It lasă puțin de dorit, lăsând impresia unui spațiu rece datorită decorului simplu și al muzicii care nu reușește să îl facă primitor, ci puțin dezolant, spre deosebire de Samsara unde atmosfera este foarte primitoare și caldă. Culorile fiind preponderent culori calde iar muzica fiind una de calitate.

Un aspect important pentru persoanele care au o alimentație vegană este acela al asigurării necesarului de proteine, de aceea este important ca un restaurant vegan să ofere informații nutriționale despre meniurile oferite. La acest capitol Samsara este singurul care pune la dispoziție acest tip de informații, fiind așadar pe primul loc în satisfacerea acestei nevoi a clientului. Meniul disponibil clientului conține informații nutriționale aproape pentru tot ce se pune la dispoziție.

Personalul din Samsara este foarte primitor și prietenos, o atitudine pozitivă și un mod de abordare care face clientul să se simtă ca acasă sau ca între prieteni, în timp ce cel din cadrul Mint este puțin mai neutru, nu atât de primitor și prietenos. Iar cel din Doo It nu pare deloc axat sau interesat pe a face clientul să se simtă bine primit.

Ofertant	Diversitate a meniului	Calitatea/o rigină ingredientelor	Ambianța	Personalul	Eco-friendly	Timpul de așteptare/min
<b>Samsara Foodhouse</b>	foarte diversificat	surse locale/eco	foarte plăcută	foarte prietenos	eco-friendly	15
<b>Mint Bistro</b>	diversificat	surse locale	plăcută	neutru-prietenos	eco-friendly	5
<b>Doo It</b>	foarte puțin diversificat	nedeclarate	puțin plăcută	puțin prietenos	puțin eco-friendly	5

În căutarea scorului celor trei ofertanți la capitolele menționate mai sus se iau în considerare și ceea ce aflăm din review-urile online. Astfel, numărul de review-uri postate pe tripadvisor este de 712 pentru Samsara, 67 pentru Mint și doar 8 pentru Doo It. Iar cele de pe facebook este aproximativ același pentru Samsara, 224 pentru Doo It și 235 pentru Mint. Mâncarea, serviciul și atmosfera având un scor aproape maxim pentru Samsara (www.tripadvisor.com), un punct mai

jos pentru Mint iar pentru Doo It nu există o statistică disponibilă dat fiind și numărul scăzut al review-urilor.

### **III. Direcții de dezvoltare viitoare**

Una din direcțiile de dezvoltare la nivelul acestui serviciu considerăm că este cea a închețării unor comunități online tot mai largi și mai consolidate care să dea posibilitatea ofertanților acestui serviciu să își fidelizeze clienții și să rămână la curent cu așteptările acestora.

De asemenea, prin intermediul unor comunități de acest gen se vor pune la dispoziție servicii adiacente celor despre care am discutat mai sus, cum ar fi oferirea rețetelor, ingredientelor pentru prepararea mâncărilor vegane și/sau vegetariene, precum și livrarea acestor ingrediente din surse ecologice sau locale, la domiciliul clientului. De asemenea, pentru că tot mai multe persoane vor deveni interesate de stilul de viață vegan/vegetarian dar a căror principală preocupare va fi asigurarea asimilării tuturor nutrienților necesari vor exista servicii adiacente de consultanță nutrițională online sau offline pentru un stil de viață vegan.

Restaurantele care nu au un specific vegan sau vegetarian au început să introducă opțiuni vegane și vegetariene iar acest lucru se va întâmpla pe o scală tot mai mare, ajungându-se chiar la introducerea unei secțiuni vegane în majoritatea meniurilor. Cu alte cuvinte va deveni un plus sau minus în ceea ce privește competitivitatea dintre ofertanți dacă oferă sau nu opțiuni vegane și cât de variate sunt acestea ([www.unileverfoodsolutions.ro](http://www.unileverfoodsolutions.ro)). Mai ales la nivelul orașului Cluj-Napoca unde există din ce în ce mai mulți turiști și există din ce în ce mai mult tendința noii generații de a posta review-uri online, acest aspect va deveni din ce în ce mai important.

O altă tendință pe care o considerăm plauzibilă în acest cadrul este aceea a adoptării mâncării raw vegane. Adoptarea unui stil de viață raw vegan ar răspunde unei nevoi adiacente destul de pregnante în secolul nostru, atât în cazul generației tinere, cât și a generațiilor de vârstă medie, și anume nevoia de timp. Mâncarea raw vegană oferă posibilitatea de a investi cât mai puțin timp în ”a găti” iar aceasta combinată cu dorința tot mai mare de a consuma mâncare neprocesată va duce la o creștere a numărului celor ce au acest tip de alimentație. Fapt care va duce la rândul său la o creștere a cererii acestui tip de mâncare la nivelul restaurantelor.

Tehnologia punând la dispoziție posibilitatea întâlnirii într-un singur loc considerăm foarte probabilă dezvoltarea unor platforme online dedicate veganismului sau raw veganismului unde consumatorii să facă schimb de păreri și în ceea ce privește impresia și părerea despre anumite restaurante, nu doar în ceea ce privește calitatea serviciului oferit, ci și în ceea ce privește implicarea lor în apărarea mediului, în acțiuni și atitudini ecologice. Această implicare devenind o modalitate de a fideliza clienții.

Accentul pus pe energie, pozitivitate, vitalitate și sănătate, protejarea naturii și a animalelor al celor care duc un stil de viață vegan ar putea duce la oportunitatea ofertanților de a implica tot mai mult consumatorii în acțiunile menite să îi promoveze de fapt pe ei. De exemplu, acțiunea de a milita împotriva cruzimii față de animale printr-o petiție inițiată de un ofertant va crește popularitatea acestuia și încrederea pe care consumatorul o are în el. Acțiuni de acest fel pe termen mai lung și cu o implicare constantă vor deveni o modalitate specifică de fidelizare.



## Bibliografie:

1. <https://veganinromania.ro/stil-de-viata-vegan-in-romania/vegan-oriunde-in-romania/vegan-in-cluj-napoca/> (accesat în data de 01.11.2019)
2. <http://www.monitorulcj.ro/actualitate/65610-care-sunt-cele-mai-bune-restaurante-vegetariene-din-cluj#sthash.V3Lq1uiw.dpbs> (accesat în data de 07.11.2019)
3. <https://www.happycow.net/europe/romania/cluj-napoca/?filters=chains> (accesat în data de 07.11.2019)
4. <https://maninio.com/eat-vegetarian-vegan-raw-food-cluj-napoca-romania/> (accesat în data de 07.11.2019)
5. <https://www.newmoney.ro/o-afacere-sanatoasa-curtata-sa-se-extinda-in-sistem-de-franciza-in-londra-si-miami/> (accesat în 07.11.2019)
6. [https://www.google.com/search?rlz=1C1CHBF\\_enRO864RO864&biw=1536&bih=722&sxsrf=ACYBGNS7yrJVVLU4ErGDYZ1dhoTQuStVBA%3A1573158513293&ei=cX7EXanVEeHJrgT1xY-gCQ&q=samsara+foodhouse+cluj-napoca&oq=samsara&gs\\_l=psy-ab.3.0.35i39l2j0i67j0i203l7.22721.23621..25440...0.1..0.136.711.5j2.....0....1..gws-wiz....0i71j0i13l1j0.JiN5xbgLxSQ](https://www.google.com/search?rlz=1C1CHBF_enRO864RO864&biw=1536&bih=722&sxsrf=ACYBGNS7yrJVVLU4ErGDYZ1dhoTQuStVBA%3A1573158513293&ei=cX7EXanVEeHJrgT1xY-gCQ&q=samsara+foodhouse+cluj-napoca&oq=samsara&gs_l=psy-ab.3.0.35i39l2j0i67j0i203l7.22721.23621..25440...0.1..0.136.711.5j2.....0....1..gws-wiz....0i71j0i13l1j0.JiN5xbgLxSQ) (accesat în 05.11.2019 și 08.01.2020)
7. [https://www.google.com/search?q=mint+bitro+cluj&rlz=1C1CHBF\\_enRO864RO864&oq=mint+bitro+cluj&aqs=chrome..69i57j0l4.5164j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=mint+bitro+cluj&rlz=1C1CHBF_enRO864RO864&oq=mint+bitro+cluj&aqs=chrome..69i57j0l4.5164j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8) (accesat în 05.11.2019)
8. [https://www.huffpost.com/entry/vegan-woman-lifestyle\\_n\\_5063565?guccounter=1&guce\\_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce\\_referrer\\_sig=AQAAALBlknbvXpPIR3IM962pXDC9NylideAJI4F9Q9tux1KqZErssVBciGrpf13R\\_1alGNdx0x128U6bKHjgkhdj8zrDTrANOb5zGRBMeg1PaiRv8zrGrtG5s3OimxeUTFAJSqbQ5-TsGDtBkD\\_JspqOOFKt-djkDPdHvzl8QJalfxcr](https://www.huffpost.com/entry/vegan-woman-lifestyle_n_5063565?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAALBlknbvXpPIR3IM962pXDC9NylideAJI4F9Q9tux1KqZErssVBciGrpf13R_1alGNdx0x128U6bKHjgkhdj8zrDTrANOb5zGRBMeg1PaiRv8zrGrtG5s3OimxeUTFAJSqbQ5-TsGDtBkD_JspqOOFKt-djkDPdHvzl8QJalfxcr) (accesat în 07.11.2019)
9. <https://chefspencil.com/where-veganism-is-most-popular-around-the-world-in-2018/> (accesat în 07.11.2019)
10. <https://veganbits.com/vegan-demographics/> (accesat în 07.11.2019)
11. [https://www.google.com/search?rlz=1C1CHBF\\_enRO864RO864&biw=1536&bih=722&sxsrf=ACYBGNSnolPjYjsB5aogXEgc9mcG6AVIg%3A1573160653172&ei=zYbEXfWXC07mrgTKj5boDw&q=doo+itcluj&oq=doo+itcluj&gs\\_l=psy-ab.3..35i304i39l2j0i7i30l2j0i13j0i7i30.23146.24158..24292...0.3..0.97.526.6.....0....1..gws-wiz.....0i71j0i203j38.7fPBjldCo7k&ved=0ahUKEwilsqCPgNnlAhUOs4sKHcqHBf0Q4dUDCAs&uact=5](https://www.google.com/search?rlz=1C1CHBF_enRO864RO864&biw=1536&bih=722&sxsrf=ACYBGNSnolPjYjsB5aogXEgc9mcG6AVIg%3A1573160653172&ei=zYbEXfWXC07mrgTKj5boDw&q=doo+itcluj&oq=doo+itcluj&gs_l=psy-ab.3..35i304i39l2j0i7i30l2j0i13j0i7i30.23146.24158..24292...0.3..0.97.526.6.....0....1..gws-wiz.....0i71j0i203j38.7fPBjldCo7k&ved=0ahUKEwilsqCPgNnlAhUOs4sKHcqHBf0Q4dUDCAs&uact=5) (accesat în 05.11.2019)
12. <https://www.listaфирme.ro/samsara-food-srl-31304417/> (accesat în 08.01.2020)
13. [https://www.facebook.com/pg/MintBistroCluj/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/MintBistroCluj/about/?ref=page_internal) (accesat în 08.01.2020)
14. [www.designist.ro/mint-bistro-un-loc-fresh-din-cluj/](http://www.designist.ro/mint-bistro-un-loc-fresh-din-cluj/) (accesat în 08.01.2020)
15. <https://samsara.ro/> (accesat în 08.01.2020)
16. [https://www.facebook.com/pg/Doo-it-Cluj-Napoca-491376217693011/reviews/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/Doo-it-Cluj-Napoca-491376217693011/reviews/?ref=page_internal) (accesat în data de 09.01.2020)
17. <https://www.bbc.co.uk/programmes/articles/5PBX369GxWfBHFHFRrkCvCl/seven-reasons-why-people-are-going-vegan> (accesat în data de 09.01.2020)
18. [https://www.tripadvisor.com/Restaurant\\_Review-g298474-d4166838-Reviews-Samsara\\_Foodhouse-Cluj\\_Napoca\\_Cluj\\_County\\_Northwest\\_Romania\\_Transylvania.html](https://www.tripadvisor.com/Restaurant_Review-g298474-d4166838-Reviews-Samsara_Foodhouse-Cluj_Napoca_Cluj_County_Northwest_Romania_Transylvania.html) (accesat în data de 09.01.2020)

19. <http://business-review.eu/news/the-vegetarian-food-orders-increased-by-800-pct-in-the-last-year-185910> (accesat în 10.01.2020)
20. <https://www.unileverfoodsolutions.ro/inspiratie-bucatari/knorr-bulioane/meniu-vegan.html>