

JOHNNIE WALKER

Drumul tău poate fi unic... MERGI MAI DEPARTE!

KEEP WALKING

# Felul întâi îl iau de la pub, felul al doilea de la bistro, iar pentru desert o să aleg un local chinezesc

Comerțul electronic nu mai de mult o noutate în România. Sunt destule firme care își vând produsele online și sunt destule magazine virtuale de unde poți cumpăra produse ale mai multor firme. Calculatoarele, rezervări turistice, conserve, autoturisme, flori, aproape orice se poate cumpăra prin Internet. Distincția dintre firma cu livrări online și magazinul virtual nu funcționează însă și în cazul restaurantelor; dacă există câteva restaurante care primesc comenzi online, apariția unui restaurant virtual în adevăratul sens al cuvântului, care să facă legătura între clienți și mai multe restaurante reale, s-a lăsat îndelung așteptată. Le-a fost dat unor liceeni din Timișoara să se joace cu această noțiune și să reușească să-i facă loc în Netul românesc.

Crenguța Nicolae

ACĂ i-ai numi asociați sau parteneri de afaceri, ar fi rădă. N-au avut nici business plan, nici consultant, ci doar poftă de ceva nou și au putut poftă de mâncare, împărțită cu toți cunoștinții lor care n-aveau timp niciodată să se rădece de la calculator ca să se ducă să-și cumpere un hamburger sau o cola. Anul trecut, Răzvan Ionasec și Mihai Rusoae erau colegi la Liceul de Informatică „Grigore Moisil” din Timișoara, în clasa a XII-a. Amândoi, plini de premii la olimpiadele de informatică, la concursurile de soft și la sesiunile de comunicări științifice ale elevilor.

Ultimul concurs la care s-au înscris înainte de bacalaureat a fost un concurs național de creativitate în domeniul software, „Noi Intro”, sponsorizat de firme importante de IT și primul în bani destul de consistente. Cei doi au câștigat premiul I la faza județeană și tot premiul I la faza națională, la secțiunea Web, cu lucrarea „Restaurant virtual” care prezenta astfel: „www.food.ro” - site e-commerce de unde se poate comanda mâncare online; realizată de Rusoae și Mihai (Web Programming) - aplicația cu Ionasec și Răzvan (Web Design); folosește PHP și baze de date MySQL”. Premiul câștigat a fost în valoare de 5.600.000 de lei.

## O idee care a venit din greșală

În afara profesorilor, e îndoielnic că le mai spune cineva pe numele din buletin și la fel de îndoielnic îl mai poate percepe separat, toată lumea îl știe acum drept Mihai Syper, și tot așa semnoză și site-urile unde au funcționat ca webmasteri (food.ro și un site al unei firme din Timișoara, furnizor de carne și mezeluri). Răzvan (Syper) își aduce aminte anul de începutul colaborării cu Mihai (Mishu): „Eu l-am cunoscut prima oară mai bine la mare, atunci când umbra cu borseta de scolar tot timpul după el, mă ținea pe lângă mine și făcea focă tot cu ea - cum să poată e fără pătență, surubelniță, aparat de mă-



Decemdată, intereseți de serviciile unui restaurant virtual sunt indeosebi cei tineri, liceenii și studenții, dar pe viitor e de sperat că o masă comandată online nu va mai fi pentru nimeni o ciudățenie, apreciază Răzvan Ionasec (foto sus) și Mihai Rusoae (foto jos, primul din stânga), cei doi timișoreni care au lansat site-ul food.ro.



sură... Încă nu știam eu prea multe despre el, îl vedeam prin școală că vorbea cu toată lumea - îl cunoștea toată școala, de la director până la ultimul boboc. Dar din februarie 2001, de când cu food.ro, cred că ne-am văzut aproape în fiecare zi. De la blondul ăla înalt și slab, din fața napolitană și din profii biscuiți, a ajuns unul dintre cei mai buni prieteni - nu pot să fac un pas în ce mai mult timp... Ideea de restaurant virtual a venit din greșală... dar după ce am început să lucrăm și am început să vedem rezultatele, am continuat până am reușit să îl facem și funcțional”, spune Mihai.

## Restaurantelor nu le prea plac calculatoarele

CEL mai simplu lea fost cu alegerea furnizorului de Internet, firma Multisat Networks. „ISP-ul lui ales pentru că îi cunoșteam și pentru că n-au avut enorm și băinate și după ce am lansat pagina”. E vorba aici de primul site serios făcut de Mihai, în primăvara lui 2000, www.munt.ro, găzduit

de Multisat. Cu acel site, unde se găsește tot ce trebuie să știe un turist despre munții Carpați și încă ceva pe deasupra, Mihai a luat primele lui premii la concursurile naționale de soft din 2000.

Mai greu a fost cu găsierea unui restaurant care să colaboreze cu ei. Probabil unii n-au crezut că vor exista suficiente comenzi online, au considerat că își complică viața cu un sistem de lucru unde e implicat calculatorul sau pur și simplu nu le-a inspirat încredere vârsta celor doi. În cele din urmă, au avut noroc cu un restaurant din complexul studentesc, Millennium. „Noi am mers la mai multe restaurante și pizzerii din Timișoara pentru a le cere sprijinul în a pune proiectul nostru în aplicare. Restaurantul Millennium l-am ales pentru că a fost singurul care atunci - în mai 2001 - a acceptat să colaboreze cu noi”.

Au lucrat la site cam trei luni de zile: au făcut fotografii pentru toate produsele incluse în ofertă, au introdus în bazele de date detaliile despre fiecare produs, au introdus o secțiune de rețete (furnizare de restaurant) și s-au străduit ca prezentarea și modul de formulare a comenzilor să fie cât mai simple și mai ușor de înțeles, pentru că știu că într-un site de comerț electronic, nimic nu-l îndepărtează mai tare pe un nou-venit decât un sistem greu

de introduce a comenzii („Mâncare nu comandă numai cei care fac pagini web, trebuie să se descurce chiar și cineva care este nou în arta navigării pe Internet”, zice Mihai). Una peste alta, „la site am lucrat aproximativ trei luni de zile, dar au fost câteva săptămâni în care am lucrat aproape nonstop, zi și noapte, cu toate că trebuia să ne pregătim pentru bacalaureat”.

## Cele mai multe comenzi vin noaptea

SITE-UL a fost lansat pe 5 mai, dată la care munca de atragere a clienților începuse de mult. Un avantaj a fost că premiile din februarie și din mai câștigăte, cu site-ul le-au adus oarecare notorietate în oraș, iar în rândurile liceenilor mai ales, informația se răspândește foarte repede, mai ales când e vorba de ceva care le poate fi util. „Reclamă ne-am făcut, inițial, cum am putut (în mare am lipsit vreo 300 de arse în zonele mai circulante din Timișoara și mai ales în zona autozonală”, spun cei doi.

Fapt e că restaurantul virtual a avut comenzi încă din primele luni. Conform statisticilor de pe site, până în februarie 2002 au fost 148 de comenzi și 114 clienți, cu o medie de 3-4 clienți pe zi. Cea mai importantă comandă (onorată) a fost în valoare de 700.000 de lei.

Cât privește traficul pe site, acesta e în medie de circa 20 de vizitatori zilnic; uneori au fost și 100 de vizitatori într-o zi. „Comenzile am observat că sunt făcute mai deosebi noaptea”, spune Mihai. Este vorba însă deosebi vesele și pline de numeroși navigatori pe Internet care, din rațiuni de natură financiară și de timp liber, își petrec noaptea în fața calculatoarelor, dar și de angajații unor firme care lucrează noaptea sau pur și simplu de cei fără somn și fără chef de gătit, dar cu internet acces. Acest segment de public din ce în ce mai numeros, al celor care ar dori să comande noaptea mâncare online, n-a intrat încă în atenția restaurantelor și a firmelor de catering cu livrare online, altele câte sunt la noi. În general, cei care comandă sunt cei tineri,

liceenii și studenții, dar pe viitor, datorită expansiunii Internetului din ultimul timp, sperăm să nu mai fie un lux să comanzi mâncare de pe Internet”, comentează Răzvan și Mihai.

## Mamele au scotit numărul de calorii

OFERTA existentă pe site cuprinde pizza, aperitive și salate, ciobor, gârmituri, mâncare gătită, minatură, sosuri și spaghetti, produse de patiserie și cofetărie, băuturi alcoolice și răcoitoare. Cel mai scump produs este puiul la roșior (65.000 de lei), iar cele mai ieftine sunt bușurele cu mere (4.000 de lei). Există și oferta zilei, care cuprinde un meniu complet cu reducere de preț. E și un instrument de „fidelizeare” - e-mailuri cu oferte promoționale și cu noutăți trimise celor ce se înregistrează ca membri ai site-ului (acum sunt 163 de membri).

La food.ro, valoarea minimă a comenzii este de 50.000 de lei, iar durata de livrare e de jumătate de oră - trei sferturi de oră. Plata produselor se face la livrare (în mers sau cu tichete de masă) sau, dacă livrările sunt pe bază de contract pe o anumită perioadă, la începutul sau la încheierea acesteia. De livrări răspunde exclusiv Millennium.

Cea mai interesantă facilități a site-ului, care începe să justifice de a-bineca unele de restaurant virtual, este posibilitatea clienților de a-și crea singur burgerul, folosind ingredientele din lista oferită (una din opiniile de pe forumul site-ului propunea chiar ca și pizza să poată fi creată de clienți). Mai mult, stura de carne burger creat sunt generate starea și prețurile gramajului, numărul de calorii, proteine, glucide, lipide și prețul rezultat. De altfel, numărul de calorii este indicat pentru fiecare produs oferit. „Valoriile nutriționale au fost calculate de mamele noastre pe baza rețetelor”, explică Mihai și Răzvan.

Decemdată, restaurantul e într-o pauză de funcționare, fiindcă pregătește oferta specială de sărbători și o serie de schimbări la site. Necazul celor doi este însă că

În mod ciudat, deși numărul restaurantelor românești cu facilități home delivery și take away crește continuu, ca și al celor ce asigură catering, site-urile românești de comenzi online sunt în continuare foarte puține, iar unele tind chiar să dispară. Oricine vorbește despre acest subiect va începe, de pildă, cu www.potamare.ro („restaurantul tău pe Internet... Unicul site românesc unde putei consulta meniuri complete, comanda și face rezervări”) sau cu www.expres.ro, al celebrului restaurant Yin Yang din București, unicul restaurant chinezesc care permite formularea de comenzi prin Internet. La ora actuală însă (probabil temporar?), primul nu mai trimite la nici o adresă de Internet, iar la al doilea, pagina de comenzi online e goală, adică de neaccesat. Pe pagina de prezentare a restaurantului chinezesc se specifică, totuși, că pentru livrarea la domiciliu se acceptă comenzi în valoare minimă de 200.000 de lei și că preluarea comenzilor online de către operatori se face la interval de câteva ore, de obicei o zi. Au mai fost și alte site-uri care au dispărut: www.pizza.ro și www.dublu-felicit.go.ro, care distribuia tot mâncare chinezescă, în București și înConstanța, cu o comandă prin e-mail urmată de un telefon de confirmare abia la interval de 24 de ore. Singurul site nou apărut în peisajul românesc e www.snackattack.ro, al firmei omonime, care a deschis în București două magazine „The Sandwich Factory”. De aici pot fi comandate online și croșanți, salate și supe, confirmarea comenzii având nevoie tot de 24 de ore; limita minimă valorică a comenzii este înlocuită de cerința ca numărul minim de produse comandate să fie de 20. O altă categorie este cea a firmelor de catering (în treacă fie spus, site-ul care centraliza ofertele firmelor de catering din România, www.ecatering.ro, a dispărut și el). Catering online oferă acum numai www.eatonline.ro, apărut în februarie 2001, al firmei cu același nume din București, comenziile fiind însă specifice pentru necesitățile companiilor (comenzile se primesc până în ziua de vineri pentru toate săptămânii următoare).

de la ei nu se poate comanda decât din Timișoara. „Aven în vedere mai multe îmbunătățiri la site, inclusiv de a ne extinde și în alte orașe și de a colabora cu mai multe restaurante, iar când acest lucru se va întâmpla, vom crea și conturi pentru fiecare client în parte”.

## Dacă gândești mic, mic rămâi

„DE câștigat bani nu am câștigat aproape nimic”, zice Răzvan satisfăcut, materialul am obținut-o a fost premiul de la concursul de software. Dar sunt alte lucruri pe care le-am câștigat și considerăm că sunt deosebit de importante - experiență și faptul că ne-am făcut cunoștință (unii ne zic „ăia cu food.ro” sau „hamburgeriștii”). La vară, când o să avem mai mult timp liber, vom putea începe o afacere în adevăratul sens al cuvântului”, spune Mihai și Răzvan.

Acum, cei doi sunt studenți în anul I: Mihai, la Facultatea de Automatică și Calculatoare din Timișoara, iar Răzvan la Facultatea de Electronică și Telecomunicații. Tot datorită site-ului lor au reușit, înainte cu o lună de a intra la facultate, să obțină o bursă de studiu de la Timișoara, Goodsoft. „În viitor cred că numai soft o să facem, că am început pe latura asta și acum nu prea mai e drum de înapoi”.

Parerea lui Mihai este că informatica are tendința „să smulgă omul din ține și să te facă o legumă” și că „de aie a bine să îți împarti viața în mod egal între profesie, odihnă, școală și distracție. Dacă între aceste patru elemente e un echilibru perfect, atunci se cheamă că ești un om realizat, cel puțin din punctul meu de vedere”.

Răzvan nu spune despre sine decât că a jucat șase ani voley și că îi place muzica „în rest, nimic ieșit din comun” o iubită în Germania. În schimb, lui Mihai pare să-i placă să vorbească despre e-mailuri... „Ce hobby-uri am? În primul rând muzica, apoi calculatoarele, înțut, călătoriile, cheful și organizarea chefulor. Al încă ceva e cântărea, voley, fotbal, sociabilitate, spontaneitate, imaginație, responsabilitate, dinamism, flexibilitate (căci moștele - dar dacă ești prea modest nu ajungi nicicând; dacă gândești mic, mic rămâi!”).

ÎN Timișoara, concurența www.food.ro este reprezentată de restaurantul virtual www.ondel.ro, al firmei Ondel (de la Online Delivery), un site pe cât de complet ca model de restaurant virtual, pe atât de discret și ca prezență pe motoarele de căutare, și ca mod de întâmpinare a clienților. Datele de bază despre condițiile de livrare și de plată a comenzii lipsesc, iar unicele contacte (telefon, e-mail) disponibile sunt cele de pe site și de pe un alt site, în care este indicată căreia Ondel livrează (tot online) utilaje pentru patiserie și cofetărie. De altfel, nu e foarte ușor pentru potențialii clienți nici să se descurce prin pădurea de ferestre necesare ca să-și aleagă produsele dorite. În schimb, oferta site-ului este excelentă și extrem de bogată. În total, site-ului fiind numeroși: cinci restaurante (două cu specific chinezesc, unul românesc, unul sârbesc și unul cu specific ungureț), un pub irlandez și patru pizzerii, toate din Timișoara. De aici și structura ramificată a prezentării produselor, pe categorii și subcategorii, numărul și de alegere fiind neașteptat de vaste. Un text de ajutor pentru cei ce vrea să comande există doar în partea cea mai spectaculoasă a site-ului: care se ocupă de rezervările online la două din restaurantele partenere. Clientul poate să și până la două săptămâni înainte câte mese sunt rezervabile la fiecare din restaurante și își poate alege ora rezervării, categoria de preț și chiar ce masă anume dorește, folosindu-se de schema sălii.



ÎNAINTE de Crăciunul din 2000, cel mai mare restaurant virtual din zona Bostonului, PlanetBistro.com, și filiala din Boston a rețelei de livrare la domiciliu pentru restaurante Take Out Taxi au încheiat un acord de parteneriat cum nu se poate mai favorabil pentru ambele părți. PlanetBistro.com și-a adăugat la restaurantul său și un mod de colabora pe cele membre ale rețelei Take Out Taxi, ajungând cam la 200, ceea ce i-a consolidat poziția în toată regiunea New England, nu numai în statul Massachusetts. La rândul său, Take Out Taxi și-a mărit aria de acțiune, grație clienților numeroși și fidelii a PlanetBistro.com, oameni obișnuși să comande masa online și în familie, și la lucru, și pentru petrecerile cu prietenii sau cu partenerii de afaceri. Nick Corzone, președintele filialei Boston a Take Out Taxi, reflectă: „Înainte vreme, dacă aveai un restaurant și cineva deschidea altul peștiu drum, îți era încă să nu dai în fața concurenței. Azi, mulți își dau seama că asocieră restaurantelor e de fapt benefică. Ce am făcut noi împreună cu PlanetBistro.com a fost să cream un fel de district al restaurantelor virtuale”. Tim Healey, un băiat trecut de 30 de ani, fost Product Manager la o firmă farmaceutică, a lansat site-ul PlanetBistro.com în septembrie 2000, reușind ca numai în prima lună de la deschidere să-și asigure colaborarea a 60 de restaurante din zona

Bostonului. „Tinta noastră sunt restaurantele specializate în take out și home delivery, fiindcă acea comandă nu eer extravagantă culinare, ci pizza, mâncare chinezescă sau mâncăruri gătite, nu s-a implicat în procesul de livrare, de care se ocupă numai restaurantul, deși și el și-a făcut un mod de a veni în contact pe consumatori cu restaurantele. Pentru a deveni partener ai PlanetBistro.com, restaurantele plătesc o taxă inițială de înregistrare și o cotă reprezentând în medie 10% din valoarea fiecărei comenzi plasate la domiciliu în zona de concurență în zona Boston: Food.com Inc. din San Francisco și Water.com Inc. din Sunnyvale, California. N-a fost prea ușor să se impună în fața lor. „Trebuie să duci o luptă de gheră ca să-ți construiești marca”, spune Healey, care a mers prin campusurile colegilor din Boston cu un autobuz urias PlanetBistro.com și a spus: „Am vrut să-i câștigăm întâi pe copiii din colegii, fiindcă ei sunt ceea ce se numește «early adopters» (cei care aderă prima la ceva nou)”. Iar piața nu era deloc mică la momentul lansării site-ului. Pe ansamblul statorilor din New England, valoarea totală a pieței de take out/home delivery era în 2000 de circa 8 miliarde de dolari, iar valoarea pieței de take out/home delivery online în jur de 250 milioane de dolari.