



راهنمای پایداری

ویژه رستوران‌ها، کافه‌ها و شرکت‌های تهیه غذا

نویسنده: نگار قدیمی



فهرست

- ۵ • مقدمه
- ۶ • چرا باید به موضوع پایداری اهمیت بدهیم؟
- ۸ • اهداف ۱۷ گانه سازمان ملل
- ۱۰ • نقش رستوران‌ها در دستیابی به اهداف ۱۷ گانه سازمان ملل
- ۱۱ • رستوران پایدار، چگونه رستورانی است؟
- ۱۱ • چک لیست کاری رستوران‌های پایدار
- ۱۸ • منافع اقتصادی حاصل از تعهد به پایداری
- ۲۴ • قدم اول برای داشتن رستوران پایدار
- ۲۷ • نمونه‌های اقدامات پایداری در رستوران‌های خارج از ایران
- ۴۵ • پیشنهادات کلی
- ۵۱ • نتیجه‌گیری
- ۵۲ • منابع (اعداد داخل متن شماره منابع هستند)

مقدمه

به نسبت گذشته، تعداد دفعاتی که مردم ایران، به ویژه شهرنشینان، در رستوران‌ها غذا می‌خورند بسیار بیشتر شده است. نگاهی به تعداد رستوران‌ها به روشنی گویای این تغییر است. در بیشتر مواقع، مردم، رستوران مورد نظرشان را براساس ترکیبی از کیفیت غذا، قیمت‌ها، شرایط فضای داخل رستوران و چگونگی رفتار کارکنان انتخاب می‌کنند. حالا اگر دو رستوران از نظر موارد فوق در شرایط مساوی باشند، ولی یکی از رستوران‌ها، به حداقل رساندن اثرات منفی محیط‌زیستی حاصل از کار رستوران و کمک به حل معضلات اجتماعی نیز در اهداف مدیریتی‌اش باشد، شما کدام رستوران را انتخاب می‌کنید؟

به تدریج با بالا رفتن استانداردهای زندگی، به تعداد مشتریانی که دوست دارند بدانند مواد غذایی استفاده شده در تهیه غذای‌شان از کجا آمده، با چه روشی تولید شده، چه تاثیری بر محیط زیست گذاشته، کارگران در چه شرایط کاری بوده‌اند و آیا ارائه غذای سالم‌تر و کمک به کاهش مشکلات اجتماعی مانند فقر و گرسنگی مورد توجه رستوران‌داران بوده یا نه، اضافه شده است. به بیان دیگر، آگاهی و درجه انتظارات مشتریان به تدریج افزایش یافته و آن‌ها خواستار شفافیت بیشتر نسبت به عملکرد داخلی رستوران و زنجیره‌های تامین مواد غذایی، مسئولیت پذیری مدیران رستوران‌ها در برابر مشکلات محیط‌زیستی و اجتماعی و داشتن نگاهی فراتر از سود اقتصادی از طرف مدیران هستند.^۱

۱ - براساس تحقیقی که سال ۲۰۱۲، توسط شرکت Jefferies And Alix Partners، منتشر شده، متولدين بين سال‌های ۱۹۸۲ تا ۲۰۰۱ (۱۳۶۱ تا ۱۳۸۰ شمسی) به دليل نگاه‌شان به موضوعات پایداری و ارجحیت دادن به گزینه‌های پایدار، به کمک قدرت خریدشان، نسل تاثیرگذاری در رواج ایده پایداری شده‌اند.

چرا باید به موضوع پایداری اهمیت بدهیم؟

واقعیت این است که، ما انسان‌ها، در طراحی و ساخت محصولات و چگونگی ارائه خدمات، کارا و جامع‌نگر نبوده‌ایم. با شروع انقلاب صنعتی و افزایش تولید و ارائه خدمات، اثرات منفی محیط‌زیستی و اجتماعی حاصل از نداشتن این نگاه بلند مدت و همه‌جانبه، بیشتر نمایان شده است. به بیان دیگر، شاخص‌های مورد نیاز برای تولید و یا ارائه خدمات، تنها داشتن مشتری و سودآوری بوده است. این درحالی‌ست که ما انسان‌ها، بخشی از سیستمی بزرگ‌تر، با کارایی و هوشمندی خیلی بهتر به نام طبیعت هستیم و نگاه محدود و نه‌چندان هوشمندمان در طراحی سیستم‌های کاری و محصولات، منجر به اثرات نامطلوبی بر طبیعت و جامعه (شامل خود ما) شده و روز به روز بیشتر متوجه آن‌ها می‌شویم.

به عنوان مثال، به تولید و استفاده از کودها و سموم فکر کنید. هدف اصلی، تولید بیشتر با آفت‌های کمتر بوده ولیکن اثرات منفی بر سلامتی کشاورزان، نابودی حیات وحش و راه‌یابی کودها و سموم به آب‌ها و اثرات منفی آن‌ها بر اکوسیستم‌های آبی، هیچ‌کدام در ابتدا قابل فهم و مورد توجه‌مان نبوده‌اند.

شاید دلیل این طراحی های پر از مشکل، عدم درک ما از ارتباط جدایی ناپذیرمان با طبیعت و یا شاید تنها اهمیت دادن به منافع مالی بوده است. به هر حال، مواجهه با نتایج منفی این طرز تفکر، در سال های اخیر منجر به شکل گیری مفاهیم جدیدی مثل پایداری و توسعه پایدار در تولید محصولات و ارائه خدمات شده است. اگر هدف مان از بین بردن یا به حداقل رساندن این اثرات منفی باشد، رعایت اصول پایداری می تواند ما را به این اهداف نزدیک کند.



اهداف ۱۷ گانه سازمان ملل

روز ۲۵ سپتامبر سال ۲۰۱۵، اتفاقی تاریخی رخ داد که بیشتر ساکنان زمین حتی متوجه آن نشدند. سران کشورها برای دستیابی به یک هدف مشترک دور هم جمع شدند: پیدا کردن راه حل برای بزرگ‌ترین چالش‌های کنونی و ارائه چارچوبی برای دستیابی به آینده‌ای پایدار. (۲) به بیان دیگر، سازمان ملل در راستای کاهش اثرات منفی حاصل از توسعه ناپایدار و پاسخگویی به چالش‌های اجتماعی، اقتصادی و محیط‌زیستی، مانند فقر و نابرابری، کمبود آب، نابودی زیستگاه‌ها و انواع آلودگی‌ها، اهداف ۱۷ گانه توسعه پایدار را با هدف دستیابی به آن‌ها تا سال ۲۰۳۰ پیشنهاد کرد. هدف نهایی سازمان ملل از تعیین این اهداف ۱۷ گانه، حفظ منابع زمین و در عین حال افزایش کیفیت زندگی همه ساکنان آن بود. (۱) این اهداف، مانند قطب نما، جهت حرکت برای قدم برداشتن به سوی آینده‌ای پایدار را نشان می‌دهند.



دستیابی به این اهداف بدون همکاری و حمایت بخش‌های مختلف جامعه اعم از دولت‌ها، شرکت‌های خدماتی، تولیدی، ارگان‌های غیر دولتی و در نهایت شهروندان، غیرممکن خواهد بود. این اهداف باید در برنامه‌های کاری، سیاست‌گذاری‌ها و تصمیمات تمام ذی‌نفعان منعکس شوند و در صورت عدم درک صحیح آن‌ها، تغییری در تصمیم‌گیری‌ها و عملکرد ذی‌نفعان پدید نخواهد آمد.


حال رستوران‌ها نیز به عنوان یکی از انواع مجموعه‌های خدماتی، دو انتخاب پیش رو دارند: یا ادامه روش‌های کاری سابق و تمرکز مطلق بر سوددهی و یا تغییر از بی تفاوتی و ناآگاهی به مسئولیت‌پذیری در برابر مشکلات محیط‌زیستی و اجتماعی، توجه به منافع بلند مدت به جای دستیابی به منافع کوتاه مدت، شروع به برداشتن قدم‌های اولیه برای اداره رستوران‌ها بر اساس اصول پایداری و کمک در دستیابی به اهداف ۱۷ گانه سازمان ملل برای حرکت به سوی آینده‌ای پایدار.



نقش رستوران‌ها در دستیابی به اهداف ۱۷ گانه سازمان ملل

رستوران‌ها می‌توانند با در نظر گرفتن اهداف ۱۷ گانه به عنوان اهداف پایداری و توجه به اثرات عملکرد خود بر آن‌ها، مسیر حرکت خود را ارزیابی کنند. این ارزیابی به دو شکل امکان پذیر است:

در رابطه با اثرات مستقیم: اول، رستوران‌ها می‌توانند اثرات فعالیت‌ها و محصولات‌شان را در رابطه با هر یک از این اهداف شناسایی، اندازه‌گیری و گزارش دهند و روش‌های جدیدی را برای کاهش اثرات منفی به کار گیرند. دوم، با مطالعه و توجه به اهداف توسعه پایدار، خدمات و محصولاتی را ارائه کنند که به حل این چالش‌ها کمک کنند.

| | | |
|--|--|---------------------|
| <p>پایان بخشیدن به گرسنگی، دستیابی به امنیت غذایی و بهبود تغذیه و ترویج کشاورزی پایدار</p> | <p>۲ ریشه‌کنی گرسنگی</p>  | <p>اثرات مستقیم</p> |
|--|--|---------------------|



| | | | | |
|--|---|--|---|------------------------|
| <p>۱۵ حیات بر روی زمین</p>  | <p>۱۴ حیات زیر آب</p>  | <p>۱۳ اقدام برای اقلیم</p>  | <p>۶ آب آشامیدنی سالم و ناسیسات بهداشتی</p>  | <p>اثرات غیرمستقیم</p> |
|--|---|--|---|------------------------|

چگونگی ارتباط فعالیت‌های رستوران‌ها با اهداف هفته گانه

به عنوان مثال، چگونگی مدیریت استفاده از آب در رستوران، اثر مستقیم بر هدف شماره ۶ (آب آشامیدنی سالم) دارد، یا نوع غذاهای ارائه شده در رستوران، بر اهداف شماره ۱۳ (اقدام برای اقلیم)، شماره ۱۴ (حیات زیر آب) و شماره ۱۵ (حیات بر روی زمین) اثر گذارند. یا میزان استفاده از پلاستیک در بسته بندی‌ها، اثر مستقیم بر هدف‌های شماره ۱۴ و ۱۵ دارد، زیرا بخش قابل توجهی از پلاستیک‌های دور ریخته شده، قابل بازیافت نیستند و به زمین‌های دفن منتقل می‌شوند و یا به دریاها راه پیدا می‌کنند. بطوری‌که پیش بینی می‌شود، اگر با همین روند پلاستیک‌ها به دریاها راه پیدا کنند، تا سال ۲۰۵۰، به ازای یک تن ماهی، ۳ تن پلاستیک در دریاها خواهد بود. بنابراین، رستوران‌ها با ایجاد تغییر در فعالیت‌های خود می‌توانند در دستیابی به بعضی از اهداف ۱۷ گانه سازمان ملل به طور مستقیم موثر باشند.

همچنین، رستوران‌ها می‌توانند به کاهش سایر چالش‌ها که ارتباط مستقیم با فعالیت‌های رستوران ندارند، نیز کمک کنند. این‌ها اهدافی هستند که رستوران‌ها به دلیل نوع کارشان می‌توانند در دست‌یابی به آن‌ها کمک کنند. به عنوان مثال، رستوران‌ها می‌توانند با همکاری و اهدای مواد غذایی مصرف نشده به سازمان‌های خیریه، در دست‌یابی به هدف شماره ۲ (ریشه کنی گرسنگی) کمک کنند.

به طور کلی، می‌توان گفت بررسی اهداف ۱۷ گانه توسعه پایدار سازمان ملل، به رستوران‌ها در تعیین اهداف پایداری شان کمک کرده و جهت می‌بخشد.^(۱)

رستوران پایدار^۳، چگونه رستورانی است؟

پایداری در مدیریت یک رستوران، یعنی داشتن نگاهی فراتر از حل چالش‌های مالی، فنی و قانونی داخل رستوران. به بیان دیگر، پایداری یعنی آگاهی از چالش‌های اجتماعی و محیط‌زیستی بیرون از دیوارهای رستوران شما و درک ارتباط این چالش‌ها با فعالیت‌ها، محصولات و تصمیمات داخلی رستوران و در نهایت برنامه ریزی و اقدام در جهت کاهش آن‌ها. اگر رستورانی با این دیدگاه مدیریت شود به آن رستوران پایدار می‌گویند. در حال حاضر، در ایران، این نوع نگاه به مسئولیت اجتماعی و محیط‌زیستی رستوران‌ها برای کمک به حل چالش‌های جامعه، موضوعی ناشناخته است.^۴

چک لیست کاری برای داشتن رستورانی پایدار

انجمن رستوران پایدار^۵ انگلیس، مواردی که باید مورد توجه رستوران‌ها قرار بگیرند را به ۳ بخش محیط زیست، جامعه و تامین مواد اولیه تقسیم کرده است:

3 - Sustainable Restaurant

۴- تعداد رستوران‌های پایدار در کشورهایی مانند انگلیس، از افزایش چشمگیری برخوردار بوده است. به گفته انجمن رستوران پایدار انگلیس، این موسسه هنگام تاسیس ۳۲ و در حال حاضر بیش از ۴۰۰۰ عضو از جمله رستوران‌های بزرگ زنجیره‌ای مانند Costa و Carluccio دارد.

5 - Sustainable Restaurant Association

۱. محیط زیست

۱-۱- توجه به ارزش منابع طبیعی

کاهش مصرف انرژی و استفاده از منابع طبیعی و به حداقل رساندن اثرات منفی بر محیط زیست، منجر به کاهش هزینه‌های رستوران و حفظ بهتر محیط زیست خواهد شد. تعیین ارزش مادی برای منابع طبیعی (مانند هوای پاک، آب، خاک و موجودات زنده) که خدمات ارزشمند و محصولات زیادی از آن‌ها دریافت می‌کنیم، کار سختی است. بهترین تخمینی که در سال ۲۰۰۷، از ارزش مادی اکوسیستم‌های طبیعی زده شده برابر با ۱۲۵ تا ۱۴۵ تریلیون دلار می‌باشد. (۴۱) درک ارزش حقیقی این منابع و ارتباط مستقیم کیفیت مواد غذایی، محیط زیست و سلامتی بشر، در مدیریت رستوران پایدار ضروری است.

۱-۲- کاهش تولید زباله، مصرف مجدد و بازیافت

مدیریت هر آنچه که وارد و خارج از رستوران می‌شود، به منظور تولید حداقل زباله و نفرستادن زباله به زمین‌های دفن، ضروری است. واقعیت این است که بازیافت باید آخرین راه حل برای کم کردن زباله باشد. در حال حاضر راه‌های پیش روی رستوران‌ها برای کم کردن زباله، در درجه اول، به حداقل رساندن استفاده از ظروف و تجهیزات یکبار مصرف، سپس استفاده مجدد ظروف در صورت امکان و در نهایت بازیافت، هستند. با به کار بردن این روش‌ها، هزینه مالی و محیط زیستی به طور چشم‌گیری کاهش خواهد یافت. رستوران‌های موفق در این رابطه، با تغییر روش‌های سرو غذای‌شان، تغییر ظروف مورد استفاده و عادت دادن مشتریان، توانسته‌اند زباله خود را کاهش دهند.

۳-۱- دورریز صفر مواد غذایی

حدود یک سوم از مواد غذایی تولید شده برای مصرف انسان ها، درجایی از فرایند تولید (از دامداری ها و مزارع تا سر میز غذای مان) یا از بین رفته یا دور ریخته می شوند. عدم تولید و مصرف بهینه مواد غذایی، اثرات منفی اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی چشمگیری دارد. از نظر اقتصادی، هزینه این سیستم نا کارا برابر با ۱۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ دلار در سال می باشد. میزان آبی که برای تولید این مواد غذایی لازم است، یک چهارم کل میزان آب مصرفی برای تولید منابع غذایی می باشد و زمین لازم برای تولید آن ها برابر با مساحت کشور چین و در نهایت این میزان از تولید مسئول انتشار ۸ درصد از گازهای گلخانه ای است. غذاهای فاسد در زباله، منبع اصلی تولید گاز متان هستند که قدرت اثر گذاری شان در پدیده تغییرات اقلیمی ۲۵ برابر گاز دی اکسید کربن است.

چالش عدم تولید و مصرف بهینه توسط سازمان ملل در هدف شماره ۱۲ مورد توجه قرار گرفته است.^۶ دورریختن مواد غذایی، یعنی هدر دادن پول و منابع طبیعی. به عنوان مثال، رستوران های انگلیس به طور متوسط، به ازای هر وعده، نزدیک به یک پوند برای زباله غذایی هزینه می کنند. این در حالی است که اگر این پول صرف مدیریت زباله غذایی و سایر انواع زباله می شد، به سودی ۱۳۰۰ درصدی می انجامید. رستوران های موفق در این زمینه، با کنترل، بررسی دلایل، مدیریت و نوآوری برای تولید حداقل زباله غذایی، توانسته اند هزاران پوند صرفه جویی کنند.^۷

۶ - سالانه، ۱٫۳ میلیارد تن غذا دور ریخته می شود، در حالی که ۱ میلیارد نفر از جمعیت زمین از تغذیه نامناسب و ۱ میلیارد نفر از گرسنگی رنج می برند.

۷ - در حال حاضر، اندازه متوسط یک وعده غذا در رستوران ها، ۴ برابر این میزان در سال ۱۹۵۰ می باشد. دادن امکان انتخاب به مشتریان برای انتخاب وعده های کوچکتر غذا، می تواند از نظر سلامتی به نفع مشتریان باشد همچنین میزان کمتری از غذا دور ریخته شود.

۲. جامعه

۲-۱- رفتار منصفانه با کارمندان

ایجاد فرصت‌های برابر، ارائه آموزش و داشتن سیاست‌های کاری روشن، به منظور خوشحال و کارآمد نگه داشتن کارمندان ضروری است. داشتن کارکنان راضی و خوشحال منجر به ارائه سرویس بهتر به مشتریان و جلب مشتری‌های بیشتر می‌شود. همچنین، کارکنان بهتری جذب این رستوران‌ها می‌شوند و میزان تغییر نیروی کار در این رستوران‌ها کم خواهد بود.

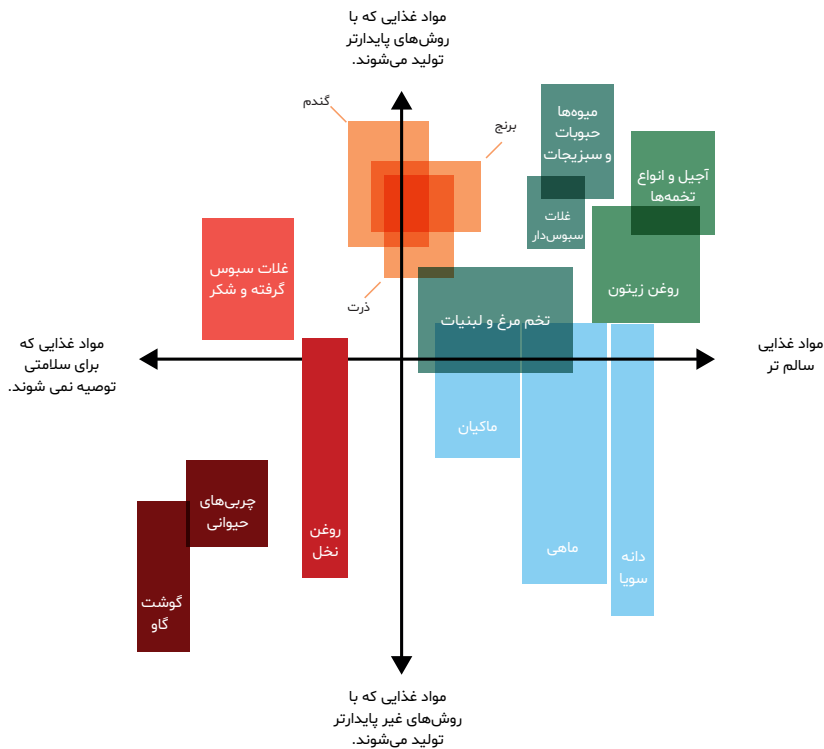
۲-۲- حمایت از جامعه

همکاری با جامعه، مدرسه‌ها و خیریه‌ها در حمایت از مردمی که حضورشان برای رونق کار شما ضروری بوده است با تخصیص دادن ساعاتی از سال برای انجام کار داوطلبانه توسط کارکنان، جمع‌آوری پول برای کارهای انسان دوستانه و اهدای غذاها و مواد غذایی توصیه می‌شوند. فعالیت‌هایی این چنین، منجر به تغییرات چشمگیری در جامعه خواهند شد.

مثلا در انگلیس، برای حمایت از بی‌خانمان‌ها، از ماه نوامبر تا دسامبر، تعدادی از رستوران‌ها با اضافه کردن ۱ پوند به هر رسید پرداخت، در طول ۴ سال، ۶٫۳ میلیون پوند پول جمع‌آوری کردند. این نوع نگاه به نقش رستوران‌ها در بهبود وضعیت شهروندان جامعه، در کارکنان نیز ایجاد انگیزه و حس مفید بودن می‌کند.

۳-۲- ارائه غذای خوب

ارائه غذایی که با اصول تغذیه سالم و استفاده متعادل از گروه‌های مختلف مواد غذایی مطابقت دارد^۸، ارائه حجم معقولی از غذا و ارائه غذاهایی که نیازهای ویژه مرتبط با سلامتی (به منظور پاسخگویی به انواع مشتریان) در آن‌ها در نظر گرفته شده، همگی به سلامت شهروندان، کاهش مرگ‌ومیر و کاهش هزینه‌های پزشکی کمک می‌کنند.^۹



این نمودار ارتباط تغذیه سالم و اصول پایداری را نشان می‌دهد. به بیان دیگر غذاهایی که تولید آن‌ها پایدارتر است^{۱۰} برای سلامتی بهتر هستند و بالعکس.

۸ - در طول دهه‌های اخیر، جمعیت زیادی، بیشتر کالری مورد نیاز را از گوشت، شکر، روغن و چربی‌ها گرفته و در مقابل میزان کالری حاصل از مصرف سبزیجات، میوه‌ها و غلات سبوس دار کاهش یافته است. همچنین، استفاده از غذاهای فرآوری شده و فست فود در کشورهای کم یا با درآمد متوسط در حال افزایش است. این تغییر در شکل تغذیه و مصرف بیشتر انواع خاصی از غذاها، منجر به افزایش خطر بیماری‌های غیر واگیر دار شده‌اند.

۹ - در ایالات متحده، میزان هزینه‌ای که برای هر نفر به منظور تغییر سیستم غذا به انتخاب‌های بهتر از نظر سلامتی لازم است، ۵۵۰ دلار در سال می‌باشد. در حالی‌که هزینه سالانه برای هر نفر به منظور درمان مشکلات جسمی حاصل از تغذیه نامناسب، ۱۲۰۰ دلار است.

۳. تامین مواد اولیه

۳-۱- استفاده از مواد غذایی محلی و فصلی

استفاده از مواد غذایی تولید داخل کشور و فصلی، منجر به حمایت از کشاورزان و تجارت های داخلی، همچنین کاهش هزینه های حمل و نقل و اثرات منفی محیط زیستی حاصل از آن می شود. داشتن ارتباط صمیمی با کشاورزان و طراحی و تغییر منو بر اساس منابع غذایی موجود در هر فصل، به پیشبرد این هدف کمک می کند.^{۱۱}

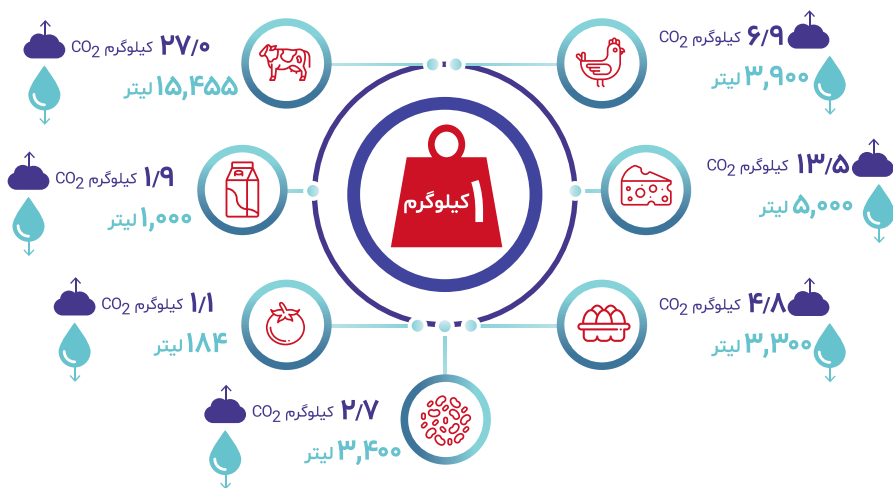
۳-۲- سرو سبزیجات بیشتر و گوشت بهتر

ارائه غذاهای گیاهی و افزایش استفاده از سبزیجات نسبت به گوشت و مرغ در وعده های غذایی، منجر به سلامتی بیشتر مشتریان می شود و به پایداری شرایط آب و هوایی و محیط زیست کمک می کند.^{۱۲} به بیان دیگر رژیم غذایی پایدار^{۱۳}، منجر به محیط زیست سالم تری خواهد شد. با کاهش میزان استفاده از گوشت و مرغ در وعده غذایی هر نفر از ۲۰۰ گرم به ۱۵۰ گرم، میزان انتشار دی اکسید کربن که یکی از گازهای موثر در ایجاد پدیده تغییرات اقلیمی است، به یک سوم کاهش خواهد یافت. همچنین، توصیه می شود، در صورت استفاده از گوشت، مرغ و لبنیات، این مواد غذایی با کیفیت خوب، ارگانیک و از تولید کنندگانی خریداری شوند که از هورمون های رشد و آنتی بیوتیک ها در پرورش دام استفاده نکرده اند.^{۱۴}

۱۱ - سایت eatwellguide.org راهنمایی آنلاین است، که در آن می توان رستوران هایی که از محصولات محلی و پایدار استفاده می کنند، مزارع و دامداریهایی که محصولات ارگانیک دارند و فروشندگان محصولات کشاورزی ارگانیک را جستجو کرد.
۱۲ - بر اساس تحقیقی که دانشگاه هاروارد در سال ۲۰۱۲ انجام داده است، مصرف گوشت قرمز، ریسک ابتلا به بیماری های قلبی عروقی، دیابت و بعضی از سرطان ها را بالا می برد.

13-Sustainable Products

۱۴ - در حال حاضر آمار دقیقی از میزان استفاده آنتی بیوتیک ها در دامداری ها و مرغ داری ها وجود ندارد ولی بر اساس تخمین OECD، در سال ۲۰۱۰، این عدد برابر با ۶۳۱۵۱ تن بوده و پیش بینی می شود تا سال ۲۰۳۰، ۶۷ درصد به این میزان اضافه شود.



میزان تولید CO₂ و مصرف آب به ازای تولید ۱ کیلوگرم از انواع مواد غذایی

۳-۳- آگاهی از وضعیت پایداری ماهی‌های مورد استفاده

سروماهی‌هایی که درصد آن‌ها شاخص‌های محیط‌زیستی واجتماعی پایداری در نظر گرفته شده و موسسات مرتبط، مصرف آن‌ها را تایید می‌کنند، توصیه می‌شود. بدین ترتیب از تداوم یافتن منابع دریایی و حفظ محیط زیست آنان اطمینان حاصل خواهد شد. در حال حاضر، ۹۰ درصد از ماهی‌ها بیش از ظرفیت تولید مجددشان صید می‌شوند. در این راستا، سرو ماهی‌های موجود در لیست قرمز ارائه شده توسط انجمن حفظ منابع دریایی^{۱۵} توصیه نمی‌شود.

۳-۴- حمایت از کشاورزان محلی

مواد غذایی مورد استفاده رستوران‌تان را با دستمزدی منصفانه از کشاورزان محلی تامین کنید. حمایت از کشاورزان، منجر به داشتن زنجیره تامین سالم‌تر و قابل اطمینان‌تر می‌شود. ترک کردن روستاها توسط جمعیت جوان و مهاجرت آن‌ها به شهرها برای داشتن شغل‌هایی با دستمزد بالاتر و آسان‌تر، جامعه را در آینده‌ای نه چندان دور با کمبود کشاورز مواجه می‌کند. ایجاد حس ارزشمند بودن و اطمینان بخشیدن به کشاورزان نسبت به خرید محصولاتشان، در آن‌ها ایجاد انگیزه خواهد کرد. (۴)(۵)

۱۵ - لیست ماهی‌هایی که استفاده از آن‌ها بر اساس مطالعه Marine Conservation Society توصیه نمی‌شود را در این لینک می‌توانید ببینید: <https://www.mcsuk.org/goodfishguide/search?min=5&max=5&fte=2>

منافع اقتصادی حاصل از تعهد به پایداری

محبوبیت در جامعه

تعهد شما به پایداری، منجر به محبوبیت و پذیرش بهتر رستوران تان در جامعه می‌شود. این پذیرش می‌تواند منجر به تسریع کارها در دست‌یابی به اهدافتان و همکاری بهتر سازمان‌های دولتی و غیر دولتی گردد. بدین ترتیب، همکاری سایرین می‌تواند منجر به صرف وقت و انرژی کمتری از جانب شما برای حل چالش‌هایتان شود.

تمایز از رقبا

تعهد به پایداری می‌تواند رستوران شما را از سایر رقبا متمایز کند و منجر به جذب مشتری بیشتری شود. نتیجه مطالعه‌ای در سال ۲۰۱۵، نشان داده است که ۶۶ درصد از مصرف‌کنندگان حاضر به پرداخت پول بیشتر برای محصولات پایدار^{۱۶} هستند. این‌ها محصولات یا خدماتی هستند که شاخص‌های محیط‌زیستی و اجتماعی پایداری در تولید و ارائه آن‌ها در نظر گرفته شده است. این در حالی‌ست که این میزان از توجه به محصولات پایدار در سال ۲۰۱۳، ۵۰ درصد و در سال ۲۰۱۴، ۵۵ درصد بوده است. میزان آگاهی مشتریان از چالش‌های پایداری به شکل چشم‌گیری افزایش پیدا کرده و خواستار مسئولیت‌پذیری رستوران‌ها شده‌اند. آن‌ها رستوران‌هایی را انتخاب می‌کنند که عملکردشان با ارزش‌های آنان هم‌سو می‌باشد و با رفتن به این رستوران‌ها از این حرکت حمایت می‌کنند. این نگاه و خواسته جدید در نسل‌های جوان بارزتر است.

جذب بهترین کارکنان

وقتی توجه به اصول پایداری در اهداف رستوران قرار می‌گیرد، کارکنان بهتری از نظر اخلاقی و کیفیت کاری علاقمند به کار در این رستوران‌ها می‌شوند. اینان کارکنانی هستند که به نتیجه کارشان فراتر از کسب درآمد نگاه می‌کنند و حس مفید بودن برای جامعه و کمک به حل چالش‌های محیط‌زیستی و اجتماعی نیز در اهداف کاریشان است. بدین ترتیب کارکنان بهتر با کیفیت کاری بالاتر جذب این رستوران‌ها شده که خود منجر به جذب مشتری بیشتری خواهد شد و میزان تعویض نیروی کار نیز کاهش پیدا می‌کند.

جذب سرمایه بیشتر

روز به روز به میزان سرمایه‌گذاری‌های مسئولانه افزوده می‌شود و این روند می‌تواند به جذب سرمایه بیشتر برای توسعه رستوران‌هایی که کاهش چالش‌های پایداری در اهداف آنان است، کمک کند. (۶)

مصرف کمتر

تامین مواد غذایی از نزدیکترین مزارع و تولید کنندگان

امکان این نوع از تامین مواد غذایی برای همه محصولات امکان پذیر نیست و شاید برای بعضی از محصولات تامین آن‌ها از تولید کنندگان غیر محلی، از اثرات محیط‌زیستی و اجتماعی کمتری برخوردار باشد.^{۱۷} ولی در بسیاری از موارد، تامین منابع غذایی از نزدیک ترین تولید کنندگان، نتیجه اش پرداخت هزینه کمتر حمل و نقل، حداقل اثرات محیط‌زیستی حاصل از حمل و نقل، تازه تر بودن محصولات، خراب شدن کمتر و دیرتر مواد غذایی و حمایت از تولید کنندگان داخلی خواهد بود.^{۱۸}

۱۷ - بررسی این اثرات و تصمیم گیری درباره نحوه تامین محصولات، بنا بر نوع محصول مورد نیاز، شرایط جغرافیایی و امکان پذیری تامین هر محصول، متفاوت بوده و نتیجه گیری های کلی و قطعی برای همه محصولات، صحیح به نظر نمی رسد.

۱۸ - به عنوان مثال، Cropmobster نام پلت فرمی از شبکه اجتماعی است که امکان ارتباط کشاورزان با فروشندگان مختلف مواد غذایی و سایر مصرف کنندگان را ایجاد می‌کند. امکان فروش محصولات اضافی کشاورزان، با اطلاعات و عکس‌های مربوط به آن‌ها قابل پست کردن در این سایت بوده و اطلاع رسانی سریع، منجر به استفاده به موقع و خراب نشدن آن‌ها می‌شود. (cropmobster.com)



ارائه میزان ثابتی از غذا به جای سیستم‌های سنتی بوفه‌ها در مطالعه‌ای که توسط ارگان گرین ناچ در هتل‌هایی که غذایشان به صورت بوفه ارائه می‌شود، انجام شده، نشان داده است که کاهش ۱۰ درصدی اندازه بشقاب، موجب کاهش ۲۰ درصدی میزان هدر رفتن غذا شده است. همچنین گذاشتن تابلویی درباره امکان برداشتن غذا بیش از یکبار نیز منجر به کاهش ۲۰ درصدی غذای دور ریخته شده گشته است.

پیدا کردن روش‌هایی که منجر به هدر رفتن حداقل مواد غذایی می‌شود

با بررسی میزان و انواع زباله غذایی تولید شده توسط رستوران، می‌توان حدود ۶ درصد از میزان هزینه خرید مواد غذایی کم کرد. امکان ارائه سرو غذای با حجم کمتر بنا بر درخواست مشتری، انتقال مواد غذایی و غذای اضافه به خیریه‌ها و تغییر سیستم بوفه به سیستم‌هایی که میزان مشخصی از غذا در آن‌ها سرو می‌شود، همگی می‌توانند منجر به کمتر هدر رفتن مواد غذایی شوند.

حداقل استفاده از بسته بندی‌ها، ظروف یکبار مصرف و محصولات مصرفی

برعکس روند رایج شده در رستوران‌های ایران که از بسته بندی‌های کوچک برای سرو غذا، سالاد، ماست، به همراه قاشق و چنگال بسته بندی شده در پلاستیک استفاده می‌شود، به حداقل رساندن استفاده از این بسته بندی‌ها و ظروف یکبار مصرف، از اهداف پایداری در رستوران‌ها می‌باشد. اگر استفاده از ظروف یکبار مصرف تنها راه ممکن برای سرو غذاست، دستگاه پخش این ظروف^{۱۹}، به کاهش استفاده از آن‌ها و تولید کمتر زباله کمک می‌کند. همچنین استفاده حداقل از محصولات مصرفی مثل دستمال کاغذی و کیسه و پیدا کردن راه‌های جایگزین توصیه می‌شوند. این هدف خود را با تامین کنندگان در میان بگذارید و از آن‌ها بخواهید که در صورت امکان میزان بسته بندی‌ها را به حداقل برسانند و یا برای انتقال مواد غذایی از صندوق‌ها یا سبدهایی که قابل استفاده مجدد هستند، استفاده کنند.



دستگاه پخش کننده قاشق یکبار مصرف در کافه سوپر مارکت وگمنز در نیوجرسی استفاده از این سیستم منجر به کاهش ۳۰ درصدی زباله شده و در سال به اندازه ۲ کامیون پلاستیک کمتری به زمین‌های دفن منتقل می‌شود.

حداقل مصرف انرژی

استفاده از دستگاه‌هایی که مصرف انرژی آن‌ها حداقل است و داشتن برنامه زمان‌بندی برای روشن کردن به موقع تجهیزات، می‌تواند منجر به هزاران دلار صرفه‌جویی در سال شود. بطوری‌که خاموش بودن نیم ساعت در روز یک دستگاه منجر به صرفه‌جویی ۱۰۰ دلار در سال می‌شود. استفاده از لامپ‌های کم مصرف ال ای دی^{۲۰} به کاهش مصرف انرژی کمک می‌کند. با اینکه این لامپ‌ها گران‌تر از لامپ‌های معمولی هستند ولی در مقایسه با لامپ‌های معمولی طول عمرشان حدوداً ۱۰ برابر بوده و با جایگزین کردن ۱۲ لامپ می‌توان حدود ۳۰۰ دلار در سال صرفه‌جویی کرد. ایزوله کردن لوله‌های آب گرم باعث کمتر هدر رفتن ۲ تا ۴ درجه از حرارت آب می‌شود. همچنین تمیز نبودن رادیاتور گاز یخچال منجر به ۲ برابر شدن مصرف در این دستگاه‌ها می‌شود.

حداقل مصرف آب

استفاده از سیستم‌های کاهش میزان مصرف آب منجر به کاهش هزینه می‌شود. مثلاً درست کردن نشستی آب به خصوص آب گرم، می‌تواند به صرفه‌جویی ۴۱۵ دلار در سال کمک کند. همچنین استفاده از سیستم‌های اسپری آب قبل از شستشوی اصلی ظروف^{۲۱} در هر سال می‌تواند ۱۰۰ تا ۳۰۰ دلار هزینه کمتری تولید کند. در نهایت اینکه سروآب و یخ‌تنها در صورت درخواست مشتری باید انجام شود. این کار در ایالت کالیفرنیا^{۲۲} الزام قانونی دارد. برای سرو هر لیوان آب، ۳ لیوان آب مصرف می‌شود.

20 - LED

21 - Pre-rinse spray valves

22 - California

بازیافت و کمپوست زباله

در جوامعی که سیستم مدیریت زباله با هدف کاهش میزان زباله برنامه ریزی شده و به نسبت میزان تولید زباله و انواع آن باید به شهرداری‌ها پول پرداخت شود^{۳۳}، کاهش تولید زباله به کاهش هزینه‌ها می‌انجامد. مثلاً بازیافت مقوا که میزان آن برابر با ۲۵ درصد حجم زباله رستوران‌های مورد مطالعه انجمن ملی رستوران آمریکا بوده است، منجر به صرفه‌جویی ۲۰۰ دلار در ماه برای این رستوران‌ها شده است^{۳۴}. (۷)(۸)



23 - Pay-As-You-Throw Programs (Unit pricing – Variable rate pricing)

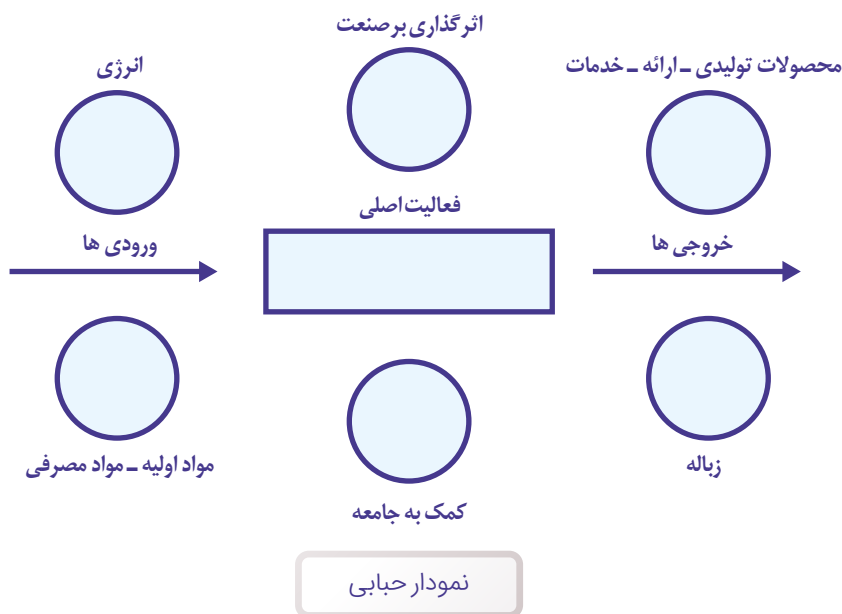
۲۴ - اعداد و ارقام ارائه شده در این بخش نتیجه تحقیقات انجمن ملی رستوران در واشنگتون هستند.

قدم اول برای داشتن رستوران پایدار

یکی از چالش‌های دستیابی به پایداری، گسترده و متنوع بودن ابعاد مختلف این موضوع است. درک چگونگی ارتباط تصمیمات و فعالیت‌هایمان با اصول پایداری ساده نیست. ترسیم "نمودار حسابی" می‌تواند به ما در تشخیص این ارتباط و درعین حال تعیین محدوده‌ای برای اهداف و فعالیت‌هایمان کمک کند.

برای استفاده از این نمودار می‌توانید مراحل زیر را دنبال کنید:

در مستطیل مرکزی این نمودار یک فعالیت اصلی یا یکی از مراحل کاری خود را بنویسید. سپس در دایره‌ها اطلاعات خواسته شده را بنویسید. مثلاً در بخش انرژی، نوع انرژی مصرفی خود را بنویسید. در مرحله بعد تصور کنید که در پایدارترین حالت ممکن، اطلاعات داخل هر یک از دایره‌ها چه خواهد بود و سپس آن را به هر یک از دایره‌ها اضافه کنید. مثلاً اگر تمام انرژی مصرفی شما از انرژی‌های پاک تامین شود، سازمان شما از نظر مصرف انرژی پایدار خواهد بود. در مرحله بعد، بیرون هر دایره لیست فعالیت‌هایی که می‌تواند شما را به سمت پایدار بودن، هدایت کند بنویسید. مثلاً در بخش انرژی، کاهش مصرف انرژی از طریق استفاده از تجهیزات کم مصرف، می‌تواند شما را به هدف‌تان نزدیک کند.



مثال ساده زیر می تواند به شما در استفاده از این نمودار کمک کند. فرض کنید که صاحب یک رستوران پیتزا فروشی هستید و می خواهید فعالیت های رستوران را در جهت پایداری برنامه ریزی کنید:

در دایره مواد مصرفی

لیست مواد اولیه غذایی، جعبه های پیتزا، مواد تمیز کننده و نام هر ماده مصرفی دیگر را در داخل دایره بنویسید. سپس بنویسید که در حالت پایدار مواد غذایی اولیه مثلاً گوجه فرنگی، از مزارعی که گوجه فرنگی ارگانیک کشت می کنند و دستمزد منصفانه ای به کارگزارانشان می دهند و کمترین فاصله از نظر مسافت را به رستوران شما دارند تامین خواهد شد. همچنین جعبه های پیتزا از مقواهایی که صد درصد از منابع بازیافتی تهیه شده اند، ساخته خواهد شد. بعلاوه مواد تمیز کننده ای که برای محیط زیست و سلامتی انسان ها خطرناک نیستند خریداری خواهند شد.

در دایره انرژی

لیست نوع انرژی های مصرفی برای پخت پیتزا، گرم و سرد نگه داشتن محیط رستوران، نوع سوخت ماشین های حمل و نقل پیتزا و مواد اولیه را فهرست کنید. سپس بنویسید در پایدارترین حالت، تمام انرژی مصرفی رستوران از انرژی های سبز^{۲۵} که توسط شرکت خدمات انرژی به شما فروخته می شود تامین می گردد و ماشین های حمل و نقل رستوران با الکتریسیته یا سوخت های زیستی^{۲۶} کار می کنند.

در دایره محصول یا خدمات

محصول شما (پیتزا)، در پایدارترین حالت اگر از مواد غذایی ارگانیک تهیه شده باشد دارای اثرات منفی نخواهد بود.

25 - Green power

26 - Biodiesel

در دایره زباله

فهرستی از انواع زباله‌های تولیدی مانند مواد غذایی، ظروف یکبار مصرف و غیره را تهیه کنید. سپس بنویسید در پایدارترین حالت، تمامی زباله‌های رستوران شما بازیافت، استفاده مجدد یا کمپوست خواهند شد. به عبارت دیگر زباله تولیدی شما صفر خواهد بود. مثلاً تمام ظروف یکبار مصرف از نوع قابل تجزیه توسط طبیعت^{۲۷} خواهند بود.

در دایره اثرگذاری بر صنعت

جایگاه و میزان اثرگذاری خود را در پیشرفت صنف خود بنویسید. درحالت پایدار می‌توانید با استفاده از حضور خود در اتحادیه رستوران داران و تشویق همکاران خود برای شروع حرکت در جهت پایداری رستوران‌ها، در پایدار شدن صنعت غذایی پیشرو و تاثیرگذار باشید. به عنوان مثال با متقاعد کردن همکارانتان در خرید محصولات ارگانیک، می‌توانید بازار کافی برای تولید کنندگان محصولات ارگانیک و قیمت قابل خرید برای رستوران داران ایجاد کنید.

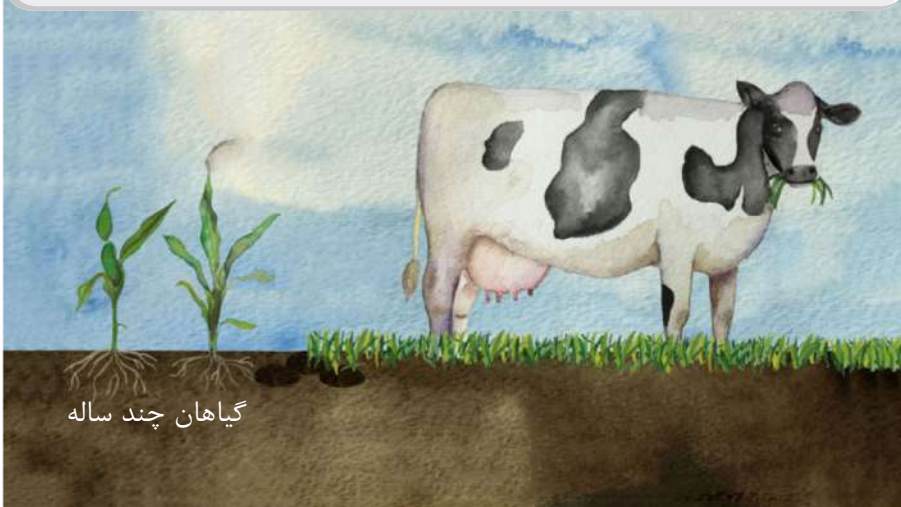
در دایره کمک به جامعه

نقش خود را در کمک به جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کنید، بنویسید. شما می‌توانید در پایداری محله و یا جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنید، موثر باشید. معمولاً شرکت‌ها اقدامی مرتبط با فعالیت تجاری‌شان را برای کمک به جامعه‌شان انتخاب می‌کنند. به عنوان مثال شما می‌توانید فعالیتی مرتبط با مشکل گرسنگی و یا حمایت از کشاورزان محلی را انتخاب کنید. نمودارحبابی می‌تواند به شما در تشخیص و نشان دادن فرصت‌های موجود برای حرکت به سمت پایداری کمک کند. (۳)

نمونه‌های اقدامات پایداری در رستوران‌های خارج از ایران

رستوران پرنیال^{۲۸}

کلمه پرنیال به معنی گیاهان چند ساله است. دلیل انتخاب این اسم، ویژگی این گروه از گیاهان در جذب دی اکسید کربن و کمک به کاهش پدیده تغییرات اقلیمی بوده است. بعد از بخش انرژی، گازهای گلخانه‌ای حاصل از فعالیت‌های کشاورزی و دامداری، دومین منبع اصلی تولید این گازها هستند. در این راستا، رستوران پرنیال در سان فرانسیسکو^{۲۹} محصولات دامداری‌هایی را خریداری می‌کند که علف‌های گیاهان چند ساله برای تغذیه به دام‌هایشان می‌دهند. علف‌های چند ساله، کربن را در ریشه‌های ضخیم خود حفظ می‌کنند و اکسیژن را به هوا پس می‌دهند. به کاشت این گروه از گیاهان که به کاهش دی اکسید کربن در فضا کمک می‌کنند، کشاورزی کربن^{۳۰} می‌گویند. همچنین این رستوران، برای کاهش انتشار دی اکسید کربن از گیاهان چند ساله مانند گندم کرنزا^{۳۱} برای پخت غذاهای خود از جمله نان استفاده می‌کند. به جز حفظ کربن در خاک، کاشت این گیاه به دلیل داشتن ریشه‌های بزرگ، مانع فرسایش خاک و راه افتادن سیل می‌شود. (۹) (۱۰)



گیاهان چند ساله

نقش گیاهان چندساله در کاهش پدیده تغییرات اقلیمی

28 - Perennial
29 - San Francisco

30 - Carbon Farming
31 - Kernza

رستوران‌های فاوندینگ فارمر^{۳۲}

صاحبان این رستوران‌ها، ۴۷۰۰۰ خانواده کشاورز عضو اتحادیه کشاورزان داکوتای شمالی^{۳۳} هستند و مواد غذایی مورد نیاز این رستوران‌ها توسط خانواده‌های کشاورز عضو و غیر عضو این اتحادیه تامین می‌شود. انتخاب مواد غذایی مورد استفاده این رستوران‌ها با دقت زیاد و از کشاورزانی تامین می‌شود که به اصول پایداری مانند پرداخت دستمزد منصفانه به کارکنان، توجه به حفظ محیط زیست و پرورش اخلاقی دام، پایبند هستند. این ارتباط کاری مستقیم، منجر به بهبود شرایط اقتصادی کشاورزان محلی و ترویج اصول کشاورزی و دامداری پایداری می‌شود.^(۱۱)

رستوران استریا موزا^{۳۴}

در سال ۲۰۰۳، جنبشی به اسم دوشنبه بدون گوشت^{۳۵} توسط دانشگاه جانزهاپکینز^{۳۶} آغاز شد که هدف از آن کاهش ۱۵ درصدی مصرف گوشت توسط شهروندان بود. این کاهش مصرف گوشت منجر به سلامت بیشتر، کاهش انتشار کربن و کاهش اثرات منفی پدیده تغییرات اقلیمی می‌شود. یکی از حامیان این جنبش، آشپز معروفی به نام، ماریو باتالی^{۳۷} صاحب رستوران استریا موزا^{۳۸} در لس آنجلس است. رستوران‌های بسیاری در کشورهای مختلف، حامی و اجرا کننده این جنبش در رستوران‌های خود هستند.^(۱۲)

32 - Founding Farmer
33 - North Dakota Farmers Union
34 - Osteria Mozza
35 - Meatless Monday

36 - Johns Hopkins University
37 - Mario Batali
38 - Osteria Mozza



رستوران دوکاس^{۳۹}

این رستوران از محصولات گلخانه و باغ خود که در کنار رستوران واقع شده‌اند، برای تهیه غذا استفاده می‌کند. همچنین مدیر این رستوران صاحب زمین کشاورزی‌ای است که در ۱۰ کیلومتری آمستردام واقع شده و در آن سبزیجات فصل در فضای آزاد کشت می‌شوند. صاحب این رستوران مسئولیت رسیدگی به گلخانه و زمین‌های کشاورزی را برعهده دارد و روزانه مواد غذایی مورد نیاز رستورانش را برداشت می‌کند. منوی این رستوران براساس سبزیجات فصل طراحی می‌شود. همه مواد غذایی مورد نیاز این رستوران قابل تامین از گلخانه و زمین زراعی‌اش نیستند ولیکن سایر مواد مورد نیاز از نزدیک‌ترین تولیدکنندگان خریداری می‌شوند. نام تامین‌کنندگان و جزئیاتی مانند استفاده از گوشت و لبنیات ارگانیک و صید روزانه ماهی، در سایت این رستوران وجود دارند. به بیان دیگر، این رستوران به خاطر استفاده از تازه‌ترین مواد غذایی، خود را از رقبایش مجزا و مشتریان را جلب کرده است. (۱۳)



لامپ‌های خورشیدی

رستوران نوآو^{۴۰}

این رستوران که بخشی از هتل ورد^{۴۱} در شهر کیپ‌تاون^{۴۲} آفریقای جنوبی است، هر هفته چهارشنبه شب‌ها در حمایت از جنبش "ساعتی برای زمین"^{۴۳} چراغ‌ها و دستگاه‌های غیر ضروری را خاموش می‌کند و با استفاده از لامپ‌های خورشیدی^{۴۴} نور مورد نیازش را تامین می‌کند. با اینکه جنبش "ساعتی برای زمین"، یک جنبش بین‌المللی برای آگاهی درباره اثرات مصرف انرژی بر پدیده تغییرات اقلیمی بوده و به صورت سمبولیک تنها یک ساعت در شب ۲۵ مارچ (برابر با ۴ فروردین) برگزار می‌شود، این رستوران با نگاهی فراتر از این جنبش، هر هفته با این اقدام به مشتریانش اطلاع‌رسانی می‌کند. همچنین در مصرف انرژی صرفه‌جویی کرده و در نهایت نیز فضایی ویژه و نو برای مشتریان خود ایجاد می‌کند. (۱۴)

40 - Nuovo Restaurant
41 - Hotel Verde
42- Cape Town

43 - Earth hour
44 - Solar-powered jar

ایکورن هاس^{۴۵}

صاحب این رستوران، یکی از آشپزهای سرشناس انگلیس به نام آرتور پاتس داوسن^{۴۶} است. وی صاحب رستوران‌های متعددی از جمله ایکورن هاس است و به دلیل طراحی و مدیریت رستوران‌هایش با کمترین اثرات منفی بر محیط زیست از شهرت ویژه‌ای برخوردار شده است. داشتن منوهای فصلی، تهیه مواد غذایی ارگانیک از نزدیکترین کشاورزان، داشتن سیستم کمپوست، میز و صندلی‌های تهیه شده از چوب‌های دارای گواهینامه اف اس سی (شورای نظارت بر جنگل‌ها^{۴۷})، دادن حق انتخاب به مشتریان برای سفارش غذا با حجم کمتر به منظور تولید حداقل زباله، کمتر هدر دادن مواد غذایی^{۴۸} و در نهایت امکان پرداخت هزینه کمتر برای مشتریانی که غذای کمتر می‌خورند، نظارت بر سیستم‌های حمل و نقل و پیدا کردن گزینه‌هایی که کمترین میزان مصرف انرژی و آلاینده‌گی را دارند (۴۰ درصد از حجم ترافیک لندن به خاطر صنایع غذایی رستوران‌ها و سوپرمارکت‌ها است) بخش کوچکی از برنامه‌های متداول در رستوران‌های داوسن هستند. (۱۵)

45 - Acorn House

46 - Arthur Potts Dawson

47 - FSC (Forest Stewardship Council)

۴۸ - یک سوم مواد غذایی کشت شده برای مصرف انسان‌ها در انگلیس دور ریخته می‌شود.

کافه هایکینگ هاوایی^{۴۹}

هیچ پلاستیکی در این کافه مصرف نمی‌شود. مثلاً به جای نی‌های پلاستیکی، از نی فلزی استفاده می‌شود، ظرف‌های حمل غذا به جای استیروفوم‌ها از مواد قابل کمپوست درست شده‌اند، به جای ظرف‌های پلاستیکی آب، پاکت‌های حاوی آب برای حمل آب طراحی شده‌اند. صاحب این رستوران در مصاحبه‌ای توضیح می‌دهد که با وجود بالاتر بودن قیمت بعضی از این ظروف به نسبت ظروف غیر قابل بازیافت، او به دلیل تعهدش به موضوع پایداری عقب‌نشینی نکرده و سایر رستوران‌داران با دیدن این تعهد، شروع به خریداری ظروف قابل کمپوست کرده و به تدریج به دلیل افزایش تقاضا، قیمت این ظروف کاسته شده است. ۷۰ درصد زباله‌های اقیانوس‌ها پلاستیک‌ها هستند و نی‌های پلاستیکی یکی از ۱۰ زباله غالب در پاکسازی سواحل هستند. از آنجایی که پلاستیک‌ها تجزیه نمی‌شوند، بسیاری مواقع تیکه‌های کوچک پلاستیک توسط جانداران دریازی خورده شده و سپس ما آن‌ها را در غذاهای دریایی می‌خوریم. این درحالی‌ست که در بسیاری از موارد حتی ضرورتی برای استفاده از نی وجود ندارد. (۱۶)(۱۷)



مدرسه آشپزی لندن^{۵۰}

این مدرسه آشپزی که یکی از برندگان جایزه پایداری انجمن رستوران پایدار انگلیس، در سال ۲۰۱۷ بوده است، ۹۹ درصد مایحتاج خود را در بسته‌های فلزی و شیشه‌ای دریافت می‌کند و هیچ پلاستیکی در این کلاس‌های آشپزی استفاده نمی‌شود. به عنوان مثال، پوشش‌های یکبار مصرف پلاستیکی (سلفون) در این رستوران مصرف نشده و تنها ورقه‌های آلومینیوم که از آلومینیوم بازیافتی درست شده‌اند، استفاده می‌شوند. (۱۸)



شرکت تولید غذای فارم استند^{۵۱}

این شرکت که برای رستوران‌های خود، شرکت‌های دیگر و همچنین بصورت آنلاین غذا می‌فروشد، از دادن آب در بطری‌های پلاستیکی خودداری می‌کند و در سایت خود اعلام کرده است که براساس مطالعه‌ای که دانشگاه ناتینگهام^{۵۲} انجام داده برای تولید هر بطری آب، ۷ لیتر آب و یک چهارم لیتر نفت پالایش شده نیاز است. سالانه ۷ میلیارد بطری پلاستیکی آب در انگلیس مصرف می‌شود و این عدد در حال افزایش است، در حالی‌که حتی نیمی از این بطری‌ها بازیافت هم نمی‌شود. (۱۹)

51 - Farmstand
52 - University of Nottingham

کافه گرین هاس^{۵۳} دانشگاه منچستر^{۵۴}

کافه دانشگاه منچستر، با تشویق دانشجویان به خرید ماگ‌هایش و ارائه قیمت‌های کمتر برای کسانی که از این ظروف برای نوشیدنی‌های گرم و سوپ استفاده می‌کنند، دانشجویان را تشویق به استفاده کمتر ظروف یکبارمصرف می‌کند. دانشگاه منچستر برآورد کرده است که سالانه، ۵۰۰ درخت برای تولید ظروف یکبار مصرف این دانشگاه قطع می‌شوند و پروژه استفاده از ماگ برای پاسخ به این چالش آغاز شده است. در سرتا سر دنیا، هر دقیقه، یک میلیون لیوان یکبار مصرف دور ریخته می‌شود. این به مفهوم، دور ریختن و استفاده غیر بهینه منابع، نابودی جنگل‌ها و تولید زباله است (۵۰ سال زمان برای بازیافت هر لیوان یکبار مصرف لازم است). برعکس تصور عموم، بیشتر انواع لیوان‌های یکبار مصرف به دلیل استفاده ترکیبی از پلاستیک و کاغذ، قابل بازیافت نیستند و تنها یک لیوان از ۴۰۰ لیوان بازیافت می‌شود. بعضی از فعالان محیط زیست با دیدن کاهش استفاده از کیسه‌های پلاستیکی در سوپرمارکتها به خاطر پرداخت هزینه برای خرید آن‌ها، پیشنهاد استفاده از سیستم مشابهی را برای لیوان‌های یکبار مصرف کرده‌اند. باید توجه کرد که راه حل‌های پیشنهادی علاوه بر مطابقت با اصول پایداری، درعین حال ساده، کاربردی و از کیفیت خوبی نیز برخوردار باشند. (۲۰)(۲۱)



رستوران رله^{۵۵}

این رستوران دانمارکی در کپنهاگ^{۵۶}، از تمام فعالیت‌های مرتبط با پایداری خود یک گزارش پایداری^{۵۷} برای اطلاع‌رسانی به همگان در وب‌سایتش ارائه کرده است. این گزارش جامع ۲۰ صفحه‌ای، در ۳ بخش: منابع غذایی مورد استفاده، اثرات محیط‌زیستی و اثرات اجتماعی، تهیه شده است. مثلاً در بخش منابع مورد استفاده، توضیح داده شده است که تمام میوه‌ها و سبزیجات رستوران، داخل دانمارک تولید شده‌اند، به جز مرکبات که از ایتالیا وارد می‌شوند. بدین ترتیب از کشاورزان داخل دانمارک حمایت شده و هزینه حمل‌ونقل و اثرات محیط‌زیستی کمتر خواهد بود. در بخش اثرات محیط‌زیستی، به استفاده از تمیزکننده‌هایی که دارای گواهی‌نامه نوردیک اکولبل^{۵۸} هستند و انواع دستمال و کاغذ دارای گواهی‌نامه اف‌اس‌سی^{۵۹} (شورای حفاظت جنگل) اشاره شده است. استفاده از چک لیست‌های لمینیت شده برای چک زدن کارهای روزانه و یا لیست مواد غذایی مورد نیاز با مازیک و پاک کردن آن برای استفاده در روز بعد به جای استفاده از

58 - Nordic Ecolabel
59 - FSC

55 - Relæ
56 - Copenhagen
57 - Sustainability Report

لیست‌های کاغذی، فرستادن رسید پرداخت به ایمیل مشتریان به جای چاپ آن‌ها بر روی کاغذ، درخواست از تولید کنندگان به فرستادن رسیده‌ها به ایمیل رستوران به جای رسیده‌های کاغذی، تنها بخش بسیار کوچکی از فعالیت‌های مختلف این رستوران در جهت کاهش اثرات محیط‌زیستی هستند. در بخش اثرات اجتماعی، عنوان شده که از آثار هنرمندان محلی برای تزیینات داخلی رستوران استفاده شده و ظروف سرامیک رستوران نیز توسط هنرمندان داخل دانمارک ساخته شده‌اند. همچنین رستوران رله در پروژه‌ای طراحی منوی غذای سالم برای مدارس کپنهاگ را بر عهده دارد و در پروژه‌ای دیگر که سالانه برگزار می‌شود، در مراسمی ۳ وعده غذای مجانی برای کودکان پخته و منافع حاصل از خرید بلیط این مراسم برای حمایت از ریشه‌کنی فقر در بولیوی استفاده می‌شود. کارکنان این رستوران، از قرارداد مکتوب، مرخصی برای تعطیلات، حقوق منطبق با قانون، آموزش در زمینه‌هایی مانند کمک‌های اولیه، فرصت سفر به مزارعی که تامین کنندگان رستوران هستند به منظور شکل‌گیری همکاری بهتر با کشاورزان، مراسم قدردانی سالانه و تیم فوتبال برای تشویق به داشتن فعالیت فیزیکی برخوردار هستند. بعلاوه فرصت کارآموزی در رستوران با حقوق منصفانه برای دانشجویان رشته‌های مرتبط با رستوران داری وجود دارد. (۲۲)



رستوران کن تین^{۶۰}

این رستوران در شهر بریستل^{۶۱} انگلیس، بیش از ۱۰ درصد سود خالص سالانه اش را به خیریه‌های محلی کمک می‌کند. با انجام این کار، صاحبان کن تین نشان می‌دهند، برای جامعه‌ای که در آن کار می‌کنند ارزش قائل هستند و حضور رستوران‌شان اثری ملموس بر بهتر شدن شرایط اجتماعی شهروندان دارد. (۲۳)

رستوران ویت شیف^{۶۲}

در راستای کاهش اثرات منفی محیط‌زیستی، مبلمان مورد استفاده این رستوران همگی به طور عمد دست دوم خریداری شده‌اند. استفاده مجدد و طولانی‌تر، منجر به دیرتر فرستاده شدن این مبلمان‌ها به زمین‌های دفن و استفاده کمتر از منابع اولیه برای ساخت مبلمان جدید می‌شود. همچنین این رستوران به هیچ وجه روغن نخل در غذاهای خود استفاده نمی‌کند. تخریب جنگل‌ها و زیستگاه‌های حیات وحش به منظور کاشت درخت نخل، منجر به از بین رفتن گونه‌های جانوری و گیاهی می‌شود. بعلاوه، انرژی مورد استفاده این رستوران ۱۰۰ درصد از منابع قابل تجدید توسط شرکت اکوتریسیتی^{۶۳} تامین می‌شود. همچنین، صاحبان این رستوران هنگام تامین محصولات اولیه مورد نیاز رستوران، به چگونگی تولید این محصولات و شرایط کاری کارگران اهمیت می‌دهند. (۲۴)

60 - Canteen
61 - Bristol

62 - Wheatsheaf
63 - Ecotricity



شرکت کیتترینگ وچرین^{۶۴}

این شرکت خصوصی کیتترینگ با ۳۴ شعبه در سرتاسر انگلیس و ۳۸۴ کارمند، در گزارش پایداری سال ۲۰۱۶ - ۲۰۱۷ خود تصویر جامعی را از جنبه های مختلف پایداری این شرکت ارائه کرده است. به عنوان مثال، موارد زیر در این گزارش مطرح شده اند:

هر وعده غذایی این شرکت کمتر از ۳۰ درصد پروتئین حیوانی دارد (هر وعده نباید بیش تر از ۸۵ گرم پروتئین حیوانی داشته باشد) تقریباً ۱۸ درصد از گازهای گلخانه ای از پرورش حیوانات است، ۳۵ درصد هر وعده غذایی باید سبزیجات و میوه های فصل باشد و هیچگونه مواد غذایی فراوری شده در غذاهای این شرکت استفاده نمی شوند. بخش قابل توجهی از غذاهای این رستوران عنوان "مغذی و خوشمزه" دارند، این غذاها شکر، نمک و چربی های اشباعشان کمتر از غذاهای رستوران های مشهور انگلیس است. در سال ۲۰۱۶، ۳۰ درصد فروش از این گروه از غذاها بوده است. ماهی های مورد استفاده این شرکت تنها از منابع مورد تایید انجمن حفظ منابع دریایی^{۶۵} تامین می شود. در سال ۲۰۱۶،



64 - Vacherin

65 - Marine Conservation Society

ارگان غذا و کشاورزی سازمان ملل^{۶۶} اعلام کرد حدود ۹۰ درصد از منابع دریایی به اندازه ظرفیتشان و یا بیش از ظرفیتشان صید شده‌اند. همچنین، این گزارش پایداری، به اهداف ۱۷ گانه توسعه پایدار اشاره می‌کند و در راستای دستیابی به هدف شماره ۱۲، یعنی تولید و مصرف مسئولانه، به کاهش میزان زباله غذایی اش اهمیت می‌دهد. مثلاً در سال ۲۰۱۶، در ۵ کافه شلوغ این شرکت، میزان زباله غذایی در هر سفارش ۲۵ درصد کاسته شد. آموزش آشپزها و کارکنان در استفاده بهینه از مواد غذایی و آموزش مشتری‌ها برای جدا سازی و بازیافت زباله غذایی، بخشی از آموزش‌های مرتبط با این موضوع بوده‌اند. با وجود اینکه در سال ۲۰۱۵، هدف این شرکت تولید میزان صفر زباله برای سال ۲۰۱۸ بود، این هدف در سال ۲۰۱۶ تحقق پیدا کرد. در سال ۲۰۱۶، ۶۹٫۶ درصد از زباله این شرکت بازیافت یا هضم غیر هوازی^{۶۷} شده و ۳۰٫۴ درصد نیز به انرژی تبدیل گردید. تمام کارکنان این شرکت، ۴ بار در طول سال، در زمینه پایداری و نوآوری‌های شرکت‌های دیگر در این راستا آموزش می‌بینند و ۲ روز مرخصی با حقوق برای کار در خیریه‌ها دارند. در سال ۲۰۱۶، ۲۳۲ ساعت کار داوطلبانه توسط کارکنان این شرکت انجام شد و قرار بر دو برابر کردن این میزان برای سال ۲۰۱۷ بوده است. (۲۵)



66 - United Nations Food and Agriculture Organisation

67 - Anaerobic digestion

رستوران ماهی و چیپس کینگ فیشر^{۶۸}



این رستوران محلی جایی برای نشستن ندارد و مشتریان که معمولاً در نزدیکی رستوران زندگی می‌کنند، غذای شان را خریداری کرده و در منزل می‌خورند. این نوع از رستوران‌ها به دلیل استفاده از ظروف یکبار مصرف و پلاستیک‌ها، زباله زیادی تولید می‌کنند. رستوران کینگ فیشر به منظور کاهش مصرف پلاستیک، ساک‌های دارای عایق به مشتریان می‌دهد و آن‌ها را تشویق می‌کند به جای کیسه‌های پلاستیکی از این ساک‌ها استفاده کنند. به طور متوسط هر هفته از هر ۲۰۰ مشتری این رستوران، ۲۰۰ مشتری از این ساک‌ها استفاده می‌کنند. (۲۶)

رستوران سی فود^{۶۹}

این رستوران برای ۴۲ سال غذاهای اصلی‌اش از ماهی بس^{۷۰} غیر پرورشی (آزاد) تامین می‌شد. سال ۲۰۱۶، "انجمن رستوران پایدار" صاحبان این رستوران را از وضعیت وخیم ماهی بس از نظر محیط‌زیستی مطلع کرد. صاحبان این رستوران باید تصمیم‌سازنده‌ای درباره این موضوع می‌گرفتند. تغییر غذای اصلی منو، آگاهی از محبوبیت رستوران به خاطر این نوع خاص از ماهی، صحبت با ماهی‌گیران، آگاه‌سازی مشتریان و آموزش آشپزها همگی از چالش‌های پیش رو بودند. این رستوران به داده‌ها و دلایلی که انجمن رستوران پایدار به آن‌ها ارائه کرد، اطمینان کرد و دیدی فراتر نسبت به تامین ماهی رستوران بدست آوردند. آن‌ها چالش حذف ماهی بس برای یک سال را پذیرفتند و خواستند که بخش موثر و فعالی در این حرکت باشند. پیدا کردن ماهی جایگزین با کیفیت عالی، رضایت مشتری‌ها، تعهد به اساسنامه غذاهای دریایی پایدار^{۷۱} که توسط "انجمن حفاظت منابع دریایی"^{۷۲} طراحی شده، توجه دائم به لیست قرمز این انجمن و حذف منابعی که وارد این لیست می‌شوند، از جمله فعالیت‌های این رستوران هستند. (۲۷)

69 - The Seafood Restaurant
70 - Bass

71 - Sustainable Seafood Policy
72 - Marine Conservation Society

کافی شاپ‌های شهر فرای بورگ^{۷۳}

در هر ساعت، ۳۰۰۰۰۰ لیوان یکبار مصرف برای نوشیدن قهوه در آلمان مصرف می‌شود. این لیوان‌ها قابل بازیافت نیستند و صرف مواد اولیه و انرژی برای تولید آن‌ها با وجود مصرف بسیار کوتاه (۱۳ دقیقه به طور متوسط) و در نهایت تولید حجم انبوهی از زباله، روش تولید و مصرف بهینه‌ای نمی‌باشد. برای پاسخگویی به این مشکل، کافی شاپ‌های شهر فرای بورگ با همکاری در سیستم پیشنهادی شهرداری این شهر، نوشیدنی مورد نظر را در لیوان‌های پلاستیکی که تا ۴۰۰ بار قابلیت استفاده مجدد دارند با بیعانه ۱ یورو به مشتری می‌دهند. بعد از صرف نوشیدنی این لیوان‌ها توسط هر کافی شاپ دیگری که عضو این شبکه است و نشان سبزرنگی بر شیشه خود دارد از مشتری پس گرفته شده، شسته و بعداً برای مشتری دیگری استفاده مجدد می‌شود. (۲۸)

پیشنهادات کلی

۱

تاسیس "انجمن رستوران‌های پایدار"، به منظور رسمیت یافتن و کاربردی شدن موضوع پایداری در رستوران‌های ایران. ارائه کلاس‌های آموزشی، نگارش منابع به زبان ساده برای راهنمایی ذی‌نفعان مرتبط، ارائه مشاوره، طراحی سیستم درجه‌بندی و ستاره دادن به رستوران‌ها بر اساس شاخص‌های پایداری، معرفی رستوران‌های برتر از نظر پایداری و جایزه دادن سالانه، عضو گرفتن، چاپ نشانگر پایداری برای نمایش توسط رستوران‌ها.

۲

اگر می‌خواهید یک رستوران پایدار داشته باشید، نگاه‌تان به موضوع پایداری و تعهد به آن نباید به شکل یک کار یا هدف کوتاه مدت باشد. واقعیت این است که داشتن یک رستوران پایدار، نیازمند حرکت در مسیری ادامه دار و پیدا کردن روش‌های کارا تر برای بهتر شدن است. بدین منظور توصیه می‌شود با مطالعه، دائماً به دانش خود در زمینه پایداری بی‌افزایید و تغییرات لازم را در روش‌های کاری و تصمیمات خود اجرا کنید. (۳۰)

۳

با کسانی که به هر طریقی کارشان می‌تواند با موضوع پایداری رستوران‌ها ارتباط پیدا کند، تماس بگیرید. مثلاً آیا دانشگاه‌ها علاقمند به انجام پروژه‌های تحقیقاتی روی این موضوع هستند یا آیا اتحادیه رستوران‌داران منابعی در رابطه با پایداری رستوران‌ها می‌تواند در اختیار شما بگذارد یا آیا ارگان‌های دولتی سیاست‌ها و برنامه‌هایی برای ایجاد انگیزه بیشتر در تعهد به پایداری طراحی کرده‌اند؟^{۷۴} همچنین تحقیق کنید که آیا رستوران‌های دیگری هم در شهر شما پایداری را در اصول کاری خود در نظر گرفته‌اند؟ (۳۱)

۴

نوشتن خط مشی‌کاری رستوران‌تان در زمینه پایداری، به منظور رسمیت یافتن این دیدگاه در رستوران و روشن شدن این مفهوم برای کارکنان و تامین‌کنندگان توصیه می‌شود.

۷۴ - به عنوان مثال، اتحادیه اروپا، در پروژه ای با عنوان Live Well for Life، نشان می‌دهد که چه سیاست‌هایی می‌توانند منجر به ترویج بیشتر رژیم غذایی پایدار شود. همکاری سیاست‌گذاران، نمایندگان صنایع مواد غذایی، کشاورزان، نمایندگان بخش بهداشت و سلامت، اساتید دانشگاه و جامعه مدنی، شبکه‌ای از ذی‌نفعان ایجاد کرده که در هر مرحله از این پروژه، نظرات‌شان در نظر گرفته می‌شود.

۵

عملکرد کنونی خود را ارزیابی کنید (استفاده از نمودار حبابی به انجام اینکار می‌تواند کمک کند) سپس اهداف کوتاه مدت و بلند مدت واقع بینانه‌ای که قابل اندازه‌گیری هستند، تنظیم کنید و برنامه کاری لازم برای رسیدن به این اهداف را بنویسید. می‌توانید اولین قدم خود را به صورت یک پروژه کوچک شروع کنید. این اهداف را هر از گاهی مرور کنید زیرا احتمالاً با گذشت زمان اهدافتان نیاز به بازبینی خواهند داشت. (۳۲)

۶

آموزش کارکنان و ایجاد ارتباط احساسی با موضوع پایداری با استفاده از نشان دادن فیلم و عکس، منجر به ایجاد آگاهی، تغییر در عملکرد و ایجاد حس تاثیرگذار بودن و اهمیت داشتن در کارکنان می‌شود. داشتن کارکنان با انگیزه برای کمک به ساختن جامعه‌ای بهتر و حس تعلق آن‌ها به مجموعه‌ای که فرای سود مالی در اهدافش هست، در نهایت منجر به کیفیت کار بهتر و سود مالی بالاتر برای رستوران می‌شود. (۳۳)

۷

در تامین محصولات و مواد اولیه مورد نیاز رستوران، جامع‌نگر باشید و تامین‌کنندگان را از اهداف پایداری رستوران و خواسته‌هایتان مطلع کنید. مثلاً توضیح دهید که کمترین دفعات حمل محصولات، کمترین مسافت، کمترین میزان بسته‌بندی (به خصوص استفاده از مواد غیر قابل برگشت به طبیعت مانند استیروفوم‌ها) در صورتی که به سریع‌تر خراب شدن این مواد نمی‌انجامد، تولید کمترین میزان زباله و تامین حداکثر درصد مشخصی از میوه‌ها و سبزیجات (مثلاً ۵ درصد) از مزارع محلی، مد نظرتان هست. دادن این آگاهی به تامین‌کنندگان می‌تواند منجر به تاثیرگذاری بر روش‌های کاری آن‌ها شده و حتی شاید بتوانند راه‌حل‌های بهتری برای کاهش هزینه‌ها و اثرات منفی محیط‌زیستی و اجتماعی رستوران به شما ارائه کنند. مثلاً افزایش دانش شما درباره محصولات فصل از طریق صحبت با تامین‌کنندگان تان می‌تواند منجر به طراحی منو با توجه به موجود بودن این محصولات شود. (۳۴)، (۳۵)



صاحبان رستوران می‌بایست مشتری‌ها را از اهداف و فعالیت‌های پایداری‌شان مطلع کنند و آن‌ها را در جریان موفقیت‌های خود در راستای پایداری بگذارند. در این راستا آموزش مشتریان و استفاده از موضوع پایداری برای بازاریابی توصیه می‌شود. با بالا رفتن آگاهی و انتظار مشتریان درباره روش‌های تامین محصولات و اثرات محیط‌زیستی و اجتماعی، حتی در مواردی که قیمت بالاتری برای استفاده از محصولات پایدار ارائه شود، این آگاهی منجر به حفظ مشتریان و در نهایت افزایش تقاضا برای این محصولات و کاهش قیمت‌ها به مرور زمان خواهد شد. همچنین، استفاده از روش‌هایی که منجر به تشویق مشتریان به انتخاب‌های پایدارتر می‌شود، توصیه می‌شوند. به عنوان مثال، محل پرینت نام غذا در منو، روی نوع انتخاب غذا توسط مشتریان تاثیرگذار است. با بالاتر قراردادن غذاهای گیاهی و یا گزینه‌های سالم‌تر که نمک، شکر، گوشت و روغن کمتر دارند، مشتریان بیشتری این گزینه‌های جدید را امتحان خواهند کرد. ارائه قیمت‌های کم برای ایجاد انگیزه در مشتریان و انتخاب غذاهای تهیه شده از سبزیجات و میوه‌های فصل نیز موثر است. این استراتژی منجر به آگاهی مشتریان درباره اهمیت تازگی مواد غذایی، تامین آن‌ها از نزدیک‌ترین محل و موثر بودنشان در حمایت از اقتصاد داخلی می‌شود. (۳۶)(۳۷)(۳۸)

گاهی به دلیل پیچیده بودن زنجیره‌های تامین، بخصوص در مواردی که مواد غذایی از سایر کشورها وارد می‌شود، دانش مصرف‌کنندگان از شرایط تامین خیلی محدود و گاهی غیرصحیح است. این عدم آگاهی منجر به سوء استفاده بعضی از تولیدکنندگان برای بدست آوردن بیشترین سود می‌شود. مثلاً رایج بودن برده‌داری مدرن^{۷۵} در صد منابع دریایی و آزار و قتل کارگران مهاجر از جمله موارد گزارش شده هستند. در سال ۲۰۱۵، طی تحقیقاتی معلوم شد که برای تمیز کردن میگوهای کینگ در تایلند، سیستم‌های مدرن برده‌داری رایج هستند و در نهایت میگوهای حاصل از این سیستم در کشورهای اروپایی مانند انگلیس به فروش می‌رسند. در شرایطی که بازدید از این فضاهای کاری ممکن نیست، خرید محصولات دریایی دارای استاندارد بی‌ای پی^{۷۶} که در ارائه آن‌ها شاخص‌های اجتماعی مانند دستمزد منصفانه، شرایط کاری مناسب، عدم استفاده از کودکان و غیره در نظر گرفته شده‌اند، می‌تواند به انتخاب محصول کمک کند. (۳۹)(۴۰)

75 - Modern Day Slavery

76 - BAP (Best Aquaculture Practices) - <https://www.bapcertification.org/>

نتیجه گیری

دستیابی به اهداف ۱۷ گانه توسعه پایدار تا سال ۲۰۳۰، بدون همکاری دولت‌ها، شرکت‌های خصوصی، سازمان‌های غیرانتفاعی، مراکز آموزشی و از همه مهم‌تر شهروندان امکان پذیر نخواهد بود. شاید در نگاه اول، خواننده این متن تصور کند که تنها رستوران داران باید از مطالب این راهنما مطلع باشند درحالی‌که تمام ذی‌نفعان باید نقش خود را برای دستیابی به اهداف پایداری مرتبط با صنعت رستوران‌داری، درک و اجرا کنند. مثلاً دولت‌ها و شهرداری‌ها با طراحی سیاست‌های لازم به منظور ایجاد انگیزه برای کاهش تولید زباله توسط رستوران‌ها (بعضی از شهرداریها به ازای میزان زباله تولیدی و تنها برای زباله‌هایی که قابل بازیافت و کمپوست نبوده اند هزینه حمل و مدیریت زباله را خواستار می‌شوند)^{۷۷}، مراکز آموزشی مثل دانشگاه‌ها با آموزش اصول پایداری (نسل‌های جوان از علاقمندی و انعطاف پذیری بالاتری برای اجرای روش‌های جدید در راستای پایداری برخوردارند)، شرکت‌های خصوصی با تشویق کارکنان در توجه به سلامتی خودشان (مثلاً تهیه غذا برای کارکنان از رستوران‌هایی که شاخص‌های سلامتی را در طراحی منوی غذایی خود در نظر گرفته اند) ، سازمان‌های غیرانتفاعی با ایجاد فضای لازم برای گفت‌وگو و مشارکت ذی‌نفعان مرتبط با غذا در راستای دستیابی به اهداف ۱۷ گانه و از همه مهم‌تر شهروندان با افزایش آگاهی‌شان از اصول پایداری و مطالبه آن‌ها از مراکز تهیه غذا، همگی در پیشبرد فرهنگ پایداری سهیم هستند.

منابع

۱. راهنمای مقدماتی تهیه گزارش پایداری، ترجمه و تنظیم: نگار قدیمی، انجمن طرح سرزمین، چاپ تابستان ۱۳۹۶
2. Repaint the Future, Your guide to a sustainable tomorrow; Sustainia
۳. مقدمه‌ای بر پایداری از دیدگاه محیط زیستی، نگار قدیمی، نشر شور آفرین، چاپ زمستان ۱۳۹۵
4. www.thesra.org/framework
5. www.thesra.org/rating
6. www.huffingtonpost.com/john-friedman/sustainable-business_b_1576400.html
7. wahospitality.org/blog/sustainable-restaurants-lower-costs-cleaner-environment-community-building-customer-goodwill/
8. conserve.restaurant.org
9. sf.eater.com/2016/1/19/10784686/the-perennials-san-francisco-opening
10. www.wri.org/blog/2014/05/everything-you-need-know-about-agricultural-emissions
11. www.wearefoundingfarmers.com/about/story/sustainability/
12. www.laweekly.com/restaurants/meatless-mondays-be-a-vegetarian-just-for-one-day-2382903
13. www.restaurantdekas.nl/nursery
14. www.hotelverde.com/static/weekly-earth-hour
15. www.independent.co.uk/life-style/food-and-drink/features/acorn-house-eat-drink-and-be-green-6230087.html
16. www.foodmadegood.org/s/blog#a1S2A000007xTL2UAM
17. <https://www.youtube.com/watch?v=UytNSLUUyCI>
18. www.cookeryschool.co.uk/sustainability/
19. farmstand.co.uk/what-we-stand-for/
20. www.foodoncampus.manchester.ac.uk/didyouknow/
21. www.theguardian.com/environment/2016/sep/29/switch-disposable-coffee-cups-for-reusables-urge-campaign-groups

22. www.restaurant-relae.dk/wp-content/uploads/Sustainability-Report-2016_4.pdf
23. www.canteenbristol.co.uk/about-the-canteen-bristol/
24. www.thewheatsheafchiltonfoliat.co.uk/sustainability/
25. www.vacherin.com/1010/vacherin-cares.html
26. www.foodmadegood.org/s/blog#a1S2A000007xRxCUAU
27. www.foodmadegood.org/s/blog#a1S2A000007xNznUAE
28. freiburgcup.de/de/was.php
29. www.thesra.org/membership/howitworks
30. www.buzztime.com/business/blog/restaurant-sustainability-11-ways-limit-environmental-footprint
31. conserve.restaurant.org/Best-Practices/Getting-Started
32. conserve.restaurant.org/Best-Practices/Getting-Started
33. events.sustainablebrands.com/newmetrics17/updates/winning-in-the-marketplace-and-workplace-by-engaging-employees-in-sustainability?utm_source=email&utm_medium=community&utm_content=button&utm_campaign=sbnews201732&mk_tok=eyJpIjoiTIRFM1pUaGxNR0UwT0RZMSIsInQiOiJtNEZxeHUyZjJ1QkQrcGJaNDZlaU5sZzFTRjdcL1hK09TdG1pdStWX-C9KOVhLclNPNUVMVFRnRzM2U4YmJuNTINeXNIZHh0ZUVNYnpydlhzK2Nwa3MyMnVkUFdTd0ROMmFNZm9qR1NtQU9vcngx-OFNsb2tScEZOuhcrRHpRejh1In0%3D
34. www.foodmadegood.org/s/blog#a1S2A000007xJ1UUUAU
35. www.buzztime.com/business/blog/restaurant-sustainability-11-ways-limit-environmental-footprint/
36. www.fastcasual.com/arcles/5-eco-friendly-trends-radically-transforming-foodservice/
37. www.foodmadegood.org/s/blog#a1S2A000007xQpuUAE
38. www.foodmadegood.org/s/blog#a1S2A000007xQf6UAE
39. www.foodmadegood.org/s/blog#a1S2A000007xOLOUAM
40. www.foodmadegood.org/s/blog#a1S2A000007xOQyUAM
41. Eat in Sustainia, Taste the food systems of tomorrow, EAT and Sustainia 2015
42. SDGs in Ac on app, accessed June 27, 2018



طراحی و صفحه آرایی: سعید عزتی

نویسنده: نگار قدیمی