

# Restaurantul verde SALVIS AMET (salvați mediul)



## Principalele scopuri ale restaurantului

- Restaurantul verde *Salvis Amet* își propune să le ofere clienților *alternative eco-friendly* și să câștige încrederea acestora, susținând astfel *activitățile care protejează mediul înconjurător*.
- Mai mult decât un restaurant, Salvis Amet este *un semnal de conștientizare* pentru oamenii care nu iau încă în serios *impactul negativ al omului asupra mediului* și *acțiunile de prevenire a deteriorării mediului în viitor*.

## Principiu 1

**Combaterea sărăciei și a  
excluziunii sociale**

### Acțiuni:

Restaurantul nostru nu acceptă nicio formă de risipă. După finalizarea mesei, fiecare client va trebui să își depoziteze resturile de mâncare în aparatele de cântărit speciale, care sunt dispuse în punctele de colectare ale localului. În funcție de cantitatea de mâncare rămasă, se va calcula suma care trebuie achitată de fiecare client (per 100g).

## Obiectiv 1

**2** FOAMETE  
ZERO





Toate încasările acestor aparate se vor duce către fundațiile caritabile care combat foametea pe plan național și mondial. Totodată, clienții vor fi încurajați să comande doar strictul necesar, întrucât orice formă de exagerare a cererii de mâncare va rezulta în taxarea acestora. Cum nimănui nu îi place să fie taxat, risipa se va reduce considerabil.

Ulterior, resturile de mâncare vor fi selectate și folosite pentru a produce compost. Complexul din care face parte restaurantul dispune de o fabrică specială de producere a compostului, care este ghidată de specialiști în domeniu.





## Principiu 2

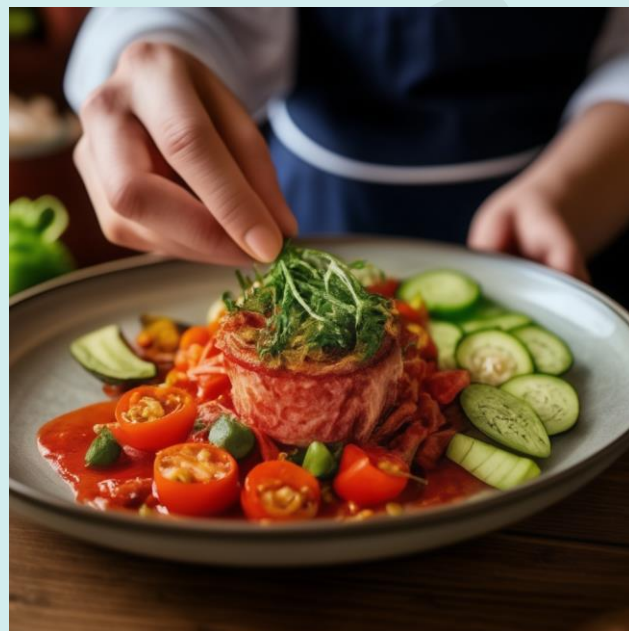
**Analiza atentă și echilibrată  
a costurilor și beneficiilor**

### Acțiuni:

Toate preparatele restaurantului nostru sunt alcătuite din ingrediente naturale, procurate atât din grădina proprie, cât și obținute de la furnizorii locali. Astfel, aveam control asupra calității mâncării și susținem micile afaceri. Pentru o producție sustenabilă și responsabilă, încercăm să utilizăm cât de mult putem ingredientele, în funcție de starea lor. Spre exemplu, dacă o roșie este coaptă și nu mai poate fi folosită într-o salată, o vom transforma în sos de roșii.

## Obiectiv 2

**12** CONSUM ȘI  
PRODUȚIE  
RESPONSABILĂ



Valorificarea sporită a ingredientelor naturale, folosirea metodelor tradiționale de gătit (afumatul, marinarea, fermentarea), colectarea resturilor alimentare, transformarea acestora în compost și utilizarea compostului pentru viitoarea producție de alimente (majoritar vegetale), alcătuiesc un ciclu sustenabil și un sistem de producție eficient.



## Principiu 3

**Oamenii sunt beneficiarii  
cei mai importanți ai  
dezvoltării durabile**

## Obiectiv 3

**17** PARTENERIAȚE  
PENTRU REALIZAREA  
OBIECTIVELOR



### Acțiuni:

Așa cum am menționat mai sus, dorim să colaborăm cu furnizorii locali, care practică un comerț echitabil. Astfel, stocul nostru de produse bio este asigurat. Totodată, această colaborare va duce la susținerea afacerilor mici și la formarea unei comunități mai strânse, care urmărește un țel unic: protejarea mediului.





Pentru a crește credibilitatea și impactul restaurantului asupra oamenilor, ne vom asocia brand-ul cu mari nume de activiști de mediu sau cu celebrități care sunt implicate în activități de ocrotire a mediului.



De asemenea, vom lansa diverse campanii de publicitate pentru a provoca mesajul pe care vrem să îl transmitem, și anume că există alternative de mâncare bio și măsuri care pot fi luate pentru a proteja mediul.

Așa cum am menționat mai sus, nu o să ne oprim doar la deținerea unui restaurant bio, ci ne dorim să încurajăm oamenii să fie mai conștienți în legătură cu contribuția lor la protejarea mediului sau la distrugerea acestuia.



# Rezultate

## PRIMUL AN

Întocmirea unui meniu echilibrat în funcție de recenziile clienților timpurii

Expunerea restaurantului la potențialii clienți și promovarea mesajului eco-friendly

Începerea colaborărilor cu furnizorii locali

## ANUL 2 - ANUL 5

Îmbunătățirea sistemului de producție, luând în considerare principalele probleme care au apărut în primul an al afacerii

Creșterea parteneriatelor cu furnizorii locali și reactualizarea meniului

Alte campanii publicitare

## URMĂTORII 5 ANI

Câștigarea încrederii clienților

Colaborarea cu activiștii de mediu și cu celebritățile care susțin protejarea mediului

Deschiderea a cât mai multe localuri în zone de interes (mall-uri, zone turistice)

# Exemplu de campanie publicitară

<https://www.youtube.com/watch?v=TdcUwujX65k>

## Mulțumesc pentru vizionare!

Harabagiu Ștefan  
Clasa a XI a C