

Stefan-Dragos CÎRSTEA
Universitatea Tehnica Cluj-Napoca, Facultatea de Inginerie Electrică

WHY RESTAURANTS SHOULD GO GREEN? – MAIN ENVIRONMENTAL PRACTICES IN RESTAURANTS INDUSTRY

Theoretical
articles

Keywords

Green restaurant
Green industry
Environmental practices
Economic benefits

JEL Classification

Q56, M10

Abstract

Hospitality businesses influence the sustainability of their natural environment by consuming significant amounts of natural resources. Restaurant industry employs one in every three retail workers and consumes one-third of all retail electricity use and almost 30% of all meals were eaten away from home, last year. This study attempted to identify the most important benefits obtained from green practices implementation and which are the basic environmental practices that can be adopted by the organisations in order the improve their image and reduce their costs. Moreover, our research has been undertaken in parallel with worldwide existing trends in order to better understand the direction in which green restaurants are moving. This study results inventories the main environmental practices and actions that can be implemented in restaurants.

Introducere

Industria ospitalitatii este un domeniu care are o influenta semnificativa asupra mediului natural prin consumul semnificativ de resurse. Pornind de la ideea centrala a dezvoltarii durabile, care conform definirii din Raportul Bruntland reprezinta satisfacerea nevoilor actuale fara a pune in pericol sansa generatiilor viitoare de a-si satisface propriile nevoi, consideram ca si restauratia are obligatia de a intreprinde o serie de actiuni care sa ii limiteze impactul atat asupra mediului din care face parte, cat si asupra consumului de resurse naturale.

Putem observa in ultima perioada ca tot mai multe organizatii din acest sector constientizeaza nevoia de protectia a mediului si incep sa se orienteze catre o industrie verde. Wang et al (2013) considera ca termenul "verde" nu semnifica doar o simpla culoare, conceptul de "verde" este mult mai larg. Acest concept inglobeaza termeni precum: eco-friendly, echitate sociala si dezvoltare economica. Industria verde nu este doar protectia mediului, este reciclare, control eficient al gestiunii deeurilor, atentie sporita asupra productiei, procesarii, ambalarii si transportului bunurilor si serviciilor, reducerea poluarii si urmarirea intregului ciclu de utilizare si eliminare. Astfel putem defini industria verde ca totalitatea organizatiilor care depun eforturi pentru a pastra echitatea economica, sociala si ecologica in conditii de probabilitate si rentabilitate. Kyoto Protocol (2005) a fost un punct de referinta pentru atat pentru conceptul de dezvoltare durabila, cat si pentru sustenabilitate, propunandu-si sa lupte impotriva incalzirii globale si care evedntia ca dezvoltarea durabila este un principiu important pentru stabilirea si gestionarea politicilor organizatiionale.

Exista studii (Chou et al., 2012; Kasim, 2009) care au remarcat ca odata cu dezvoltarea tot mai accentuata a industriei serviciilor, acestea nu pot fi ocolite de responsabilitatea lor privind contributia la degradarea mediului si la schimbarile climatice. Nu este nici un secret faptul ca multe restaurante nu sunt tocmai prietenoase cu mediul si utilizeaza o cantitate uriasa de energie si apa, producand cantitati imense de deseuri. Potrivit Pacific Gas & Food Technology Service Center Electric (FSTC), "restaurantele sunt cel mai mare consumator de energie din lume din industria de retail. Ele folosesc de aproape cinci ori mai multa energie pe metru patrat decat orice alt tip de cladire comerciala (...) care se ridica la 490 de tone de dioxid de carbon produs pe an de fiecare restaurant (Horovitz, 2008). Pe de alta parte, Hu et al. (2010) remarca implicarea industriei ospitalitatii in reducerea consumului de energie si a cantitatilor de deseuri solide generate. Grija fata de mediul incojurator si responsabilitatea sociala a multora dintre organizatiile din acest domeniu au fost

evidentiate de aparitia si dezvoltarea de restaurante verzi. Cunoscand pericolele incalzirii globale si ale poluarii, multe dintre organizatii sunt pregatite sa faca ceva in acest sens.

Chiar daca pentru multe restaurante sa devina verzi necesita un effort mai mare decat cel al unui alpinist pentru o ascensiune pe Himalaya, vestea buna este ca exista o serie de masuri si actiuni ce pot fi implementate fara eforturi financiare semnificative. Este aproape imposibila antrenarea peste noapte a personalului pentru a pune in practica aceste practici de protectia mediului, un astfel de proces avand nevoie de rabdare, perseverenta si timp pentru a fi pus in aplicare.

Beneficii pentru a deveni verde

1. Satisfactia consumatorilor

Mohr et al (2001) a definit comportamentul consumatorului responsabil social ca "o persoana care utilizeaza sau de achizitie, utilizare si dispunere de produse pe dorinta de a minimiza sau elimina efecte nocive si maximizeaza impactul pe termen lung benefice asupra societatii "

Multe organizatii din acest sector s-au angajat in dezvoltarea si promovarea de produse si servicii sustenabile in incercarea de a consolida legatura dintre propriile facaeri si conceptul de sustenabilitate. Acest lucru este necesar si datorita faptului ca tot mai multi consumatori au devenit environmentally conscious, iar cererea pentru produse si servicii ecologice a crescut semnificativ. Chen (2008) remarca ca practicile de mediu permit organizatiilor sa obtina costuri operationale mai mici pe termen lung, dobandind in acelasi timp un avantaj concurential prin cresterea si consolidarea imaginii si a reputatiei. Consecintele implementarii practicilor de mediu si legatura acestora cu comportamentul de consum al clientilor unui restaurant sunt mult mai greu de identificat. Daca in cazul consumatorilor de produse verzi (spre exemplu masini electrice) legatura dintre actiunea lor de cumprarare si beneficiul preceput este mult mai stransa, in cazul restaurantelor nu este asa de usor de recunoscut. Atributele verzi ale unui restaurant actionaza ocazional ca functii de baza determinand beneficii tangibile pentru clientii sai.

Un studiu initiat de Namkung & Jang (2013) a relevat ca practicile verzi influenteaza semnificativ perceptia consumatorilor privind un brand verde sau intentiile verzi ale unei organizatii. Totodata, acelasi studiu a analizat si intentia de a reveni intr-o locatie verdecu scopul de a masura intentiile de reintoarcere generate de valoarea suplimentara adusa de practicile verzi. In afara de a masura gradul de revenire a clientilor, o astfel de analiza poate avea ca obiectiv intelegerea impactului general asupra consumatorilor generat de astfel de

practici verzi, cu scopul de a forecast customer behavioral intentions.

Choi și Parsa (2006) au examinat atitudinea managerilor față de angajarea în practici ecologice și au investigat relația dintre atribute psihologice ale managerilor de restaurant (atitudine, preferință și implicarea în practici verzi) și dorința lor de a suprataxa pentru practici ecologice. Rezultatele sugerează ca dorința de a percepe prețuri mai mari pentru implementarea de practici responsabile social a fost influențată semnificativ de implicarea și preferința un manager față de astfel de practici. Acest studiu a furnizat un punct unic de vedere - decizii de stabilire a prețurilor verzi- pot fi explicate parțial de factori psihologici ai managerului.

Dutta et al. (2008) a examinat orientare către practicile verzi ale clienților din India și Statele Unite ale Americii, prin anchetarea factorilor psihologici. Rezultatele au arătat un grad mai mare de implicare al clienților din Statele Unite în practici responsabile ecologic și social în restaurante, fiind de acord să plătească cu 10% sau chiar mai mult pentru practicile verzi. Acest studiu ofera implicații practice și manageriale pentru managerii de restaurant. În plus, pentru a maximiza profiturile aspectele culturale ar trebui să fie luate în considerare atunci când managerii de restaurante adopte practici ecologice.

Hu și colab. (2010) a examinat dinamica clientelei unui restaurant verde și a constatat că cunoașterea de către clienți a practicilor durabile și a preocupărilor legate de mediu ale restaurantului au fost factori determinanți asupra intenției lor de a favoriza restaurantele verzi.

2. Reducerea presiunilor externe și interne

Studiile anterioare au arătat ca presiunea externă servește ca principalul motor pentru companiile să adopte practici ecologice. Aceste studii au constatat că principalii factori externi care au condus la adoptarea unor practici verzi sunt reglementările guvernamentale (Chan&Wong, 2006; Zailani et al., 2012); influența consumatorilor (Vachon and Klassen, 2006; Gavronski et al., 2008; Jani and Han, 2011; Alonso-Almeida, 2012); dorința de a atrage noi clienți și de a penetra noi piețe (Chan & Hawkins, 2010; Alonso-Almeida, 2012); influența furnizorilor (Clark, 1999; Vachon & Klassen, 2006); și presiunile sociale (Sharma & Henriques, 2005; Chan & Wong, 2006).

În sectorul turismului, principalele părți interesate identificate ca factori cheie pentru adoptarea de practici verzi sunt, în ordinea priorității: clienți, guverne, comunități locale, angajați, furnizori, concurenți, asiguratorii, bănci și alte companii din zona (Alonso -Almeida 2012; Bagur-Femenias et al 2013). Pentru restaurante, în special, în plus față de cele enumerate anterior, mai putem adăuga clienții care percep sănătatea ca o prioritate și caute alte

segmente de piață sau produse noi pentru a ține pasul cu tendințele (Jang et al, 2011) ar putea fi factori cheie; influența clienților actuali este de asemenea critică (Jani și Han 2011; Wang 2012).

Atunci când companiile din turism adoptă practici ecologice, primul impact este de obicei o reducere a consumului de energie și apă, precum și a deșeurilor generate (Blanco et al 2009; Alonso-Almeida et al, 2012). Practicile verzi nu necesită investiții financiare semnificative, dar pot oferi beneficii economice imediate, chiar și atunci când practicile verzi adoptate sunt considerate a fi elementare (Zeng et al, 2010.). Prin urmare, adoptarea unor practici verzi poate afecta în mod direct performanța operațională, de exemplu, prin aplicarea acestora asupra consumului de apă și energie și asupra reciclării deșeurilor prin metode mai eficiente și reducerea ulterioară a costurilor operaționale totale (Zailani et al, 2012). Alonso-Almeida (2012) au constatat că gestionarea eficientă a apei în hoteluri și restaurante ar putea fi o sursă de economii, mai ales atunci când apa este limitată.

3. Loialitatea clienților

În ultimii 25 de ani a existat o schimbare în așteptările și cerințele consumatorilor. Clienții frecvenți ai restaurantelor din zilele noastre sunt mult mai sofisticăți și sunt mult mai preocupați de problemele de mediu, cum ar fi reciclarea de sticle, cutii și hârtie în propria locuință, precum și de alegerea unui stil de viață mai ecologic, cum ar fi alimente ecologice sau vehicule eficiente din punct de vedere al poluării, precum vehiculele electrice sau hibrid.

Cu toate acestea, multe persoane sunt influențate în alegerea restaurantului de locația acestuia, dotările și serviciile oferite. Implementarea inițiativelor de mediu poate juca un rol secundar în ceea ce privește alegerea locației. În ciuda faptului că oaspeții aleg pentru prima dată bazându-se pe criterii de localizare, facilități și servicii, fidelizarea acestora poate crește odată ce au experimentat un restaurant care a demonstrat un angajament de mediu ridicat.

4. Respectarea și anticiparea reglementărilor legale

Atât hotelurile, cât și restaurantele trebuie să anticipeze viitoarele schimbări ale cadrului legislativ și să își ia decizii de punere în aplicare a inițiativelor de atenuare a posibilelor efecte costisitoare ale reglementărilor în curs de dezvoltare. Cei implicați în industria verde sunt conștienți de faptul că noile reglementări nu trebuie să fie percepute ca o reținere pentru operațiunile lor zilnice - de fapt, acestea pot oferi oportunități în obținerea unor avantaje față de concurenții.

Unele reglementări pe linie de mediu sunt benefice pentru concurență economică, pentru că stimulează inovarea, care poate compensa costurile de conformare. Industria ospitalității este din ce în ce mai reglementată, la nivel mondial, pentru: (1) gestiunea deșeurilor, (2) managementul consumurilor de apă și energie sau (3) emisii de gaze cu efect de seră.

Fiind conștienți de faptul că până la intrarea în vigoare a anumitor modificări legislative, au posibilitatea să adopte măsuri în avans, organizațiile trebuie să fie tentate să facă acest pas pentru a evita costurile viitoare potențial mai mari care pot fi asociate cu conformarea.

5. Minimizarea riscurilor

Minimizarea riscului este privită, în perioada actuală, ca o componentă ce se împletește responsabilitatea socială și guvernanta corporativă. În mod tradițional, strategia de gestionare a riscurilor unei organizații din industria ospitalității, fie ea hotel sau restaurant, a fost axată pe probleme de sănătate și siguranță în jurul alimentelor și apei, infestarea parazitărilor, incendiile sau inundațiile, focarelor de boli și de securitate și siguranța pentru oaspeți. În ultimii ani însă, problemele sociale și de mediu au început să devină o problemă-cheie de risc pentru sectorul ospitalității. Riscurile de mediu includ: apa, aerului și poluarea fonică, achizițiile și aprovizionarea, gestionarea deșeurilor. Investitorii pun din ce în ce mai mult accent pe excelență și performanță în management de mediu ca un indicator al calității și aptitudinilor manageriale. Unele companii de asigurări și creditorii au început să adapteze în mod selectiv ratele și primele de asigurare pe criterii de conformarea cu practicile de mediu.

Companiile care integrează practicile de mediu în deciziile și strategia lor de afaceri, în special pentru a reduce riscurile lor de mediu sunt într-o poziție mai favorabilă pentru investiții și își reduc expunerea financiară și reputațională (Graci și Dodds, 2009).

Principalele practici verzi în restaurante

În general, industria ospitalității afectează mediul ambiant și societatea, fapt care ridică o serie de întrebări despre capacitatea turismului de a conserva sau de a distruge resurse care aparțin societății globale. Pot apărea efecte negative asupra mediului în cazul în care activitatea turistică nu este gestionată corect. Restaurantele pot afecta sustenabilitatea mediului ambiant din care fac parte prin consumul unor cantități semnificative de resurse naturale. Asumarea unor angajamente de mediu de către aceste organizații ar putea transforma acțiunile întreprinse într-un avantaj competitiv. Pe de o parte, restaurantele ar putea ajuta la stabilirea unei strategii pe termen lung

menită să conserve resursele naturale ale mediului în care acestea operează, iar pe de altă parte angajamentele de mediu ar putea duce la reducerea costurilor operaționale și ar ajuta la mărirea veniturilor entităților.

Implementarea de programe de protecția mediului sau chiar de sisteme de management de mediu reprezintă decizii pe care tot mai multe organizații din industria ospitalității le pun în aplicare, reușind să facă față cu succes eventualelor bariere ce pot apărea în cadrul acestor demersuri.

Așadar considerăm oportun să analizăm o serie de activități din cadrul unui hotel și să propunem anumite măsuri pe care le considerăm cele mai bune practici de management de mediu ce pot fi aplicate în industria hotelieră. Printre segmentele analizate se numără:

- Consumul de energie;
- Utilizarea apei;
- Gestionarea deșeurilor;
- Calitatea aerului și nivelul de zgomot.

Consumul de energie

Nu este nevoie de înlocuirea echipamentele existente pentru a economisi energie. În cazul deschiderii unui restaurant nou sau în cazul în care este nevoie de înlocuirea unei componente, decizia de cumpărare trebuie să se ghideze către echipamente eficiente energetic care vor duce către economisirea de resurse pe parcursul duratei de viață a echipamentului. Dar, în cele mai multe cazuri, economiile de energie se realizează doar prin modul în care funcționează și sunt întreținute echipamentele.

Dintre principalele acțiuni și practici în ceea ce privește gestionarea și raționalizarea consumurilor de energie putem enumera:

- Utilizați aparate electrice de gătit secvențial, mai degrabă decât toate în același timp. Deoarece fiecare echipament de gătit comercial consumă multă energie, chiar și în modul inactiv, aceste economii pot fi substanțiale.
- Sistemele de evacuare vor fi setate la viteze mai mici ale ventilatorului.
- Reducerea timpilor de pre-încălzire a echipamentelor care necesită această operațiune
- Încărcarea la maxim a mașinilor de spălat vase. Aceiași cantitate de energie este utilizată atât pentru o încărcătură completă, cât și pentru o singură farfurie.
- Frigidere și mașinile de gheață funcționează în regim 24/7, astfel că toate îmbunătățirile cât de mici pentru creșterea eficienței pot face diferențe considerabile consumul de energie, cum ar fi: menținerea curată a motoarelor și ventilatoarelor, verificarea regulată a temperaturii și a termostatelor sau manipularea rapidă a echipamentelor.
- Utilizarea de termostate programabile pentru că ajustare cu un grad a temperaturii în

funcție de nevoii economisește până la 5% din cantitatea de energie utilizată pentru încălzire și răcire.

- Utilizarea de surse de iluminat cu un consum redus de energie, cum ar fi becurile-led.
- Utilizarea de soluții automatizate pentru controlul iluminatului
- Menținerea unor temperaturi constante atât în sală de servire, cât și în bucătărie și spațiile adiacente.

Așa cum se poate remarca și în figura 1, cele mai mari cantități de energie sunt utilizate în cadrul restaurantului de echipamentele și procesele care au loc în bucătărie. Frigiderele și echipamentele de răcire sunt al doilea cel mai mare utilizator al energiei în restaurante.

Circa 3-5% din totalul costurilor de operare ale unui restaurant sunt reprezentate de cheltuielile cu energia. Deoarece marja de profit a unui este relativ scăzută, reduceri ale consumului de energie poate duce la o creștere mare a profiturilor.

Electricitate din surse regenerabile, cum ar fi cea eoliană și cea solară este un domeniu cu o creștere destul de rapidă. Instalarea unor echipamente de producere a energie la locație pot reprezenta o sursă de energie mai ieftină, decât ce existentă în rețea.

Controlul iluminatului, optimizarea temperaturilor din camere și temperaturii apei calde, precum și creșterea gradului de conștientizare a utilizării optime a energiei în rândul personalului sunt doar câteva dintre opțiuni. La fel de important este și faptul că măsurile de eficientizare energetică nu sunt doar benefice din punct de vedere economic, dar sunt, de asemenea, un mod de a spori reputația de organizație.

Utilizarea apei

Costurile de exploatare și impactul asupra mediului sunt influențate de utilizarea apei. Estimările din industrie sugerează că punerea în aplicare a practicilor eficiente de gestionare a apei poate duce la scăderea costurilor de exploatare cu aproximativ 11% și a celor de energie și apă cu 10, respectiv 15%. Deoarece infrastructurile de servicii alimentare folosesc apa fierbinte pentru multe operațiuni, reducerea consumului de apă poate oferi beneficii reale prin reducerea facturilor de energie.

Așa cum se poate remarca și în figura 2, cele mai mari cantități de apă sunt utilizate în cadrul restaurantului de procesele care au loc în bucătărie. Toaletele sunt al doilea cel mai mare utilizator al apei în restaurante.

Dintre principalele acțiuni și practici în ceea ce privește gestionarea și raționalizarea consumurilor de apă putem enumera:

- Instalarea unor supape de debit scăzut la pulverizatoare de pre-clătire pentru mașinile de spălat vase. Aceste supape, puțin costisitoare financiar, reduce consumul de apă al

pulverizatoarelor de pre-clătire cu circa 50% și ar putea însemna importante resurse financiare anual.

- Încărcarea la maxim a mașinilor de spălat vase. Aceiași cantitate de apă este utilizată atât pentru o încărcătură completă, cât și pentru o singură farfurie.
 - Eliminați decongelarea alimentelor cu ajutorul jeturilor de apă. Încercați să dimensionați mai bine consumurile și folosiți decongelarea cu ajutorul frigiderelor.
 - Montarea de robinete cu aeratoare, deoarece folosesc mai puțină apă și energie
 - Remedierea rapidă a eventualelor scurgeri de la robinete-conducte
 - Introducerea de rezervoare de toaletă cu volum de stocare de maxim 6-8 litri față de 15-20 litri cât au capacitate modelele vechi;
 - Utilizarea apei pluviale pentru irigarea amenajărilor peisagistice din cadrul restaurantului
- Proprietarii de restaurante vor beneficia, de asemenea, de măsurile de eficientizare a apei prin creșterea satisfacției clientului. În general, consumatorii au arătat o preferință pentru organizațiile implicate în reducerea impactului asupra mediului.

Gestionarea deșeurilor

Unul dintre segmentele care pot genera venituri pentru organizațiile din industria ospitalității este reprezentat de *reutilizare, reciclarea și valorificarea deșeurilor* generate. Implementarea unui program de reducere a deșeurilor duce la economii semnificative și conturează, în același timp, un restaurant mai ecologic, mai ales că deșeurile solide devin o problemă semnificativ pentru mediu datorită diminuării spațiilor de stocare, iar taxele de eliminare și depozitare ale deșeurilor sunt într-o continuă creștere. Multe dintre administrațiile centrale și locale au început să introducă cerințe din ce în ce mai stricte în ceea ce privește eliminarea deșeurilor la gropile de gunoi, iar restaurantele trebuie să răspundă la aceste standarde ridicate.

Există mai multe opțiuni pentru gestionarea deșeurilor într-un mod durabil și eficient, iar în acte normative, precum Directivele UE privind deșeurile, se oferă o hartă extrem de utilă pentru principii precum:

- Prevenirea apariției deșeurilor;
- Reutilizarea deșeurilor;
- Reciclarea (inclusiv compostarea);
- Valorificarea (inclusiv valorificarea energetică);
- Eliminarea finală.

Printre practicile de mediu cel mai des întâlnite, eliminarea apartenței deșeurilor la sursă este una dintre acestea. Una dintre inițiativele destul de des întâlnite pentru susținerea eforturilor de protecție a mediului este implicarea din ce în ce mai activă a clienților în acțiunile de protecția mediului. Multe

persoane apreciează utilizarea produselor realizate din materiale reciclate, corpurile de iluminat economice sau existența de programe ecologice. Managerii raportează, în ultima perioadă, că majoritatea clienților sunt dispuși să participe la eforturile de reciclare.

Primul pas în reducerea cantității de deșeuri produse de un restaurant este efectuarea un audit al deșeurilor. Auditarea deșeurilor generate permite identificarea deșeurilor produse în organizația dumneavoastră. Este o experiență oarecum neplăcută, dar un instrument foarte valoros în reducerea deșeurilor.

Instruirea este o parte esențială a unui program de succes de reducere a deșeurilor. Reciclarea nu vine natural pentru multe persoane și pot avea chiar obstacole culturale. Este necesară integrarea necesității reducerii deșeurilor în toate programele de formare și în materiale informative pentru întreg personalul, dar și pentru clienți. După ce s-au schimbat și îmbunătățit practicile curente, este necesară punerea în aplicare a noilor programe de reducere a deșeurilor generate. Acest lucru ar putea consta în compostare, reciclarea produselor sau înlocuirea bunurilor de unică folosință din material plastic cu opțiuni durabile sau compostabile.

Concluzii

Restaurantul poate induce în mod eficient un comportament ecologic clienților prin efectuarea de publicitate verde. Restaurantul verde nu este un termen comun pentru foarte mulți clienți, iar consumatorii pot deveni ușor confuzați și să creadă că indică un restaurant vegetarian sau un restaurant cu decor de culoare verde. Este necesară informarea clienților față de eforturile depuse de restaurant pentru protejarea mediului, precum și prezentarea principalelor practici și acțiuni întreprinse în acest scop.

Implementarea de acțiuni și practici ecologice poate reprezenta atât un avantaj concurențial, cât și o creștere a reputației și imaginii organizației. De departe cea mai importantă consecință a implementării practicilor de mediu este reprezentată de reducerea costurilor, cu un impact semnificativ asupra profitabilității organizației.

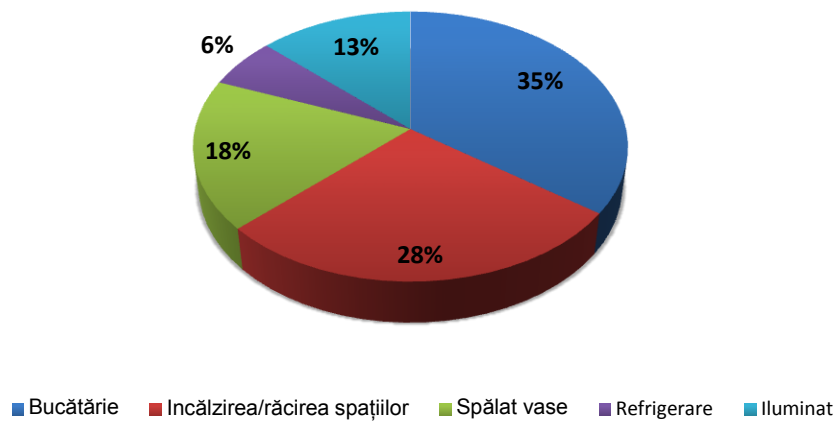
Bibliografie

- [1] Alonso-Almeida, M. M. (2012). Water and waste management in the Moroccan tourism industry: the case of three women entrepreneurs. *Women's Studies International Forum*, 35, 343–353.
- [2] Bagur-Femenias, L., Llach, J., Alonso-Almeida, M. M. (2013). Is the adoption of environmental practice a strategic decision for small service companies? An empirical approach. *Management Decision*, 51(1), 41–62.
- [3] Blanco, E., Rey-Maqueira, J., Lozano, J. (2009). Economic incentives for tourism firms to undertake voluntary environmental management. *Tourism Management*, 30, 112–122.
- [4] Chan, E. S. W., Wong, S. C. K. (2006). Motivations for ISO 14001 in the hotel industry. *Tourism Management*, 27, 481–492.
- [5] Chan, E. S. W., Hawkins, R. (2010). Attitude towards EMSs in an international hotel: An exploratory case study. *International Journal of Hospitality Management*, 9, 641–651.
- [6] Chen, Y.S. (2008). The driver of green innovation and green image–green core competence. *Journal of Business Ethics*, 81(3), 531–543.
- [7] Choi, G., Parsa, H.G. (2006). Green practice II: measuring restaurant managers' psychological attributes and their willingness to charge for the green practices. *Journal of Foodservice Business Research*, 9(4), 41–63.
- [8] Chou, C.J., Chen, K.S., Wang, Y.Y. (2012). Green practices in the restaurant industry from an innovation adoption perspective: evidence from Taiwan. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 703–711.
- [9] Clark, D. (1999). What drives companies to seek ISO 14000 certification?. *Pollution Engineering International Summer*, 7, 14–15.
- [10] Dutta, K., Umashankar, V., Choi, G., Parsa, H. (2008). A comparative study of consumers' green practice orientation in India and the United States: a study from the restaurant industry. *Journal of Foodservice Business Research*, 11(3), 269–285.
- [11] Gavronski, I., Ferrer, G., & Paiva, E. L. (2008). ISO 14001 certification in Brazil: motivations and benefits. *Journal of Cleaner Production*, 16(1), 87–94.
- [12] Graci, S. and Dodds, R. (2009). 'Why Go Green? The Business Case for Environmental Commitment in the Canadian Hotel Industry' Anatolia. *Journal of Tourism and Hospitality Research*, 19(2), 250–270.
- [13] Horovitz, B. (2008). Can Restaurants Go Green, Earn Green?, available at <http://www.usatoday.com/money/industries/environment/2008-05-15-green-restaurants-eco-friendly.n.htm>
- [14] Hu, H.H., Parsa, H.G., Self, J. (2010). The dynamics of green restaurant patronage. *Cornell Hospitality Quarterly*, 51(3), 344–362.
- [15] Jang, Y.J., Kimb.W. G., Bonn, M. A. (2011). Generation Y consumers' selection attributes and behavioral intentions concerning green restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 30, 803–811.
- [16] Jani, D., Han, H. (2011). Investigating the key factors affecting behavioral intentions: Evidence from a full-service restaurant setting.

- International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23(7), 1000-1018.
- [17] Kasim, A. (2009). Managerial attitudes towards environmental management among small and medium hotels in Kuala Lumpur. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(6), 709–725.
- [18] Mohr, L. D., Webb, J., & Harris, K. E. (2001). Do customers expect companies to be socially responsible? The impact of CSR on buying behavior. *The Journal of Consumer Affairs*, 35(1), 19–32.
- [19] Namkung, Y., Jang, S. (2013). Effects of restaurant green practices on brand equity formation: Do green practices really matter? *International Journal of Hospitality Management*, 33, 85–95.
- [20] Sharma, S., Henriques, I. (2005). Stakeholder influences on sustainability practices in the Canadian forest products industry. *Strategic Management Journal*, 26, 159–180.
- [21] Vachon, S., Klassen, R. D. (2006). Extending green practices across the supply chain : The impact of upstream and downstream integration, *International Journal of Operations & Production Management*, 26(7), 795-821.
- [22] Wang, R. (2012). Investigations of important and effective effects of green practices in restaurants. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 40, 94–98.
- [23] Wang, Y. F., Chenb, S. P., Yi-Ching, L., Chen-Tsang, T. (2013). Developing green management standards for restaurants: An application of green supply chain management, *International Journal of Hospitality Management*, 34, 263– 273.
- [24] Zeng, S.X., Meng, X. H., Yin, H. T., Tam, C. M., Sun, L. (2010). Impact of cleaner production on business performance. *Journal of Cleaner Production*, 18, 975–983.

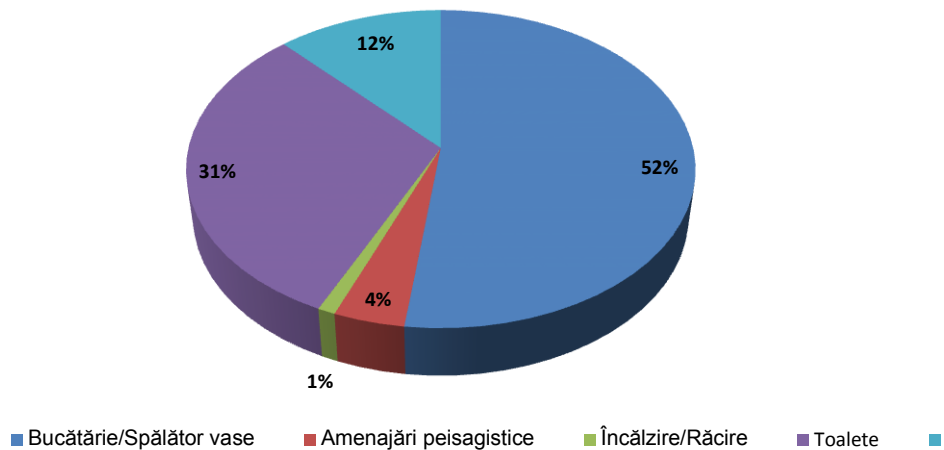
ANEXE

Figura 1 – Utilizarea energiei într-un restaurant



Sursă: National Restaurant Association

Figura 2 – Utilizarea apei în restaurant



Sursă: National Restaurant Association