

2019

REPORT DI SOSTENIBILITÀ



Massimo Ferrarini
Founder

Lettera agli stakeholders

Sono passati 5 anni dalla prima edizione del Report di Sostenibilità di Miami Ristoro, un lustro che ci ha visti crescere sotto molteplici aspetti, fra cui appunto l'attenzione riservata alle tematiche sociali e ambientali.

Abbiamo iniziato questo percorso 5 anni fa con sentimenti contrastanti, da una parte la voglia di dimostrare e dimostrarci che fare impresa non significa perseguire esclusivamente risultati economici, dall'altra il timore di non riuscire ad affrontare questa sfida.

Posso affermare con soddisfazione e orgoglio che quella sfida è stata affrontata e che Miami Ristoro, a piccoli passi, è riuscita a costruire in questi anni una strategia aziendale fondata anche sugli aspetti legati alla sostenibilità.

Non è semplice, la redazione del report negli

anni ci ha aiutato a fissare obiettivi perseguibili e soprattutto sostenibili anche dal punto di vista economico.

Il contributo di tutte le persone in azienda è sicuramente il successo più importante, la consapevolezza maturata e la partecipazione attiva alle iniziative proposte sono elementi che hanno portato Miami Ristoro a fare enormi passi in avanti.

Anche la collaborazione con alcuni fornitori ha sicuramente contribuito a rendere il Vending sempre più sostenibile, unendo innovazione, tecnologia e spirito d'iniziativa.

Penso per esempio allo sviluppo del Progetto Rivending, che in pochissimi mesi ha raggiunto gli obiettivi preposti, permettendo di introdurre l'evoluzione pensata per le bottigliette PET.

Il 2020 ha stravolto tutto. L'emergenza Covid-19 ha duramente colpito il settore del Vending, mettendolo fortemente a rischio.

Miami Ristoro ha prontamente istituito un protocollo di sicurezza interno per i propri dipendenti ed esterno, intensificando le azioni di santificazione, per continuare a garantire ai propri clienti gli standard massimi di sicurezza e igiene.

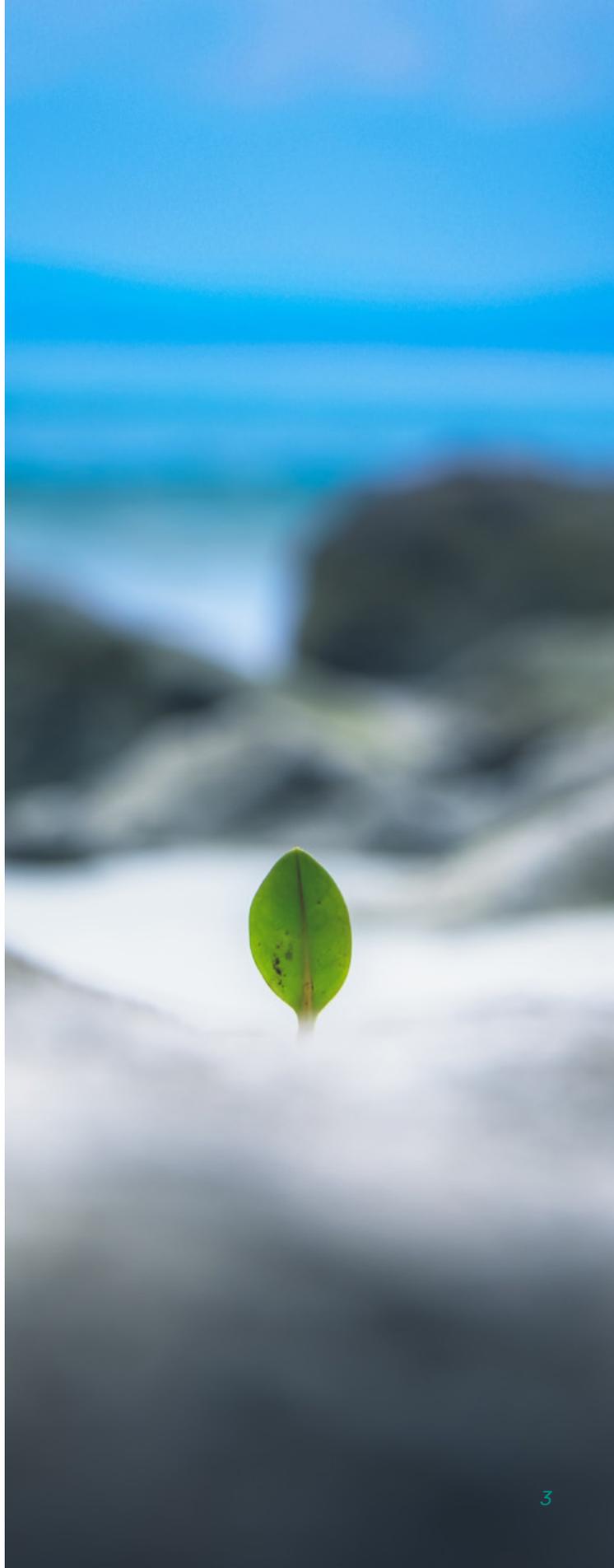
Molte anche le iniziative che il settore ha attivato a sostegno della Comunità e a cui Miami Ristoro ha partecipato, come una raccolta fondi per il Sistema Sanitario della Regione Lombardia e una campagna di sensibilizzazione per promuovere i comportamenti corretti da tenere nei pressi di un distributore.

Un anno difficile che deve farci riflettere sulla direzione che il mondo sta prendendo, come si modificheranno le nostre abitudini? I nostri stili di vita rimarranno uguali?

Il Vending dovrà inevitabilmente fare i conti con tutti questi cambiamenti, affrontare nuove sfide, per poter continuare a soddisfare le esigenze dei consumatori.

Alla fine il distributore automatico ci accompagna in tutte le fasi della giornata, indipendentemente dalla nostra età, dai nostri interessi e dai luoghi che frequentiamo, arriverà sempre il momento in cui faremo un acquisto dal distributore, che sia la pausa caffè in ufficio, lo snack durante l'intervallo, una bottiglietta d'acqua mentre siamo in attesa o la bibita energetica in palestra.

Miami Ristoro continuerà a prestare costante attenzione alle esigenze dei suoi consumatori, lavorerà sempre per portare innovazione, tecnologia e qualità al proprio servizio e ai propri prodotti e sceglierà sempre di fare tutto questo secondo una logica di sostenibilità economica, ambientale e sociale, per generare crescita e valore in tutti questi ambiti.



Lettera agli stakeholder
Premessa metodologica
Analisi materialità

01

MIAMI RISTORO

08

1.1 Governance

12

1.2 Codice etico

13

02

GLI STAKEHOLDER

14

2.1 I clienti

18

2.1.1 *Customer care*

20

2.2 I fornitori

22

2.3 Associazioni di categoria

24

03

RISORSE UMANE

26

3.1 Analisi e descrizione del personale

28

3.2 La formazione

31

3.2.1 *Salute e sicurezza sul lavoro*

32

35	AMBIENTE E QUALITÀ
37	4.1 Politica ambientale
38	4.1.1 I consumi
44	4.1.2 Smaltimento rifiuti
46	4.2 Altre attività di impatto ambientale
47	4.2.1 Rivending
48	4.2.2 I distributori
50	4.3 Il processo di controllo qualità

52	COMUNITÀ
55	5.1 Avis Milano
56	5.2 Progetto Officine del caffè
57	5.3 Fondazione Progetto Arca
58	5.4 Linea sana alimentazione
59	5.5 Donazione di prodotti ed erogazioni liberali

60	DIMENSIONE ECONOMICA
62	6.1 Principali dati patrimoniali
64	6.2 Il conto economico scalare
66	6.3 Analisi Principali - Dati di bilancio
69	6.4 Valore aggiunto
72	6.5 Investimenti sociali

Tabella Indici GRI

04

05

06

Premessa Metodologica

Miami Ristoro pubblica un Report di Sostenibilità, in modo volontario e con regolarità dal 2015. La rendicontazione di sostenibilità è stata sempre redatta in conformità a Linee guida di riferimento. Questa quinta edizione, riferita all'esercizio 2019, con riferimento al biennio precedente, è stata redatta in conformità ai GRI Standard, opzione Core.

I contenuti del Report sono stati selezionati seguendo i temi materiali emersi dall'analisi di materialità interna e gli obiettivi preposti nell'ultimo report, per raccogliere in un unico documento un'analisi completa, chiara e trasparente di tutti gli argomenti, in ambito economico, ambientale e sociale, fondamentali per l'azienda e per gli stakeholder di riferimento. Sono inoltre inclusi alcuni valori economici, ripresi dall'annuale Bilancio di Servizio.

I dati contenuti all'interno del report fanno riferimento alla sola società Miami Ristoro SrL, con sede operativa a Varedo (MB).

Il perimetro del Report è pertanto coerente con quello definito l'anno precedente, garantendo continuità e comparabilità.

Per la natura del proprio business Miami Ristoro è esposta a potenziali rischi e impatti di natura

ambientale, sociale ed economica, che saranno approfonditi nei capitoli successivi.

I dati e le informazioni pubblicate sono fornite da un gruppo di lavoro interno, composto dall'Amministratore Unico e dai responsabili delle diverse aree aziendali. Sono quindi analizzati e redatti nel documento finale dalla società di consulenza CET Consulting di Milano, in collaborazione con Expo&Media Communications.

Il Report di Sostenibilità di Miami Ristoro è stato esaminato e validato dall'Alta Direzione aziendale e non è previsto venga sottoposto ad alcuna assurance esterna.

Il report viene diffuso tramite pubblicazione su un sito dedicato, collegato al sito aziendale, distribuito ai clienti e fornitori in formato cartaceo e proposto, in pillole, sui social dell'azienda.

Per ulteriori informazioni sul Report di Sostenibilità e i suoi contenuti è possibile rivolgersi direttamente all'azienda a questi recapiti:

Miami Ristoro
Via Pastrengo, 64 20814 Varedo (MB)
T: 0362 585866
info@miamiristoro.com

Analisi di materialità

Miami Ristoro ha condotto un'analisi di materialità interna, volta a identificare i principali temi economici e di governance, sociali e ambientali, connessi al business aziendale e a definire la loro prioritizzazione in base alle valutazioni emerse.

L'analisi è strutturata in 2 fasi:

- analisi documentale e dello scenario di riferimento, ovvero è stato analizzato il proprio contesto di sostenibilità, il mercato di riferimento e documenti interni strategici e gestionali, che hanno portato all'individuazione di 14 temi potenzialmente rilevanti
- coinvolgimento dei Responsabili di reparto, tramite un incontro dedicato i 5 responsabili hanno valutato la rilevanza dei temi proposti, per l'azienda e per gli stakeholder, anche in relazione ai rischi associati.

Alla fine di questi incontri le valutazioni raccolte sono state elaborate nella matrice di materialità al fine di evidenziare i temi posizionati nel quadrante dell'alta rilevanza.

I risultati sono stati quindi condivisi con il Gruppo di Lavoro per la redazione del Report. (cap. 2)



Miami Ristoro

1.1 > *Governance*

1.2 > *Codice etico*

>>>>>>>>>> **34**
Dipendenti e collaboratori

>>>>>>>>>> **3.256**
Clienti serviti

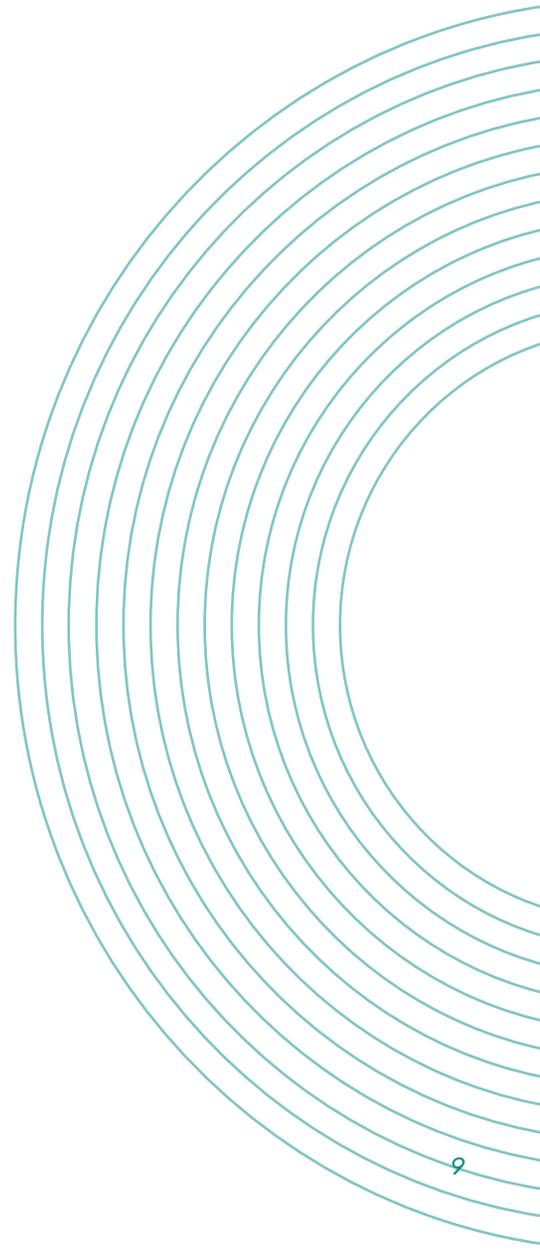
>>>>>> **4.430**
Locazioni pubbliche e private

Miami Ristoro è una società di gestione che opera nel mondo del Vending dal 2004, principalmente nel territorio lombardo ed è una delle prime aziende del settore che ha fatto scelte consapevoli per l'ambiente e per la comunità di riferimento.

Miami Ristoro, attraverso la distribuzione automatica, è in grado di gestire la pausa ristoro di piccoli uffici e grandi aziende. Ha inoltre un servizio dedicato interamente alle famiglie, grazie all'installazione di macchine OCS e alla vendita di cialde e capsule di caffè. In tutte le sue attività l'Azienda ha sempre agito ritenendo fondamentali gli aspetti legati alla responsabilità sociale e ambientale, consapevole che la capacità di una visione integrata e prospettica sia una delle chiavi della

sostenibilità d'impresa e aggiunga valore anche per tutti gli stakeholder.

Negli ultimi anni Miami Ristoro sviluppa una strategia che integra crescita economica, tutela dell'ambiente e benessere sociale, mostrandosi proattiva e generatrice di valore all'interno della comunità a cui appartiene e con la quale interagisce.



Mission & Vision

Miami Ristoro è un'impresa capace di innovare, di soddisfare le esigenze di tutte le tipologie di consumatori e con un forte radicamento territoriale.

innovazione

flessibilità



responsabilità

Sono i valori che la contraddistinguono. Miami Ristoro ha la lungimiranza di affidarsi a tecnologie avanzate per permettere un servizio efficiente, sostenibile e di alto livello. Offre ai propri clienti e consumatori *the smart break*, una pausa intelligente, in cui prendersi cura di se stessi e trovare i prodotti più adatti ai propri gusti ed esigenze alimentari. Promuove e sostiene il cambiamento culturale che sta coinvolgendo il mondo del Vending, e non solo, con attività mirate a migliorare l'ambiente e la comunità.

Negli ultimi anni la spinta tecnologica e i nuovi trend di consumo hanno dato il via a una significativa evoluzione nel mondo del Vending, sia in termini di performance dei distributori e quindi di eccellenza del servizio erogato, sia relativamente ai prodotti e alle scelte di stili di vita dei consumatori.

Per il mondo del Vending una delle grandi sfide che si è presentata negli ultimi anni è stata quella relativa all'utilizzo della plastica. Il settore ha prontamente reagito ai nuovi decreti offrendo ai propri clienti la possibilità di scegliere fra un'ampia gamma di prodotti e servizi, volti a diminuire l'utilizzo della plastica monouso, ma soprattutto a riciclarla, partendo dal presupposto che la plastica è un materiale facilmente riciclabile e riutilizzabile al 100%. Attualmente inoltre il riciclo è sicuramente la

scelta green più sostenibile per tutta la filiera del vending.

Il 2019 è stato l'anno in cui Rivending, il progetto di economia circolare per dare nuova vita ai bicchieri di plastica, ha mosso i primi passi, pronto per lanciare nel 2020 l'evoluzione del progetto dedicata al PET.

Miami Ristoro, grazie al suo spirito pionieristico, è sempre in prima linea quando si tratta di "sperimentare" nuovi cambiamenti e questo atteggiamento l'ha sempre premiata, diventando un'azienda in grado di evolversi e adattarsi ai cambiamenti della società, conquistando negli anni la fiducia dei propri clienti.

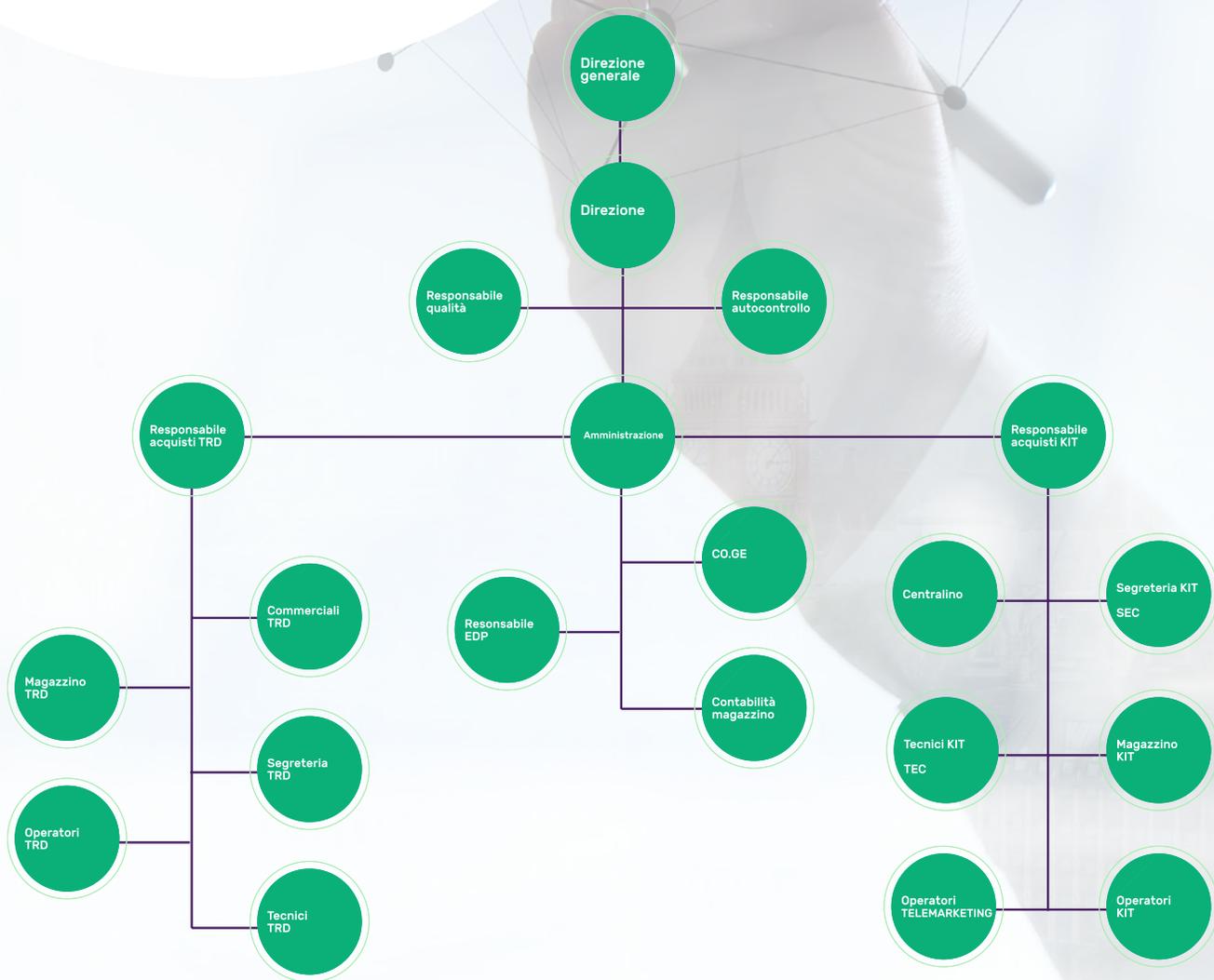


1.1 > Governance

Miami Ristoro è governata da un Amministratore Unico, Massimo Ferrarini, al quale spettano poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione.

Eletto con atto del 28 aprile 2006, la sua nomina si protrae a tempo indeterminato.

Non esistono ad oggi joint venture o controllate che possano influenzare il perimetro o la comparabilità dei dati inseriti all'interno di questo Report.





1.2 > *Codice Etico*

Miami Ristoro nel 2016 si è dotata di un Codice Etico, nella consapevolezza che l'etica delle attività aziendali dipenda dai comportamenti di tutti i componenti dell'azienda stessa.

Il documento è quindi uno strumento di riferimento attraverso cui, Miami Ristoro, definisce le proprie responsabilità etiche e sociali nei confronti dei propri stakeholder.

Etica, lealtà, correttezza, equità e uguaglianza, trasparenza e onestà, professionalità, sicurezza e sostenibilità sono i principi base su cui si fonda il Codice Etico di Miami Ristoro.

Una sezione del documento è dedicata ai temi di corruzione e antiriciclaggio, ovviamente non tollerati dall'azienda, che impone anche ai propri dipendenti e collaboratori di astenersi dallo svolgere qualsiasi attività che sia anche solo potenzialmente in conflitto con gli interessi aziendali. Nel 2019 non sono stati registrati episodi di corruzione e azioni legali in risposta a comportamenti anticoncorrenziali, anti-trust e pratiche di monopolio.



Gli Stakeholder

2.1 > *I clienti*

2.1.1 > *Customer care*

2.2 > *I fornitori*

2.3 > *Associazioni di categoria*



95%

Clienti TOP che hanno dato il massimo dei voti al servizio di Miami Ristoro



979

Distributori con App Coven Matipay



2.587.522€

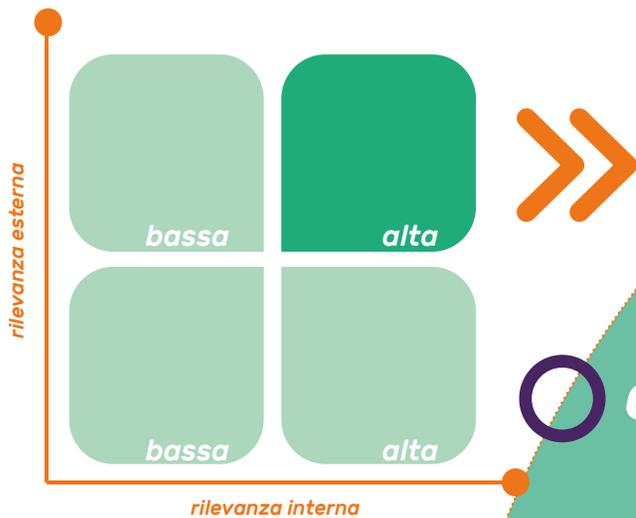
Acquisti effettuati dai fornitori

L'approccio gestionale di Miami Ristoro, improntato alla responsabilità sociale d'impresa e alla sostenibilità, richiede costantemente di considerare le aspettative, spesso divergenti, di tutti gli stakeholder. Inoltre queste attese devono essere integrate nelle strategie aziendali per garantire sostenibilità anche dal punto di vista economico.

Miami Ristoro ha quindi fatto una mappatura dei propri stakeholder e individuato le categorie principali:

- _Clienti e consumatori***
- _Fornitori***
- _Dipendenti e collaboratori***
- _Ambiente***
- _Comunità***
- _Associazioni di categoria***

Successivamente è stato istituito un Gruppo di Lavoro, costituito dai referenti interni delle principali aree in azienda, che ha condotto un'analisi di materialità per evidenziare i contenuti e gli indicatori oggetto di rendicontazione del Report.



Governance ed etica

- _Etica e integrità*
- _Egua distribuzione del lavoro, trasparenza, lealtà*

Prodotto

- _Qualità prodotti e servizi*
- _Assistenza e manutenzione*
- _Sicurezza e igiene*

Temi sociali

- _Formazione*
- _Diritti umani*
- _Salute e sicurezza sul lavoro*
- _Educazione alimentare*
- _Sostegno della comunità*

Temi ambientali

- _Consumi, smaltimento e riciclo*
- _Ricerca e innovazione*

Temi economici

- _Performance economica*

2.1 > I clienti

Miami Ristoro è riuscita negli anni a costruire una rete di clienti appartenenti a categorie differenti, grazie soprattutto alla sua flessibilità e alla sua capacità di individuare e soddisfare diverse tipologie di esigenze.

Il claim *the smart break* vuole sottolineare l'importanza di un momento di relax, un momento in cui il consumatore, sicuro dell'attenzione che Miami Ristoro ha riposto nella selezione dei prodotti e nell'efficienza del servizio, può rilassarsi e dedicarsi completamente a sé e alla sua pausa.

Miami Ristoro è in grado di allestire aree dedicate alla pausa caffè presso famiglie e piccoli uffici, presso le PMI e le grandi aziende, diversificando il servizio e i prodotti, senza mai trascurare la massima qualità dell'offerta proposta.

Nel 2019 conferma i 3.256 clienti appartenenti alle seguenti categorie:

- > *Attività Commerciali*
- > *Privati*
- > *Grandi Aziende*
- > *Piccoli Uffici*
- > *Grande Distribuzione*
- > *Ristorazione*
- > *Fitness*
- > *Uffici Pubblici*
- > *Scuole e Università*
- > *Sanità*
- > *Forze dell'ordine*
- > *Servizi*

Riuscire a creare un ambiente adatto alla pausa

ristoro è uno dei servizi che Miami Ristoro mette a disposizione dei propri clienti. Promuovere un'idea di *smart break*, significa infatti anche saper consigliare i propri clienti sulle scelte giuste da fare e progettare un'area dove sia piacevole trascorrere la propria pausa.

Miami Ristoro, grazie al suo team di esperti, crea spazi con soluzioni di architettura personalizzate e brandizzate, esteticamente in linea con l'immagine dell'ambiente circostante.

La progettazione non si limita a un discorso estetico e funzionale dell'area ristoro, ma, ove richiesto, è pensata anche in termini di sostenibilità ambientale e sociale.

Miami Ristoro può infatti realizzare aree personalizzate con l'inserimento di arredi per la raccolta differenziata, inserire prodotti che rispettino criteri di sostenibilità o adatti a soggetti allergici, promuovere e sostenere attraverso i distributori stili di vita sani o attività di responsabilità sociale. Così il consumatore avrà l'opportunità di fare una "pausa intelligente" e di qualità.

L'INNOVAZIONE è un altro dei punti di forza di Miami Ristoro, che già da diversi anni, ha introdotto un sistema di pagamento fra i più avanzati presenti sul mercato.

Grazie infatti all'App Coven Matipay è possibile pagare la consumazione al distributore direttamente tramite app, andando così a eliminare l'uso della moneta. Infatti si può ricaricare un wallet digitale tramite gettoniera, carta di credito o paypal.

Nel 2019 l'app è installata su 979 distributori

L'App Coven Matipay è inoltre in grado di profilare il consumatore, offrendogli sconti e promozioni studiati sulle sue reali abitudini di consumo.

Il consumatore, attraverso l'app, può accedere a un catalogo, in cui sono presenti tutti i prodotti e consultare gli ingredienti e la lista degli allergeni, tramite la scansione del QR Code presente sul distributore.

La sicurezza in merito alla protezione dei dati personali è garantita come ai sensi della normativa D.Lgs. 196/03, ovvero Codice Privacy.



2.1.1 > Customer Care

Come anticipato nei report precedenti Miami Ristoro ha intrapreso un percorso di customer care volto a intensificare il dialogo non solo con i propri clienti, ma anche con i consumatori finali. Un limite infatti del distributore automatico è che il consumatore finale difficilmente conosce tutte le attività che sono svolte dall'azienda di gestione, vede solo la vetrina dei prodotti e spesso non ha idea di come funziona il mondo del Vending.

Per questo motivo Miami Ristoro ha iniziato una serie di iniziative e ha incrementato alcuni servizi di comunicazione, che aprissero un dialogo diretto anche con il consumatore finale, al fine di monitorare le richieste di mercato e contemporaneamente fornire informazioni.

Miami Ristoro

> ha potenziato la sua comunicazione attraverso i social network Facebook e Instagram

> ha realizzato una serie di pillole video sulle attività dell'azienda, come per esempio i processi di sanificazione e i progetti di CSR

> ha attivato una newsletter

Anche la customer satisfaction fa parte di questo percorso, nel 2019 sono stati intervistati 327 clienti del canale tradizionale (distributori automatici), il 7% in più rispetto al 2018.

Inoltre per avere un quadro più approfondito, sono stati isolati i 50 clienti TOP, quelli che garantiscono cumulativamente il 70% del fatturato e che rappresentano il 12% dei clienti serviti.

A ogni cliente è stato chiesto di esprimere un parere su:

- > 1. La pulizia dei distributori all'interno, all'esterno e nell'area circostante*
- > 2. L'assorbimento e la qualità dei prodotti*
- > 3. Il livello di rifornimento dei distributori*
- > 4. Il rispetto del giro settimanale*
- > 5. La cortesia del personale*

L'analisi conferma un miglioramento rispetto all'anno precedente, infatti il 95% dei clienti TOP considera BUONO il servizio, confermando il primato delle voci quali pulizia dei distributori, assortimento prodotti e cortesia del personale.

Customer satisfaction Clienti TOP 2019

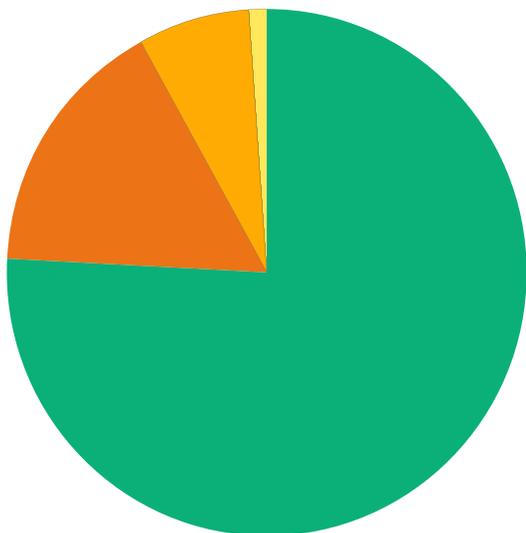
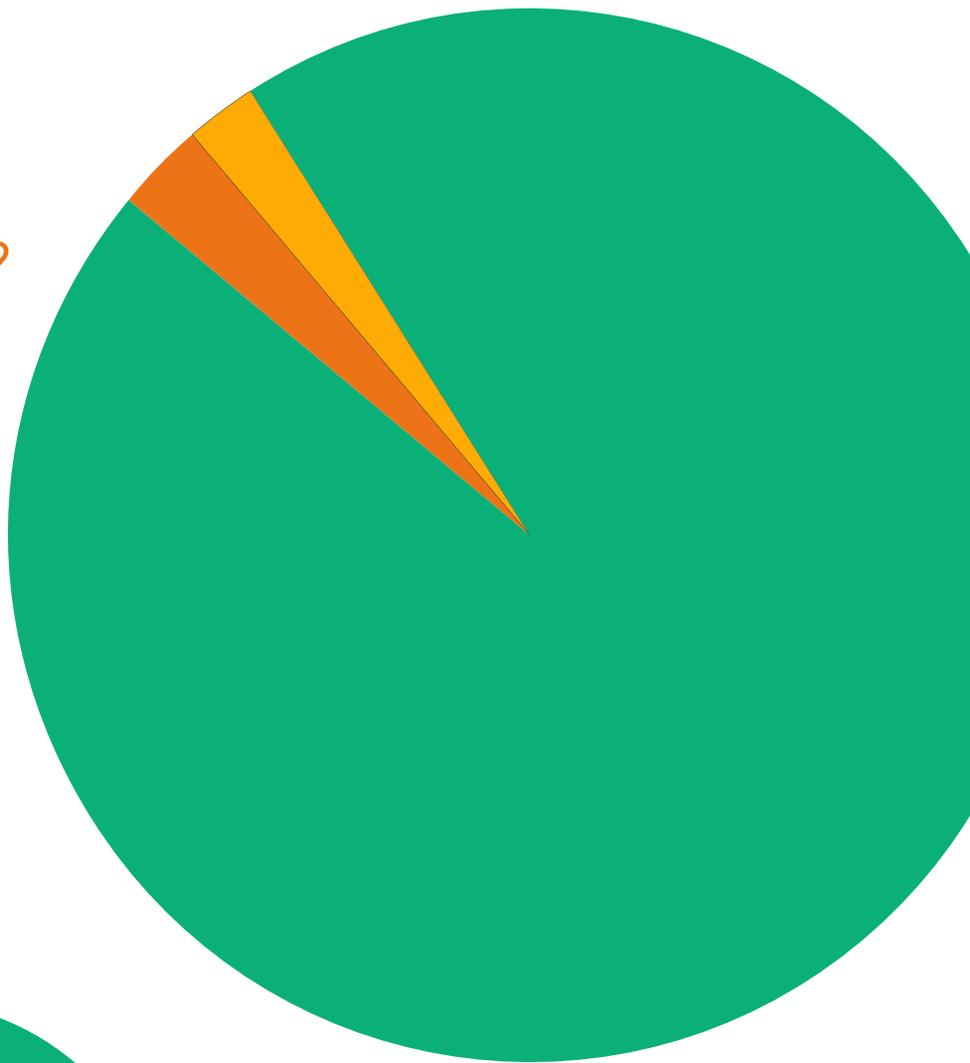
buono: 95%



sufficiente: 3%



scarso: 2%



Rifornamento 76%

Fermo macchina 16%

Commerciale 7%

Disservizio 1%

Pronto intervento

Nel 2019 il call center di Miami Ristoro ha ricevuto 19.532 chiamate, la maggior parte per rifornimento.

I clienti possono chiamare tramite numero verde, dal lunedì al venerdì in orari da uffici.

Le chiamate sono gestite da operatori specializzati che dirottano la richiesta direttamente agli uffici di competenza.

Rispetto al 2018 sono diminuite le chiamate relative al fermo macchina.

2.2 > I Fornitori

Miami Ristoro applica i principi di sostenibilità, integrità, trasparenza e uguaglianza anche al rapporto con i suoi fornitori.

Nel 2019 l'Azienda ha effettuato acquisti per un totale di 2.587.522 euro, comprensivi di leasing per l'acquisto di distributori automatici e automezzi.

La qualificazione e la valutazione dei fornitori sono regolamentate dalla verifica dei requisiti di qualità, dal rispetto delle norme ambientali, di sicurezza e di Responsabilità sociale d'impresa e anche dall'accettazione del codice etico di Miami Ristoro.

A parità di performance e qualità offerta, Miami Ristoro predilige fornitori che garantiscano un approccio responsabile e che si avvicinino il più possibile ai principi dell'economia circolare. Come per esempio **VARANINI**, fornitore di caffè a km0, oppure **SANBENEDETTO**, che fornisce bottigliette d'acqua EasyGreen, con il 50% di plastica rigenerata e compensa il 100% delle emissioni CO2, **FLO** fornitore di bicchieri di carta e Hybrid.

Tutti i fornitori sono valutati e scelti comunque tenendo in considerazione parametri legati alla sostenibilità, alla legalità e garantendo pari opportunità di partecipazione alla selezione e alla verifica.

L'attività di Miami Ristoro è strettamente collegata al solido rapporto costruito negli anni con LAVAZZA.

La scelta di avere LAVAZZA come fornitore principale di caffè è stata fatta fin dagli inizi dell'attività di Miami Ristoro, riconoscendo nel brand torinese l'eccellenza del prodotto e l'esperienza di un'azienda Made in Italy, diventata famosa in tutto il mondo, grazie alla sua competenza e all'attenzione rivolta all'innovazione e alla sostenibilità.

LAVAZZA è infatti un brand che, oltre a garantire un prodotto di ottima qualità, da tantissimi anni si occupa di CSR, con una serie di progetti locali e mondiali a sostegno della comunità.

Miami Ristoro riconosce che la sua crescita nel mondo del Vending dipenda anche dalla collaborazione con LAVAZZA. Dagli esordi con il sistema Espresso Point in grado di offrire ai propri clienti un'ampia gamma di aromi in capsula, fino al sistema BLU e al più raffinato sistema FIRMA, che alla qualità del caffè aggiunge tutta l'eleganza del design italiano, Miami Ristoro ha avuto un grande sviluppo nel mercato dell'OCS, confermato dall'apertura del Miami Caffè Point nel 2016.

L'eccellenza LAVAZZA si ritrova anche nei distributori automatici, dove è possibile scegliere pregiate miscele di caffè in grani, che garantiscono di mantenere inalterate le proprietà organolettiche fino al momento dell'erogazione.

La partnership con LAVAZZA però non è determinata solo da ragioni di business,

ma è anche una scelta legata ai temi di responsabilità sociale. L'AVAZZA ha sempre avuto a cuore il patrimonio economico, umano, ambientale e culturale dei Paesi in cui opera e questo l'ha portata negli anni a posizionarsi ai primi posti fra le aziende al mondo che si occupano di Corporate Responsibility, la prima su 100 aziende nel settore food&beverage.

L'AVAZZA condivide la sua visione e il suo impegno con tutti i suoi stakeholder e questo ha permesso a Miami Ristoro, in questi anni, di portare avanti alcune sue attività di responsabilità sociale, come per esempio la raccolta fondi per Avis Milano e la formazione dei detenuti presso il Carcere di Bollate nell'ambito del progetto "Officine del Caffè".

Da quest'anno inoltre Miami Ristoro ha aggiunto alla propria offerta la linea Tierra Bio Organic, proveniente da aziende agricole certificate UTZ, ovvero che garantiscono standard qualitativi sociali e ambientali nella produzione di caffè e da coltivazioni biologiche certificate.

La partnership con L'AVAZZA è un'ulteriore conferma dell'approccio consapevole e responsabile che Miami Ristoro adotta nella propria attività e che condivide con i propri stakeholder, partendo dalla scelta dei fornitori.

L'AVAZZA

TORINO, ITALIA, 1895

2.3 > Associazioni di categoria

Miami Ristoro riconosce nella forza associativa un valore fondamentale del “fare impresa”.

È tra i soci fondatori di **Coven**, il consorzio italiano del vending, di cui Massimo Ferrarini è Presidente.

Obiettivo del consorzio è quello di attuare iniziative collettive mirate al consumatore finale e alle sue reali esigenze, al fine di valorizzare le medie imprese indipendenti del settore del Vending in Italia.

Miami Ristoro fa inoltre parte di:

Confartigianato Imprese è la più grande rete europea di rappresentanza degli interessi e di erogazione di servizi all’artigianato e alle piccole imprese. Accompagna l’evoluzione di aziende nelle quali convivono la tradizione di mestieri antichi e l’innovazione di attività che utilizzano tecnologie d’avanguardia.

Assolombarda è l’associazione delle imprese che operano nella Città Metropolitana di Milano e nelle province di Lodi, Monza e Brianza. Esprime e tutela gli interessi di circa 6.000 imprese di ogni dimensione, nazionali e internazionali, produttrici di beni e servizi in tutti i settori merceologici.

Confida aderisce a Confcommercio – Imprese per l’Italia ed è l’unica associazione di categoria che rappresenta, a livello nazionale, l’intera filiera della distribuzione automatica di cibi e bevande.







3 Risorse umane

3.1 > *Analisi e descrizione del personale*

3.2 > *La formazione*

3.2.1 > *Salute e sicurezza sul lavoro*





34

Persone che lavorano in azienda



24%

Organico composto da donne



157

Ore di formazione

3.1 > *Analisi e descrizione del personale*

Per Miami Ristoro le persone che lavorano in azienda contribuiscono a crearne il valore e ciascuno, con il proprio ruolo e nel proprio ambito, è parte integrante di essa.

Per questo motivo l'ascolto dei propri dipendenti e collaboratori è un punto fondamentale per costruire un buon clima e un ambiente favorevole alla soddisfazione personale e alla crescita professionale.

Miami Ristoro presta estrema attenzione alle persone, garantendo loro un luogo sicuro e stimolante e un trattamento equo, basato su criteri di merito e competenza.

I dipendenti e i collaboratori, per Miami Ristoro, sono alla base del successo di un'impresa. Valorizzare le loro diversità, premiare le loro capacità e assicurare un ambiente di lavoro sereno e di reciproco rispetto sono punti

imprescindibili su cui, da anni, si fonda la stabilità e la crescita di Miami Ristoro.

Negli ultimi 4 anni Miami Ristoro ha registrato un costante aumento del personale, confermato anche nel 2019, con un organico composto da 34 persone, di cui il 97% assunto a tempo indeterminato.

Forme Contrattuali

	2017	2018	2019
Dipendenti totali	31	33	34
Dipendenti a tempo indeterminato	30	32	33
di cui part-time	2	2	2
Dipendenti a tempo determinato	1	1	1
di cui part-time	1	1	0

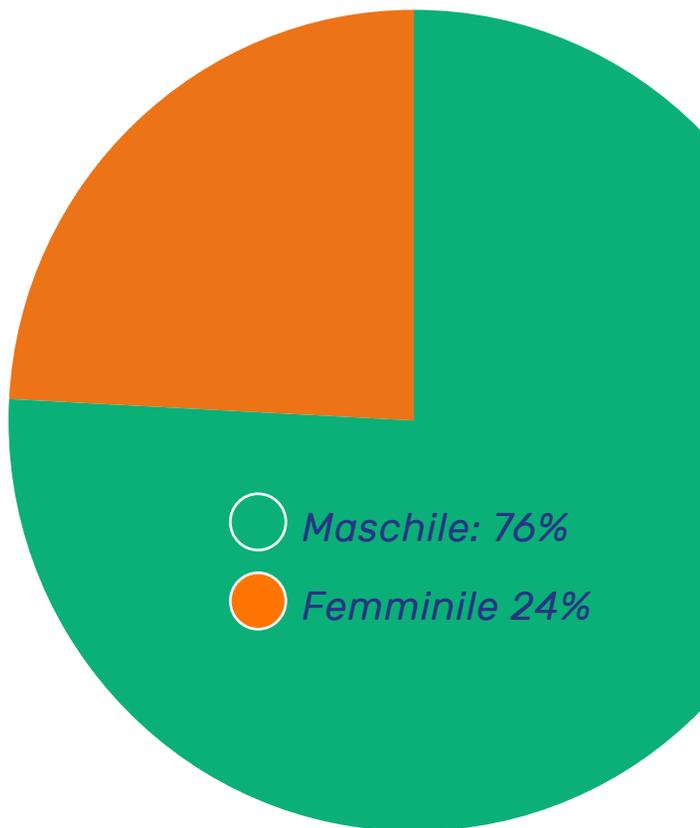
Il rapporto fra uomini e donne rimane invariato rispetto all'anno precedente.

Le categorie più rappresentate sono quella degli operatori e degli impiegati, quest'ultima ricoperta principalmente da personale femminile.

Tutte le persone in Miami Ristoro godono degli stessi privilegi: non c'è differenza di remunerazione e di trattamento fra uomini e donne.

La fascia d'età più rappresentata si conferma quella fra i 30-45 anni ed è anche quella in cui si registrano il maggior numero di assunzioni.

Il tasso di turn over in entrata è in costante crescita nel triennio e la fascia d'età più coinvolta è quella 30-45 anni.



Tassi turn over in entrata

	2017	2018	2019
Totale dipendenti	31	33	34
Assunti	2	6	8
Turnover	6,45%	18,18%	23,53%

Tassi turn over in entrata per fasce d'età

	2017	2018	2019
18-30	3,2%	3%	2,9%
30-45	3,2%	9%	20%
45-60		6%	

Tassi turn over in uscita

	2017	2018	2019
Totale dipendenti	31	33	34
Cessati	1	4	7
Turnover	3,23%	12,12%	20,59%

Tassi turn over in uscita per fasce d'età

	2017	2018	2019
18-30		3%	2,9%
30-45	3,2%	3%	18%
45-60		6%	

Il tasso di turn over in uscita conferma il trend di ricambio emerso con il tasso in entrata. Miami Ristoro è un'azienda in lenta, ma costante crescita.

Tutti i dipendenti di Miami Ristoro hanno un contratto CCNL.

In conformità alla Dichiarazione Universale dei Diritti Umani dell'ONU e alla Dichiarazione dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro, Miami Ristoro riconosce i principi di non discriminazione fisica, culturale e sociale.

Nel 2019 non sono state registrate vertenze dei dipendenti o interruzioni del lavoro causate dal rifiuto di massa a svolgere l'attività.

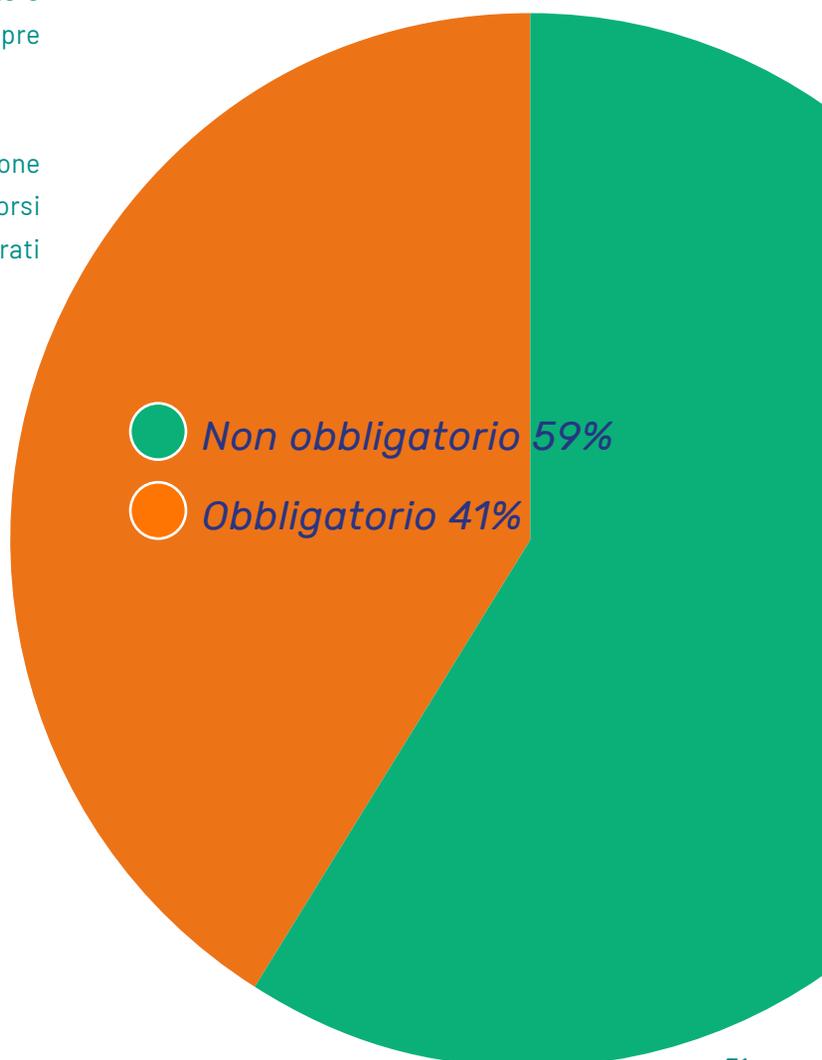
3.2 > La formazione

Il Vending è un settore in continuo cambiamento, sotto molteplici punti di vista, dalla tecnologia alla normativa, dai prodotti ai trend culturali seguiti dal consumatore.

È fondamentale che le persone in azienda siano sempre preparate ad affrontare questi cambiamenti. Un'adeguata e tempestiva formazione del personale permette di mantenere uno standard di servizio sempre alto e di fortificare il rapporto di fiducia con il cliente e con il consumatore, che troverà risposte sempre adeguate ai propri bisogni.

Per questo motivo in Miami Ristoro la formazione ricopre un ruolo strategico e ogni anno ai corsi obbligatori si affiancano corsi facoltativi mirati alla crescita professionale dei dipendenti.

Nel 2019 le ore di formazione sono state 157 di cui 64 di corsi obbligatori e 93 di corsi non obbligatori, con una media di 4,6 ore di formazione a dipendente.



Corsi di formazione

	ore	Partecipanti	Tipo di formazione
	2019		
Rischio correlato alla mansione	20	Nuovi assunti	Obbligatorio
Sicurezza sul lavoro	40	Nuovi assunti	Obbligatorio
Rappresentante del lavoro (RLS) aggiornamento	4	Addetto RLS aggiornamento	Obbligatorio
Primo soccorso aggiornamento	8	Addetto primo soccorso aggiornamento	Non obbligatorio
Formazione gestione rifiuti	2	Addetto sorveglianza	Non obbligatorio
Fatturazione elettronica	3	Amministrazione	Non obbligatorio
Bilancio di gestione	8	Resp. amministrativo + reparto amministrazione	Non obbligatorio
Addetti al rifornimento dei distributori automatici	60	Addetti al rifornimento D.A. e consegna cialde	Non obbligatorio
Formazione preposti	12	Responsabile qualità	Non obbligatorio
Totale	157		

3.2.1 > Salute e sicurezza sul lavoro

Miami Ristoro promuove la cultura della prevenzione e della gestione dei rischi in tutti gli ambienti lavorativi, coinvolgendo e sensibilizzando tutto il personale a una partecipazione attiva e responsabile.

Nello specifico sono state definite una serie di procedure e di strumenti, volti a garantire e promuovere comportamenti responsabili:

> in azienda sono presenti moduli di istruzione con le informazioni relative ai comportamenti adeguati

> si effettuano con regolarità esercitazioni sui temi di sicurezza sul lavoro

> in luoghi preposti dell'azienda sono presenti schede da compilare relative alla sicurezza e all'igiene

> attività di comunicazione e continua formazione per sensibilizzare gli stakeholder interni ed esterni

Oltre alla formazione che contribuisce in modo sensibile a ridurre eventuali rischi di salute e sicurezza sul lavoro, Miami Ristoro, da diversi anni, promuove un corretto stile di vita e durante le giornate di Unità Mobile Avis, organizzate 2 volte all'anno per la raccolta di sangue direttamente in azienda, offre ai propri dipendenti la possibilità di avere uno screening completo delle analisi.

Nell'ultimo triennio non si sono verificati incidenti sul lavoro.

Incidenza giornate infortunio

	2017	2018	2019
Giornate totali lavorate	8.547	9.270	10.165
Giornate infortunio	0	0	0
N° infortuni	0	0	0
% gg infortunio su totale	0%	0%	0%

Seguendo una logica di benessere per il proprio personale e di rendere l'ambiente di lavoro un luogo piacevole, familiare e stimolante, Miami Ristoro ha scelto di erogare gratuitamente i prodotti dai distributori in azienda e di offrire promozioni speciali su tutti i prodotti del Miami Caffè Point. Inoltre vengono organizzate gite presso i fornitori e una grigliata in azienda, aperta a tutti i familiari.







4 Ambiente e qualità

4.1 > *Politica ambientale*

4.1.1 > *I consumi*

4.1.2 > *Smaltimento rifiuti*

4.2 > *Altre attività di impatto ambientale*

4.2.1 > *Rivending*

4.2.2 > *I distributori*

4.3 > *Il processo di controllo qualità*



21,5

Tonnellate
di rifiuti smaltiti



56%

Distributori in classe
energetica A+



50 bidoni

Progetto Rivending
in soli due mesi

4.1 > *Politica ambientale*

La sostenibilità è centrale nella strategia di Miami Ristoro, che negli ultimi anni ha adottato un approccio che integra la sostenibilità nella pianificazione di tutte le attività.

La sfida più grande è sicuramente quella relativa agli imballaggi dei prodotti presenti nelle vending machine e all'uso della plastica per i bicchieri e le palette monouso.

Miami Ristoro ha sempre cercato soluzioni innovative per tutelare l'ambiente e contemporaneamente garantire un solido e coerente sviluppo industriale ed economico del settore. Altro rischio legato al mondo del Vending è quello delle emissioni prodotte per la movimentazione dei mezzi di trasporto, utili al rifornimento dei distributori, e i consumi energetici degli stessi.

Da queste analisi e con l'obiettivo di migliorare le performance anno dopo anno, Miami Ristoro cerca di ridurre il proprio impatto ambientale e i rischi legati alla sua attività:

> con un continuo monitoraggio e miglioramento dell'organizzazione interna

> utilizzando le migliori tecnologie

> controllando le politiche ambientali dei propri fornitori

4.1.1 > I consumi

Consumi energia

I consumi si riferiscono all'energia consumata in azienda.

Nello specifico all'elettricità acquistata, che nel 2019 è pari a 90.537 kWh

Consumi energia in kWh

	2017	2018	2019
Energia elettrica	82.056	93.516	90.537

Consumi carburanti 2019

Tipologia	litri consumati	km percorsi
Gasolio	77.639	768.620

Classe ecologica automezzi 2019

Classe	n° automezzi
Euro 2	0
Euro 3	0
Euro 4	5
Euro 5	1
Euro 5A	1
Euro 5B	7
Euro 6B	15
Totale	29

Continua in Miami Ristoro il rinnovo del parco automezzi per cercare di avere una flotta il meno inquinante possibile. Tutti i nuovi acquisti sono infatti automezzi in classe ecologica 6B, nell'ottica di ridurre le emissioni di Co2 provenienti dalla combustione del gasolio.

Consumi idrici

I consumi d'acqua fanno riferimento all'utilizzo della risorsa, fatto in azienda, da parte dei dipendenti per tutte le attività di manutenzione e lavaggio dei distributori, oltre che per le loro normali necessità individuali. La fornitura avviene attraverso il servizio idrico pubblico.



Consumi materie prime

I consumi relativi alle materie prime, plastica e carta/cartone, corrispondono sia all'uso delle stesse all'interno dell'azienda sia agli imballaggi dei prodotti presenti nei distributori.

Si evidenzia il costante aumento nel triennio del consumo di carta e cartone e la diminuzione della

plastica, dovuti a un'attenzione nella scelta di packaging sostenibili e soluzioni che promuovano il riciclo di plastica, come per esempio Rivending.

Miami Ristoro già da un paio di anni ha introdotto nel report di sostenibilità anche la rendicontazione dei consumi relativi alle materie prime per la preparazione delle bevande calde e dei prodotti alimentari già confezionati.

Questo in un'ottica di maggiore trasparenza nei confronti dei propri stakeholder e per avere un'analisi più dettagliata dei trend di consumo.



Consumi materie prime per la preparazione di bevande calde

	2017	2018	2019
Camomilla - kg	274	123	126
Caffè in grani - kg	22.920	27.043	31.565
Caffè e preparatii per bevande calde in capsula - n°	3.370.779	3.408.375	3.397.629
Cioccolata - kg	5.544	5.695	6.667
Ginseng - kg	1.644	1.959	2.218
Latte - kg	4.740	4.795	11.165
Orzo - kg	169	148	187
The - kg	7.297	7.309	8.519
The in bustine - n°	3.759	3.694	1.524
Zucchero - kg	21.300	23.807	26.677
Zucchero in bustine - n°	1.114.150	1.124.250	938.803
Zucchero di canna - kg	0	150	140
Zucchero di canna in bustine - n°	30.700	42.060	71.950

Si segnala il costante aumento del caffè in grani e dello zucchero di canna in bustine.

Consumi materie prime in prodotti alimentari già confezionati

	2017	2018	2019
Acqua in bottiglie - n°	1.278.471	1.444.512	1.547.326
Acqua in lattine - n°			654
Acqua Ecogreen			5.671
Arance - kg	252	108	53
Bevande in brik e PET - n°	210.571	260.421	288.333
Bevande in lattine - n°	143.661	179.093	203.029
Frutta/yogurt - n°	8.790	7.162	3.600
Panini/tramezzini/piatti pronti - n°	23.096	41.172	36.821
Snack dolci - n°	520.845	700.289	773.790
Snack salati - n°	398.730	401.430	504.387

Da segnalare l'introduzione di acqua in lattina e di acqua Ecogreen, entrambe sono soluzioni a basso impatto ambientale e che migliorano la gestione dei rifiuti.

Emissioni di gas a effetto serra

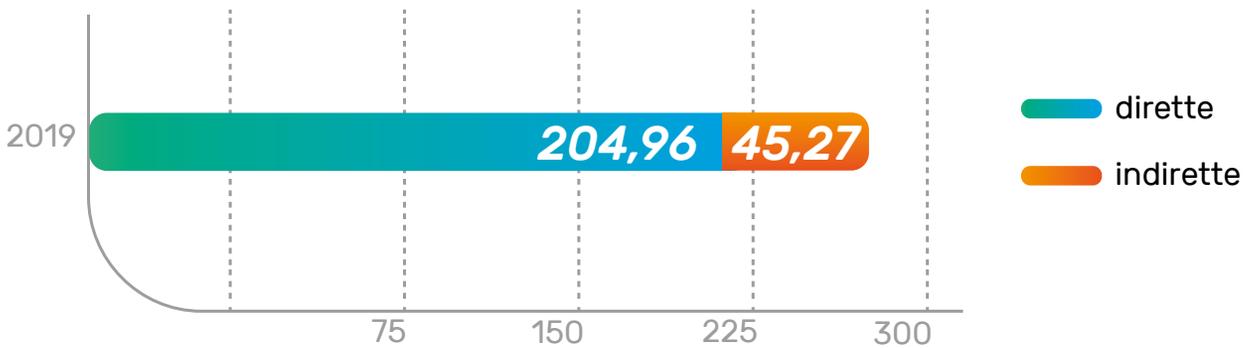
Miami Ristoro calcola le emissioni a effetto serra che la sua attività produce, dividendole in

> Emissioni dirette

Scopo 1: derivanti dal consumo di combustibili per il funzionamento degli automezzi del parco auto aziendale.

> Emissioni indirette

Scopo 2: derivanti dall'attività aziendale, ma generate da fonti non di proprietà, ovvero i consumi di energia elettrica, che comprendono anche il riscaldamento. Come evidenziato in tabella, sono le emissioni dirette e quindi i consumi delle autovetture necessarie allo svolgimento dell'attività aziendale, a generare più emissioni di Co2.



4.1.2 > Smaltimento rifiuti

I rifiuti prodotti da Miami Ristoro derivano principalmente dall'attività di ufficio in azienda, dai distributori automatici e dagli imballaggi dei prodotti.

L'azienda opera un'attenta e corretta gestione dei rifiuti, coinvolgendo tutto il personale e tenendolo sempre informato sulle nuove procedure. Questo permette di implementare costantemente il processo, in modo tale da impattare il meno possibile sul territorio e sull'ambiente.

Nel 2019 sono state smaltite 21,5 tonnellate di rifiuti

Anche nel 2019, come già evidenziato in precedenza, si conferma il trend iniziato l'anno precedente, ovvero un aumento di consumi di carta e cartone e una diminuzione della plastica. Non c'è smaltimento di componenti rimossi da distributori fuori uso, perché sono stati tutti rivenduti. Aumentano i toner smaltiti, perché in precedenza venivano in parte ritirati dalla società che cambiava i toner alle stampanti. Nel 2019 il servizio è stato modificato e quindi tutti i toner consumati vengono smaltiti da Miami Ristoro.

Smaltimento di rifiuti in kg

	2017	2018	2019
Imballaggi di carta e cartone	13.280	14.240	17.640
Imballaggi di plastica	5.000	3.880	3.840
Ferro e acciaio	2.073	0	0
Imballaggi metallici	0	0	0
Scarti utilizzabili per consumo o per la trasformazione	300	0	0
Toner per stampanti esauriti	15	10	25
Rifiuti non specificati altrimenti	525	0	0
Componenti rimossi da apparecchiature fuori uso	1.800	3.100	0

Come per i consumi, anche per lo smaltimento dei rifiuti, dall'anno scorso Miami Ristoro ha scelto di rendicontare anche i dati relativi agli imballaggi dei prodotti smaltiti direttamente dal cliente. Da sottolineare l'aumento di plastica da bicchieri e palette dovuto all'introduzione del Progetto Rivending, di cui parleremo nel prossimo paragrafo.

L'aumento della plastica da bicchieri e palette è dovuto all'introduzione presso alcuni clienti di Rivending, il progetto di economia circolare che permette di riciclare la plastica di bicchieri e palette e rimetterla sul mercato.

Novità del 2019 sono i nuovi materiali biologici con cui vengono fatte le palette e i bicchieri compostabili.

Rifiuti prodotti a seguito della vendita di bevande e alimenti confezionati, in tonnellate (eliminati a cura del cliente)

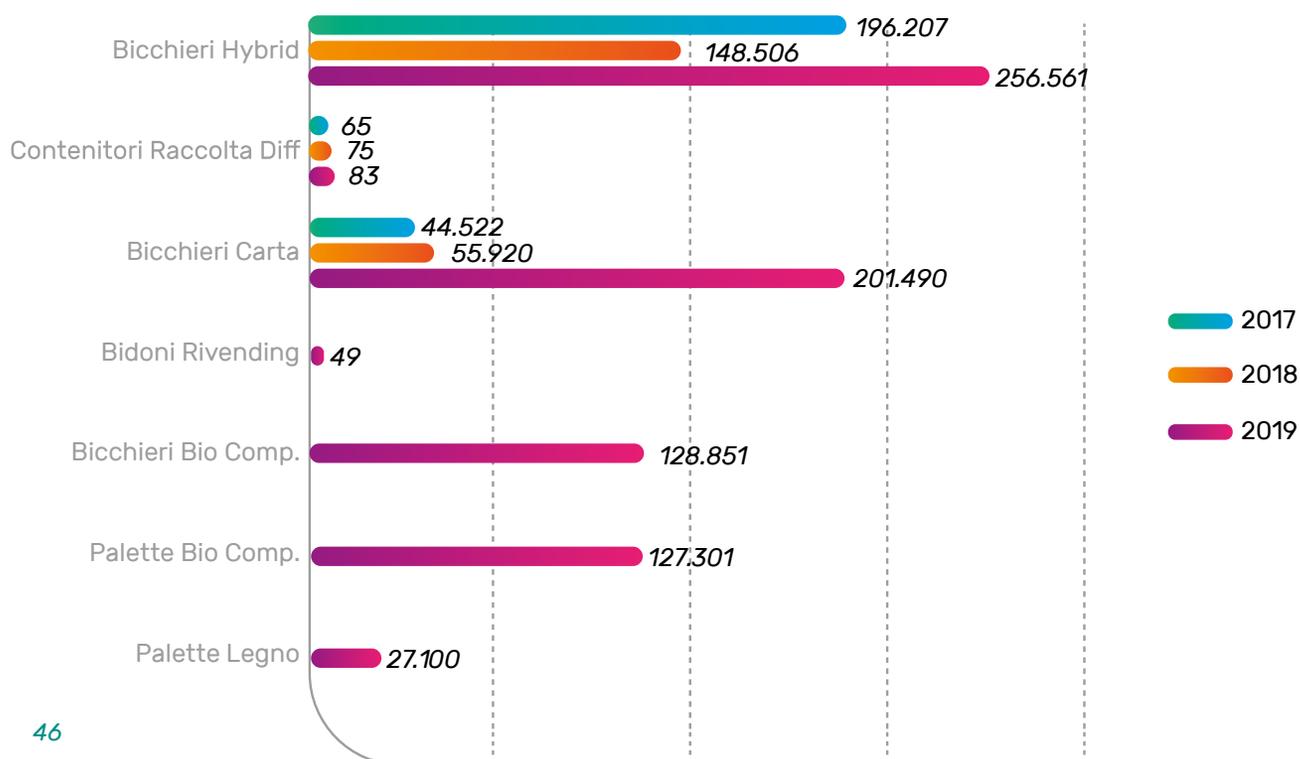
	2018	2019
Plastica da bottiglie (PET)	30,65	29,42
Alluminio da lattine (ALU)	2,33	2,63
Carta (PAP)		1,81
Poliaccoppiati (BRIK)	1,46	1,55
Legno (PALETTE)		0,001
Amido di mais (paletta bio compostabile per D.A.)		0,12

4.2 > Altre attività di impatto ambientale

Miami Ristoro ha intrapreso anche una serie di attività per ridurre il proprio impatto ambientale e contemporaneamente sensibilizzare i propri clienti e consumatori a comportamenti consapevoli, offrendo loro la possibilità di scegliere fra una gamma di servizi volti a sostenere la responsabilità nei confronti dell'ambiente.

Materie fornite dai distributori

	2017	2018	2019
Bicchieri Hybrid	196.207	148.506	256.561
Contenitori raccolta differenziata	65	75	83
Bicchieri carta	44.522	55.920	201.490
Bidoni Rivending			49
Bicchieri bio comp.			128.851
Palette bio comp.			127.301
Palette legno			27.100



4.2.1 > Rivending

Rivending è un progetto nato da Confida, (Associazione Italiana Distribuzione Automatica), Corepla (Consorzio Nazionale per la Raccolta e il Recupero degli Imballaggi in Plastica) e UnionPlast (Unione Nazionale Industrie Trasformatrici Materie Plastiche - Federazione Gomma Plastica) con l'obiettivo di riciclare un prodotto nobile e facilmente lavorabile come la plastica dei bicchieri e delle palette che troviamo nei distributori automatici.

Il problema legato alla plastica è una delle sfide che il settore del Vending si trova ad affrontare negli ultimi anni, soprattutto in seguito alle nuove direttive europee. Il problema non è tanto rappresentato dalla plastica, ma da come questa viene gestita e smaltita.

Purtroppo le soluzioni "green" proposte oggi per il mondo del Vending non sono "sostenibili" sui grandi numeri e spesso generano problemi sul sistema di raccolta differenziata negli uffici e di conseguenza sul corretto smaltimento.

Riciclare è ancora oggi la soluzione più green che abbiamo.

Rivending lavora proprio su questo concetto. Accanto al distributore automatico sono posizionati dei bidoni con dei buchi fatti apposta per la raccolta di bicchieri e palette di plastica. I bicchieri sono impilati, quindi c'è anche una riduzione degli spazi occupati dal rifiuto.

Bicchierini e palette del vending sono realizzati in un monoprodotto plastico e, se raccolti separatamente, sono facilmente lavabili e possono essere riciclati.

L'obiettivo finale è di generare un circuito di economia circolare, da cui realizzare nuovi bicchieri e palette con la plastica riciclata raccolta grazie ai bidoni Rivending.



Miami Ristoro ha aderito al progetto alla fine del 2019 installando circa 50 bidoni.

4.2.2 > I distributori

I distributori automatici rappresentano il nucleo dell'attività di Miami Ristoro, per questo è fondamentale che siano macchine tecnologiche e innovative.

Nel 2019 Miami Ristoro ha fatto un notevole investimento in questa direzione, grazie anche alla possibilità di usufruire dell'iperammortamento 4.0.

L'aspetto principale di questa operazione è stato l'acquisto di distributori di ultima generazione e l'estensione dell'App Coven Matipay e della telemetria a tutte le macchine.

Questo permette di collegare i distributori con il palmare degli addetti al rifornimento e di ottimizzare i giri del rifornimento, andando così a impattare positivamente sui consumi

energetici, relativi agli spostamenti con i furgoni e diminuire le emissioni di Co2.

Inoltre i nuovi distributori sono dotati di touch screen, sul quale è possibile veicolare messaggi utili al consumatore in merito alla promozione di corretti stili di vita e alle soluzioni sostenibili che Miami Ristoro mette a disposizione per permettere a tutti una pausa consapevole.

Continua l'installazione di nuovi distributori a classe energetica A+/A++.

Nel 2019 il 56% dei distributori installati è di classe energetica A+/A++.

Classe energetica

	2017	2018	2019
Parco distributori totale	1.330	1.497	1.599
Parco distributori - Classe energetica A+/A++	682	773	901
% Parco distributori - Classe energetica A+/A++	51,28%	51,63%	56,35%

Miami Ristoro è in grado di offrire ai propri clienti la soluzione sostenibile e green più adatta alle loro esigenze. Oltre a un'accurata cura dei prodotti con packaging sostenibili e riciclati, come per esempio la bottiglietta d'acqua Easy Green di San Benedetto, prodotta con il 50% di plastica rigenerata e l'acqua in lattina di alluminio, Miami Ristoro dà la possibilità di inserire stoviglie monouso compostabili e allestire le aree ristoro con compattatori per la raccolta differenziata.

Novità del 2019 è appunto l'introduzione di bicchieri e palette bio compostabili o in legno.



4.3 > Il processo di controllo qualità

Sicurezza, qualità e igiene sono da sempre le priorità di Miami Ristoro.

Garantire un servizio che tenga conto di questi aspetti fa parte della strategia dell'azienda, con un impegno costante per monitorare i processi e migliorarli.

I sistemi informatici evoluti di cui è dotato il personale, permettono di selezionare, tracciare e gestire tutti i prodotti che arrivano in magazzino, prima di inserirli nei distributori automatici. In questo modo si controlla la qualità della merce (confezioni intatte, date di scadenza) e si ottimizzano le attività relative all'organizzazione del magazzino e al giro per i rifornimenti.

I singoli furgoni, dotati di cella frigorifera per garantire la catena del freddo, sono monitorati e sanificati costantemente.

L'azienda ha anche impostato un Sistema di gestione e Igiene Alimentare, nel quale sono inserite tutte le procedure operative e gestionali ad opera di personale specializzato interno ed esterno all'azienda.

Le procedure, così come tutti i processi di controllo qualità svolti da Miami Ristoro, sono conformi alla norma internazionale UNI EN ISO 9001:2015.

A queste procedure si aggiungo le attività di manutenzione ordinaria (effettuata a ogni passaggio dell'operatore) e programmata

(effettuata a scadenze prestabilite, presso i laboratori o al passaggio dell'operatore) dei distributori automatici al fine di garantire alti standard qualitativi.

Miami Ristoro effettua anche i controlli sulla durezza dell'acqua al fine di installare il filtro migliore.



THE INTERNATIONAL CERTIFICATION NETWORK

CERTIFICATE

CISQ/CERTIQUALITY S.r.l.

has issued an IQNet recognised certificate that the organization:

MIAMI RISTORO SRL

IT - 20124 MILANO (MI) - VIA VITTOR PISANI, 28

for the following scope

of automatic vending machines for warm and cold drinks and snacks.



**ATTESTATO N. 125
AL CERTIFICATO N. 28156
RILASCIATO A:**

CONFIDA

Associazione Italiana Distribuzione Automatica Via Napo Torriani, 29 – 20124 Milano

Si attesta che l'associata
We confirm that the company

Miami Ristoro S.r.l.

Sede legale: Via Vittor Pisani, 28 – 20124 Milano
Unità Operativa: Via Pastrengo, 64 – 20814 Varedo (MB)

è conforme allo standard
is in compliance with the standard

DTS 013

Top Quality Standard – TQS Vending



Nel rispetto dei seguenti requisiti
With respect of the following

- **Attenzione alle esigenze ed aspettative dei clienti e impegno costante al miglioramento**
 - **Professionalità e correttezza del personale e del servizio clienti**
 - Affidabilità e regolarità del servizio
 - Assistenza tecnica tempestiva
 - Garanzia di pulizia e igiene dei DA
 - **Facilità di utilizzo dei Distributori Automatici tradizionali**

5 Comunità

5.1 > *Avis Milano*

5.2 > *Progetto Officine del caffè*

5.3 > *Fondazione Progetto Arca*

5.4 > *Linea sana alimentazione*

5.5 > *Donazione di prodotti
ed erogazioni liberali*



19.791€

di investimenti in ambito sociale



45.000

Prodotti donati



209.860

*Prodotti erogati della linea
sana alimentazione*

Miami Ristoro negli anni ha rafforzato il legame con i territori in cui opera, contribuendo e promuovendo la crescita e lo sviluppo della comunità, attraverso progetti e attività che favoriscono il benessere della salute fisica, l'inclusione sociale e l'accesso al cibo.

Tutte le iniziative sono pensate considerando l'impegno nei confronti del cliente, del consumatore e di tutta la comunità. La responsabilità sociale è uno dei capisaldi della strategia di visione di Miami

Ristoro, perché supportare la comunità in cui si opera significa migliorare il proprio territorio e rendere i consumatori e gli stakeholder sempre più consapevoli e in grado di fare scelte responsabili.

Per questo motivo Miami Ristoro ha deciso, negli ultimi anni, di concentrarsi principalmente su 3 realtà che racchiudono i valori perseguiti dall'azienda:

- > *Avis Milano per il benessere della salute fisica*
- > *Officine del Caffè per l'inclusione sociale*
- > *Fondazione Progetto Arca per l'accesso al cibo*



5.1 > Avis Milano

L'incontro con Avis Milano avviene nel 2011 grazie a Massimo Ferrarini, titolare di Miami Ristoro, che in qualità di donatore di sangue, decide di portare la sua esperienza in azienda per sostenere l'Associazione nella raccolta di sacche di sangue, di cui il Comune di Milano è in costante carenza.

Sono nati così i progetti:

- *l'Unità Mobile in azienda è sicuramente l'iniziativa più concreta.*

Miami Ristoro ospita, almeno 1 volta all'anno, presso la propria sede, l'emeroteca di Avis Milano e invita tutti i suoi dipendenti, i fornitori limitrofi e relativi parenti a donare il sangue in loco.

In questo modo, oltre a raccogliere sacche di sangue, negli anni, molte persone che hanno partecipato all'iniziativa, sono diventate donatori abituali.

Inoltre questa attività offre anche un servizio di welfare per i dipendenti, che hanno la possibilità, in quell'occasione, di eseguire un check-up completo, gratuitamente.

Nel 2019 L'unità Mobile di Avis ha fatto una giornata presso Miami Ristoro, raccogliendo 20 sacche.

> Donazione di prodotti per le colazioni gratuite dei volontari e installazione di distributori che erogano prodotti a prezzi di favore, presso le sedi di Lambrate, Legnano e dal 2019 anche Limbiate. **Nel 2019 sono stati donati ad Avis prodotti per un totale di 4.366 euro**

> **Donazione di prodotti nelle sacche dei partecipanti all'Innovation Running**, evento legato allo sport e agli stili di vita sani, organizzato da Avis Milano presso l'Ospedale di Niguarda. L'evento prevede gare podistiche e un'area Village in cui si svolgono attività di promozione alla salute, laboratori e progetti di responsabilità sociale.

5.2 > Progetto Officine del caffè

Il progetto sperimentale presso il Carcere di Bollate nasce nel 2016, in collaborazione con la Cooperativa Bee4, per il reinserimento sociale dei detenuti nel mondo del lavoro.

Il Carcere di Bollate si conferma essere un caso di eccellenza nel sistema penitenziario italiano, circa 200 detenuti sono in articolo 21, ovvero possono uscire dal carcere per lavorare. Gli altri hanno una giornata scandita da una serie di appuntamenti con l'obiettivo di abituare il detenuto a svolgere un'attività produttiva e aiutarli a reinserirsi socialmente attraverso l'educazione e il lavoro.

Con la cooperativa Bee4, si è studiato un progetto per la riparazione di macchinette del caffè OCS e dei distributori automatici. Un programma che prevede una prima parte di formazione con

tecnici specializzati Miami Ristoro e Lavazza e una seconda parte di lavoro in officina.

La formazione è molto importante perché oltre a garantire gli alti standard di qualità delle macchine, permette ai detenuti di acquisire capacità rivendibili sul mercato.

Il programma di lavoro in carcere ha un forte senso di inclusione sociale, è stato infatti dimostrato che i casi di recidiva diminuiscono notevolmente, se i detenuti sono impiegati in lavori durante la loro reclusione, questo perché acquisiscono delle competenze che li rendono sicuri e capaci di affrontare il mondo fuori, lavorando sulla propria consapevolezza e autostima.



Nel 2019 sono stati riparati 15 distributori automatici, 352 macchine OCS e sono stati impiegati 8 tecnici Miami Ristoro per l'attività di formazione dei detenuti.

5.3 > *Fondazione Progetto Arca*

L'incontro con Fondazione Progetto Arca avviene nel 2016 in supporto a uno degli aspetti fondamentali della Fondazione, ovvero quello della distribuzione del cibo e delle bevande nelle strutture di accoglienza.

La Fondazione infatti si occupa di dare assistenza a rifugiati e migranti, cercando in questo modo di favorirne l'inclusione e contemporaneamente sensibilizzare la comunità ai concetti di multiculturalità.

Miami Ristoro ha scelto di supportare la Fondazione installando due distributori che erogano bevande calde gratuite e due prodotti che erogano snack e bevande fredde a prezzi decisamente calmierati.



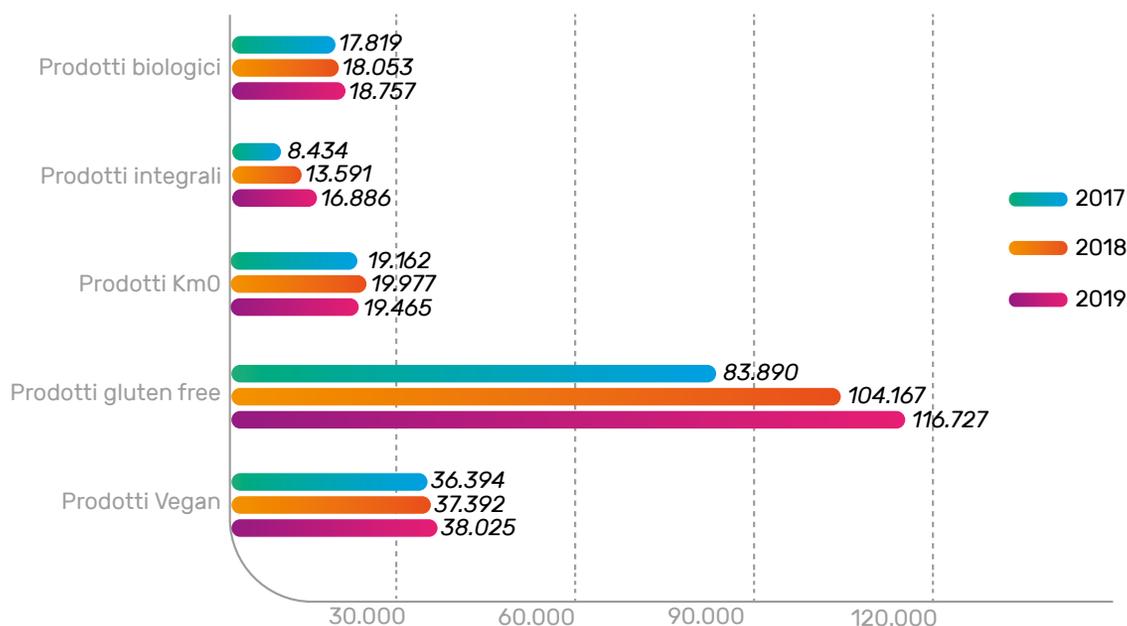
5.4 > Linea sana alimentazione

Una ricerca effettuata da IPSOS nel 2019 dimostra che il consumatore finale, anche nell'acquisto al distributore automatico, pone un'attenzione particolare verso i prodotti salutistici, biologici, gluten free...

Ormai l'idea di junk food che spesso accompagnava le vending machine sta scomparendo, perché negli ultimi anni, anche il settore della distribuzione automatica ha fatto passi da gigante in questa direzione, inserendo prodotti che diano al consumatore la possibilità di seguire una corretta alimentazione anche fuori casa.

Miami Ristoro, grazie anche all'adesione al programma FreeFrom by Coven, inserisce nei propri distributori linee specialistiche, accuratamente segnalate, trasformando così il distributore stesso in un veicolo di marketing sociale.

Come evidenziato dalla tabella si conferma il trend degli anni precedenti con la crescita del consumo dei prodotti gluten free, biologici, integrali e vegan.



Continua anche la collaborazione con Gaja Food e il progetto il Kiosko di Gaja presso l'Università IULM di Milano. Si tratta di un distributore interamente dedicato ai prodotti salutistici. L'obiettivo di Miami Ristoro è quello di portare questo progetto all'interno delle scuole e delle Università, dove il tema dei

distributori automatici è sempre stato argomento di dibattito. Grazie al Kiosko di Gaja e utilizzando il distributore come veicolo di marketing sociale si possono avviare valide campagne di sensibilizzazione sui ragazzi per il consumo di cibo sano.

5.5 > Donazione di prodotti ed erogazioni liberali

Oltre ai progetti con Avis, Fondazione Progetto Arca e Carcere di Bollate, Miami Ristoro sostiene, attraverso la donazione di prodotti ed erogazioni liberali, alcune realtà sul territorio (l'elenco completo delle erogazioni liberali è nel capitolo 6).



Nel 2019 sono stati donati 45.000 prodotti per un valore complessivo di 11.670 euro.

Donazione prodotti alimenti 2019

Beneficiario	Pezzi donati	Costo in €
Avis Milano e Legnano	6.446	1.036
Progetto Arca Milano	36.960	10.080
Comune di Limbiate	168	13
Comune di Paderno Dugnano	115	407
Istituto Cavalieri	408	31
Istituto Caniana	504	38
Fabbrica dei segni Cooperativa Sociale	400	65
Totale	45.001	€ 11.670

6

Dimensione economica

6.1 > *Principali dati patrimoniali*

6.2 > *Il conto economico scalare*

6.3 > *Analisi principali - Dati di bilancio*

6.4 > *Valore aggiunto*

6.5 > *Investimenti sociali*

Premessa metodologica

Il presente capitolo si prefigge di dare un quadro della struttura economica e patrimoniale della Società. Vengono analizzati i bilanci d'esercizio 2017/2018/2019 in modo da garantire una esaustiva rappresentazione dell'evoluzione della realtà aziendale.

Vengono illustrati i dati principali di bilancio riclassificati e alcuni dei principali indici economico-patrimoniali e finanziari.

Si sottolinea che l'iscrizione degli investimenti in beni in leasing fra le immobilizzazioni, rende differenti i dati qui riportati da quelli del bilancio ufficiale approvato e depositato.

Si è scelto di utilizzare tale rappresentazione considerata la rilevanza di tali beni, come contro partita, fra le passività, si trovano i debiti residui verso le società di leasing e le quote versate nei diversi esercizi che assumono la valenza di fondi ammortamento.



6.1 > Principali dati patrimoniali

Vengono analizzati i dati del triennio 2017-2018-2019.

Le attività rappresentano il capitale investito e le passività le diverse forme di finanziamento.

Stato patrimoniale

Attività	€	€	€
	2017	2018	2019
Disponibilità liquide	153.791	82.025	109.490
Titoli			
Scorte	165.974	182.046	152.009
+ Crediti vs Clienti Terzi (netti)	227.414	278.934	270.148
+ Crediti vs Clienti Collegati	0	0	0
Totale Crediti vs Clienti	227.414	278.934	270.148
Altri crediti a breve	428.412	356.815	295.904
Attività correnti	975.591	899.820	827.551
+ Immobilizzazione Materiali	7.614.176	7.589.384	8.280.278
- Fondi Ammortamento	1.846.266	1.638.044	2.004.596
- Quote Leasing Versate	973.173	1.214.007	1.463.299
Totale Immobilizzazioni nette	4.794.737	4.737.333	4.812.383
Immobilizzazioni Finanziarie nette	831.465	845.816	808.958
+ Immobilizzazioni Immateriali	493.243	941.390	1.110.203
- Fondi Ammortamento	214.131	253.008	334.503
Immobilizzazioni Immateriali nette	279.112	688.383	775.701
Attività fisse	5.905.314	6.271.532	6.397.042
Totale attività	€ 6.880.905	€ 7.171.352	€ 7.224.593

Stato patrimoniale

Passività	€	€	€
	2017	2018	2019
Banche passive	515.995	570.733	304.748
Quota corrente mutui e finanziamenti	0	0	0
+ Debiti vs Fornitori Terzi	834.624	871.650	1.114.587
+ Debiti vs Clienti Collegati	0	0	0
Totale Debiti vs Fornitori	834.624	871.650	1.114.587
Altri debiti a breve	326.120	582.404	615.991
Passività correnti	1.676.739	2.024.787	2.035.326
Fondo T.F.R. Personale	252.136	275.076	298.243
Altri debiti a lungo	4.078.026	3.571.211	3.575.210
Passività consolidate	4.330.162	3.846.287	3.873.453
Totale mezzi di Terzi	6.006.901	5.871.074	5.908.779
+ Capitale Sociale	51.480	51.480	51.480
- Riserva neg. azioni proprie in portafoglio	0	0	0
+ Riserve	808.766	1.222.521	1.248.799
Capitale netto	874.004	1.300.278	1.315.814
Passività lungo termine	5.190.408	5.120.288	5.173.732
+/- Risultato di esercizio	13.759	26.277	15.535
Totale passività	€ 6.880.905	€ 7.171.352	€ 7.224.593

Si mantiene anche per il 2019 il trend di crescita delle attività che rappresentano il Capitale investito; aumentano, ma in misura non significativa, le fonti di finanziamento sia correnti sia a medio e lungo termine. Grazie alla politica di reinvestimento dell'utile le fonti interne sono costantemente in aumento.

6.2 > Il conto economico scalare

Il Conto economico scalare evidenzia un aumento delle vendite pari al 10,56% rispetto allo scorso esercizio, risultato ottimale. La crescita aziendale fa sì che ci sia un incremento in valore assoluto dei costi operativi che però non variano la loro incidenza sul volume delle vendite. In tema di distribuzione del Valore Aggiunto aziendale si evidenzia il costante aumento del costo del lavoro, dato molto rilevante.

Conto economico scalare

	€	inc % su	€	inc % su	€	inc % su
	2017	Vendite	2018	Vendite	2019	Vendite
Vendite nette	3.926.626	100,00	4.478.964	100,00	4.952.067	100,00
Variazioni su anno precedente		+ 4,29%		+ 14,07%		+10,56%
+ Rimanenze iniziali	159.547	4,06	165.974	3,71	182.046	3,68
+ Acquisti	1.517.799	38,65	1.722.532	38,46	1.632.313	32,96
- Rimanenze finali	165.974	4,23	182.046	4,06	152.009	3,07
- Costo acq. venduto	1.511.372	38,49	1.706.460	38,10	1.662.350	33,57
= Margine LORDO I livello	2.415.254	61,51	2.772.504	61,90	3.289.717	66,43
+ P.F.A. da fornitori	0	0,00	0	0,00	0	0,00
- P.F.A. a clienti	0	0,00	0	0,00	0	0,00
= Margine LORDO II livello	2.415.254	61,51	2.772.504	61,90	3.289.717	66,43
+ Ricavi di Marketing	0	0,00	0	0,00	0	0,00
= Margine LORDO III livello	2.415.254	61,51	2.772.504	61,90	3.289.717	66,43
Costo lavoro	1.002.772	25,54	1.104.633	24,66	1.210.539	24,45
Costo promo/pubblicitari	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Costo locazioni	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Costi leasing	331.454	8,44	379.327	8,47	422.010	8,52
Ammortamenti beni materiali	240.559	6,13	308.029	6,88	448.275	9,05
Ammortamenti beni immateriali	32.992	0,84	69.433	1,55	0	0,00
Altri costi di gestione	957.072	24,37	1.068.730	23,86	1.158.443	23,39
- Costi operativi	2.564.849	65,32	2.930.152	65,42	3.239.267	65,41
+ Altri ricavi gestione	246.431	6,28	280.497	6,26	42.780	0,86
= Margine OPERATIVO	96.836	2,47	122.849	2,74	93.230	1,88
- Oneri finanziari	46.071	1,17	41.849	0,93	47.271	0,95
+ Proventi finanziari	2	0,00	0	0,00	0	0,00
= Saldo Gestione Finanziaria	(46.069)	-1,17	(41.849)	-0,93	(47.271)	-0,95
= RIS. della GESTIONE	50.767	1,29	81.000	1,81	45.959	0,93
+ Proventi straordinari	0	0,00	0	0,00	0	0,00
- Oneri straordinari	0	0,00	0	0,00	0	0,00
= Saldo Gestione Straordinaria	0	0,00	0	0,00	0	0,00
= RIS. ECONOMICO LORDO	50.767	1,29	81.000	1,81	45.959	0,93
- Imposte sul reddito	37.009	0,94	54.723	1,22	30.424	0,61
Risultato economico	€ 13.758	0,35	€ 26.277	0,59	€ 15.535	0,31

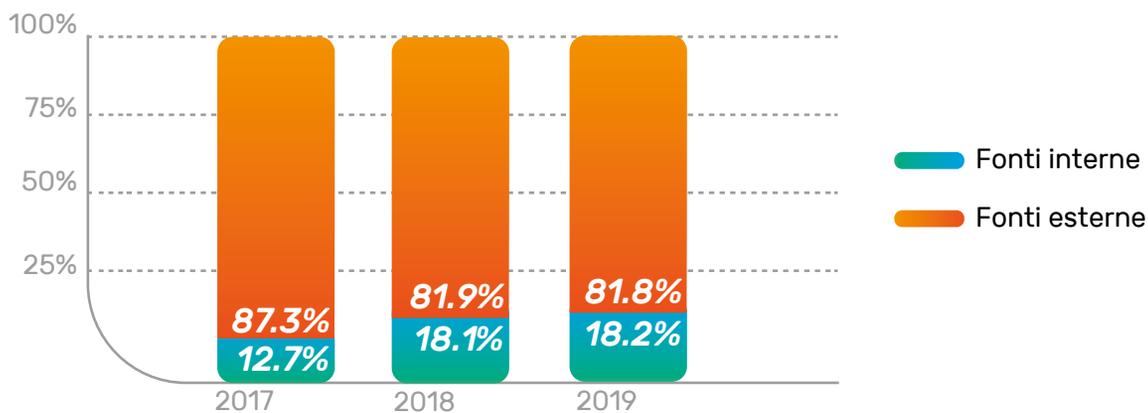
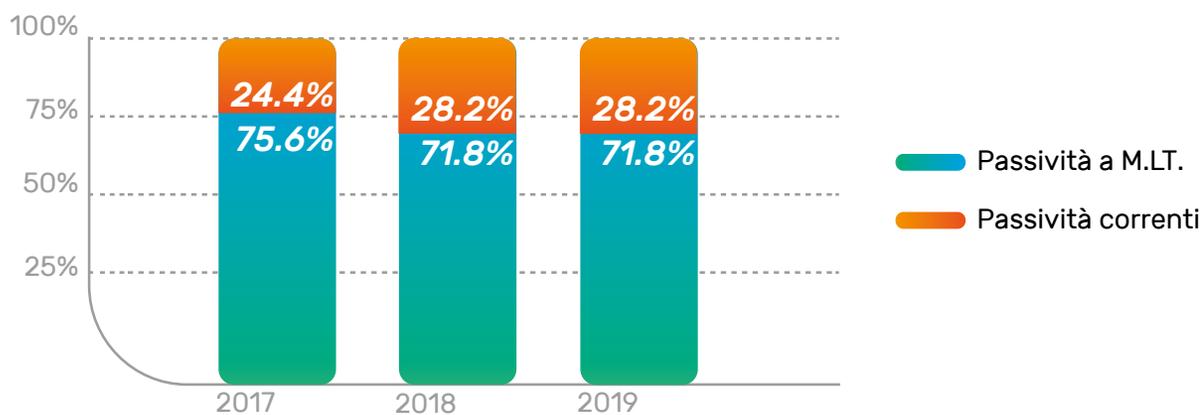
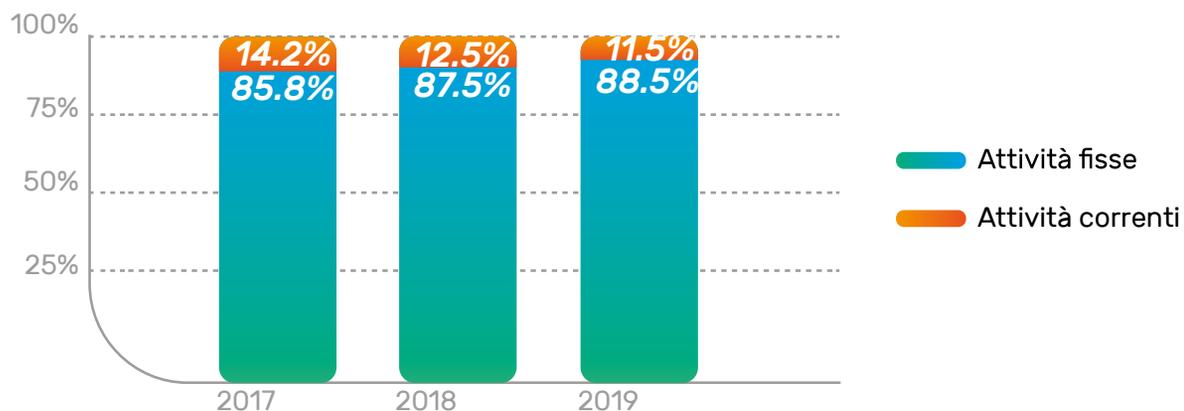
6.3 > Analisi principale - Dati di bilancio

Analisi struttura patrimoniale

	€	%	€	%	€	%
	2017		2018		2019	
A) Composizione degli impieghi						
TOTALE ATTIVO	6.880.905	100,00	7.171.352	100,00	7.224.593	100,00
ATTIVITA' CORRENTI	975.591	14,2	899.820	12,5	827.551	11,5
ATTIVITA' FISSE	5.905.314	85,8	6.271.532	87,5	6.397.042	88,5
B) Composizione delle fonti						
TOTALE PASSIVO	6.880.905	100,00	7.171.352	100,00	7.224.593	100,00
PASSIVITA' CORRENTI	1.676.739	24,4	2.024.787	28,2	2.035.326	28,2
PASSIVITA' A LUNGO	5.204.166	75,6	5.146.565	71,8	5.189.267	71,8
B) Composizione delle fonti						
TOTALE PASSIVO	6.880.905	100,00	7.171.352	100,00	7.224.593	100,00
FONTI ESTERNE	6.006.901	87,3	5.871.074	81,9	5.908.779	81,8
FONTI INTERNE	874.004	12,7	1.300.278	18,1	1.315.814	18,2

Indici Patrimoniali

Coefficienti di composizione



Indici finanziari

	2017	2018	2019
Indice Liquidità Lorda	0,58	0,44	0,41
Indice di indebitamento	6,87	4,52	4,49
Costo mezzi terzi	0,80%	0,70%	0,80%

Indici finanziari

	2017	2018	2019
ROE	1,59	2,42	1,19
EBIT	2,47	2,74	1,88
ROI	1,46	1,75	1,30

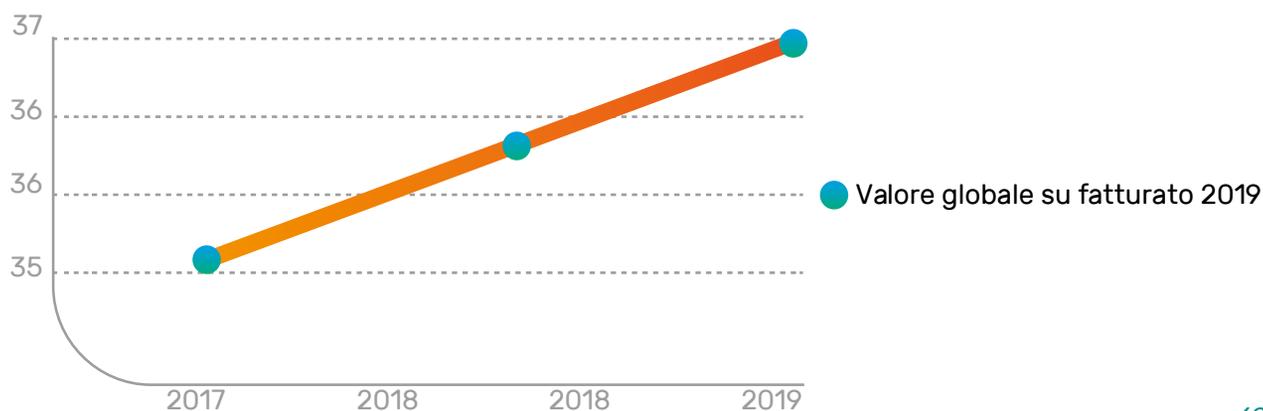
Cash Flow

	2017	Inc % su Vendite	2018	Inc % su Vendite	2019	Inc % su Vendite
Risultato economico	13.758	0,35	26.277	0,59	15.535	0,31
+ Ammortamenti e accantonamenti	273.551	6,97	377.462	8,43	448.275	9,05
+ Quota accantonamenti TFR	48.966	1,25	54.554	1,22	58.352	1,18
= Cash Flow	336.275	8,56	458.293	10,23	522.162	10,54

6.4 > Valore aggiunto

Determinazione e riparto del valore aggiunto

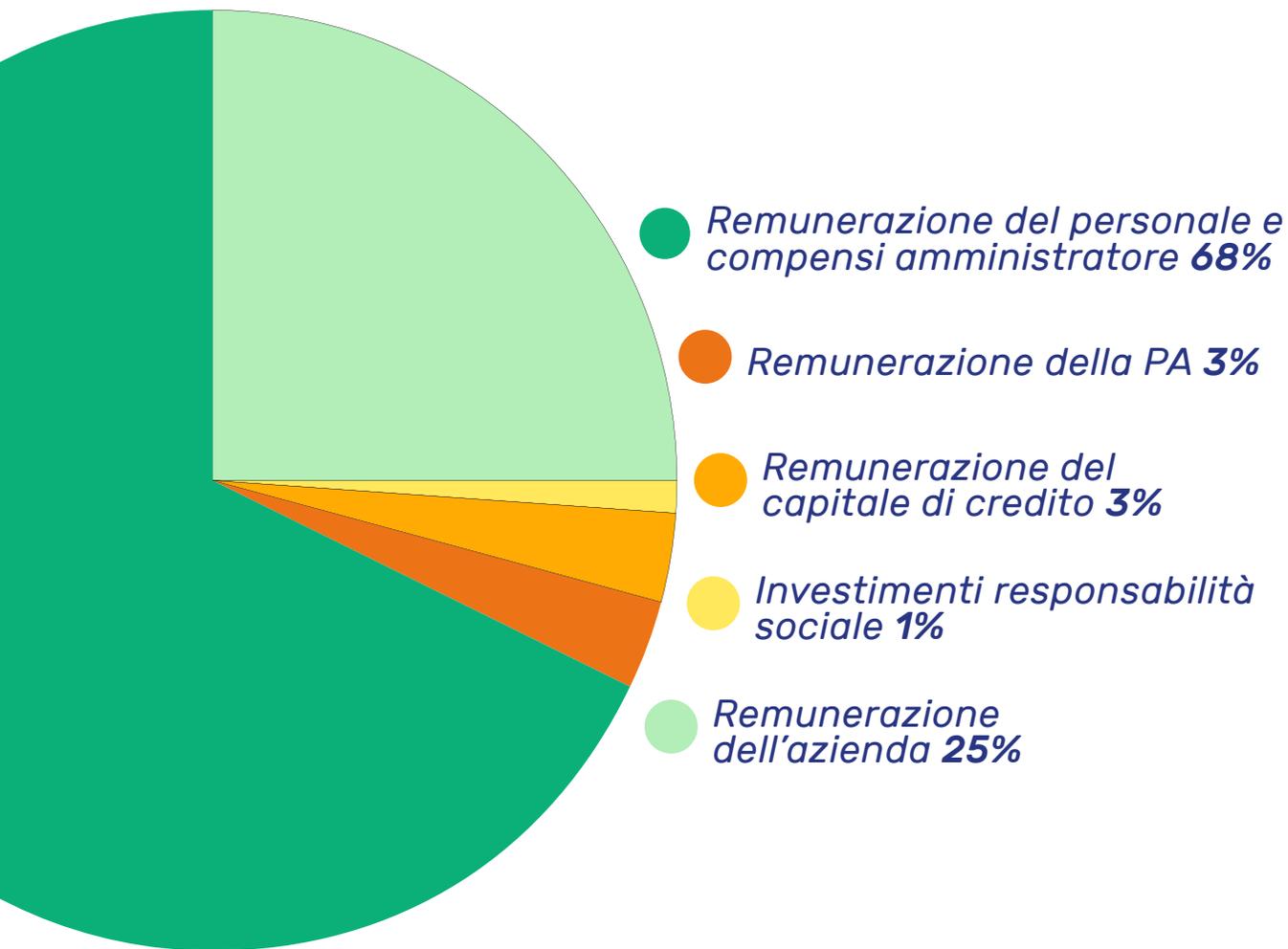
	2017	Inc % su Vendite	2018	Inc % su Vendite	2019	Inc % su Vendite	delta 18/19
Ricavi di vendita	3.926.626		4.478.964		4.952.067		10,56%
Altri ricavi e proventi	246.431		280.497		42.780		-84,75%
Valori Produzione	4.173.057	100%	4.759.461	100%	4.994.847	100%	4,95%
per materie prime, sussid, consumo e merce	1.494.793	35,8%	1.703.013	35,8%	1.612.521	32,3%	-5,31%
variazione delle rimanenze	-6.427	-0,2%	-16.072	-0,3%	30.037	0,6%	-286,89%
per servizi	809.954	19,4%	900.096	18,9%	1.034.684	20,7%	14,95%
per godimento beni di terzi	331.454	7,9%	379.327	8,0%	422.010	8,4%	11,25%
oneri diversi di gestione	79.842	1,9%	103.124	2,2%	49.596	1,0%	-51,91%
Costi intermedi Produzione	2.709.616	64,9%	3.069.488	64,5%	3.148.848	63,0%	2,59%
Valore aggiunto tipico Lordo	1.463.441	35,1%	1.689.973	35,5%	1.845.999	37,0%	9,23%
Proventi finanziari	2	0,0%	39	0,0%	18	0,0%	-53,85%
Valore aggiunto Globale da distribuire	1.463.443		1.690.012		1.846.017		9,23%
Valore aggiunto Globale sul Fatturato	35%		36%		37%		4,08%



Distribuzione del valore aggiunto

	2017	Inc %	2018	Inc %	2019	Inc %	delta 17/19
Remunerazione del personale e compensi amministratore	1.045.787	71,5%	1.149.849	68%	1.263.077	68,4%	21%
Remunerazione della PA	61.270	4,2%	75.017	4,4%	52.049	2,8%	-15%
Remunerazione del capitale di credito	46.071	3,1%	41.888	2,5%	47.289	2,6%	3%
Oneri finanziari	46.071		41.888		47.289		3%
Investimenti responsabilità sociale	23.006	1,6%	19.519	1,2%	19.792	1,1%	-14%
Remunerazione dell'azienda	287.309	19,6%	403.739	23,9%	463.810	25,1%	61%
Ammortamenti	273.551	18,7%	377.462	22,3%	448.275	24,3%	64%
Risultato economico	13.758	0,9%	26.277	1,6%	15.535	0,8%	13%
Valore aggiunto sociale distribuito	1.463.443	100,0%	1.690.012	100,0%	1.846.017	100,0%	26%
* di cui compensi amministratore	41.506		45.216		52.538		

Il Valore Aggiunto da distribuire aumenta ancora del 9% nell'esercizio 2019. Nell'esercizio il valore aggiunto sociale distribuito è pari a 1.846.017 Euro, in rapporto al valore della produzione del 37%, in crescita di un punto sul 2018. Aumentare il valore aggiunto distribuito al personale pari al 69,2%, aumenta in valore assoluto anche quello distribuito in investimenti di responsabilità sociale. Diminuisce la distribuzione come remunerazione della PA che è pari al 2,8% circa.



6.5 > Investimenti sociali

Continua l'impegno di Miami Ristoro a sostenere e promuovere le attività di Avis Milano, Fondazione Progetto Arca e il Carcere di Bollate. Tre importanti realtà, radicate nel territorio in cui opera l'azienda e che coinvolgono due degli aspetti che Miami Ristoro ritiene fondamentali in termini di responsabilità sociale: la salute fisica, correlata all'alimentazione e la formazione. A questi investimenti si aggiungono ogni anno attività di sostegno alla comunità e ad alcune associazioni, come per esempio l'Opera San Francesco il Comune di Sesto S. Giovanni.

Investimenti per campagne sociali ed erogazioni liberali

Attività	2017	2018	2019
Investimenti Avis	7.362,00	7.103,00	4.366,60
Locandine per il Comune di Sesto	133,00	54,00	
Noleggio pullman per il Comune di Sesto	700,00	500,00	2.790,91
Corsi teatro Sesto S. Giovanni per associazione AriSLA	2.500,00	1.000,00	
Donazione prodotti*	11.995,00	10.862,00	10.634,00
Microonde per Croce Maria Brambilla	158,00		
Microonde per villa Fiammetta	158,00		
Donazione Opera San Francesco			2.000,00
Sponsorizzazione S.S. Leoncelli A.S.D			500,00
Sponsorizzazione U.S.D. San Giorgio Torino			2.440,00
Totale	23.006,00	19.519,00	19.791,51

* non comprende i prodotti donati da Avis che sono calcolati nella voce "investimenti Avis"



Tabella indici GRI



GRI	DESCRIZIONE	CAPITOLI/NOTE
Profilo dell'organizzazione		
102-1	Nome dell'organizzazione	CAP. 1
102-2	Attività, principali marchi, prodotti e servizi	CAP. 1/CAP. 4/ CAP. 5
102-3	Sede principale	CAP. 1
102-4	Paesi di operatività	CAP. 1
102-5	Assetto proprietario e forma legale	CAP. 1
102-6	Mercati serviti	CAP. 1
102-7	Dimensione dell'organizzazione	CAP. 1
102-8	Caratteristiche della forza lavoro	Premessa e CAP. 3
102-9	Catena di fornitura	CAP.2
102-10	Cambiamenti significativi dell'organizzazione e della catena di fornitura	Premessa metodologica
102-11	Applicazione dell'approccio prudenziale alla gestione dei rischi	Lettera agli stakeholder e premessa metodologica
102-12	Iniziative esterne	CAP.4/CAP.5
102-13	Partecipazione ad associazioni	CAP.2
Strategia		
102-14	Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale	Lettera agli stakeholder
102-15	Principali impatti, rischi e opportunità	Lettera agli stakeholder e CAP.1
Etica ed Integrità		
102-16	Valori, principi, standard e regole di comportamento dell'organizzazione	CAP.2
102-17	Meccanismi di suggerimenti e dubbi riguardo l'etica	CAP. 2
Governance		
102-18	Struttura di governo	CAP. 1
102-25	Conflitti d'interesse	CAP. 1

GRI	DESCRIZIONE	CAPITOLI/NOTE
Stakeholders engagement		
102-40	Elenco dei gruppi di stakeholders	CAP.2
102-42	Identificazione e selezione degli stakeholders	Analisi di materialità e CAP.2
102-43	Approccio allo stakeholders engagement	Analisi di materialità e CAP.2
102-44	Aspetti chiave e dubbi emersi	Analisi di materialità e CAP.2
Pratica di reporting		
102-45	Entità incluse nel bilancio consolidato	Premessa metodologica
102-46	Definizione dei contenuti del Bilancio di Sostenibilità e del perimetro dei topic	Premessa metodologica
102-47	Elenco dei topic materiali	Premessa metodologica/ Analisi materialità e CAP.2
102-48	Modifiche delle informazioni inserite nei Bilanci precedenti	Non sono state inserite modifiche nei report precedenti
102-49	Cambiamenti significativi rispetto al precedente Bilancio di Sostenibilità	Non ci sono stati cambiamenti significativi rispetto ai report precedenti
102-50	Periodo di rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità	Premessa metodologica
102-51	Data di pubblicazione del precedente Bilancio di Sostenibilità	Premessa metodologica
102-52	Ciclo di rendicontazione	Premessa metodologica
102-53	Contatti per informazioni sul Bilancio di Sostenibilità	Premessa metodologica
102-54	Opzione di conformità con i GRI Standard	Premessa metodologica
102-55	Indice dei contenuti GRI	Premessa metodologica
102-56	Attestazione esterna	Non è stata effettuata un'attestazione esterna

GRI	DESCRIZIONE	CAPITOLI/NOTE
ECONOMIC TOPICS		
Performance economica		
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	CAP. 6
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	CAP. 6
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	CAP. 6
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	CAP. 6
Anti corruzione		
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	CAP. 1 - codice etico
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	CAP. 1 - codice etico
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	CAP. 1 - codice etico
205-3	Reati di corruzione confermati e azioni intraprese	Non esistono episodi di corruzione
Comportamenti anti-competitivi		
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	CAP. 1 - codice etico
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	CAP. 1 - codice etico
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	CAP. 1 - codice etico
206-1	Azioni legali in risposta a comportamenti anticoncorrenziali, anti-trust e pratiche di monopolio	Non esistono Azioni legali in risposta a comportamenti anticoncorrenziali, anti-trust e pratiche di monopolio

GRI	DESCRIZIONE	CAPITOLI/NOTE
ENVIRONMENTAL TOPICS		
Energia		
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	CAP. 4
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	CAP. 4
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	CAP. 4
301-1	Materiali Utilizzati per peso o volume	CAP. 4
302-1	Consumo di energia all'interno dell'organizzazione	CAP. 4
Acqua		
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	CAP. 4
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	CAP. 4
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	CAP. 4
303-5	Consumo di acqua	CAP. 4
Emissioni		
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	CAP. 4
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	CAP. 4
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	CAP. 4
305-1	Emissioni dirette di gas a effetto serra (Scopo 1)	CAP. 4
305-2	Emissioni indirette di gas a effetto serra (Scopo 2)	CAP. 4
Scarichi e rifiuti		
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	CAP. 4
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	CAP. 4
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	CAP. 4
306-2	Rifiuti per tipologia e per metodi di smaltimento	CAP. 4
Compliance ambientale		
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	CAP. 4
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	CAP. 4
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	CAP. 4
307-1	Non-conformità a leggi e regolamenti in materia ambientale	Non ci sono state non conformità in materia ambientale

GRI	DESCRIZIONE	CAPITOLI/NOTE
SOCIAL SERIES		
Occupazione		
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	CAP. 3
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	CAP. 3
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	CAP. 3
401-1	Nuovi assunti e turnover del personale	CAP. 3
Salute e sicurezza sul lavoro		
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	CAP. 3
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	CAP. 3
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	CAP. 3
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini di incidenti	CAP. 3
403-3	Ruoli ad alto rischio di infortunio o malattia professionale	CAP. 3
403-5	Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro	CAP. 3
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	CAP. 3
403-9	Infortuni sul lavoro	CAP. 3
Formazione e istruzione		
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	CAP. 3
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	CAP. 3
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	CAP. 3
404-1	Ore medie di formazione per anno e per dipendente	CAP. 3
Diversità e pari opportunità		
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	CAP. 1 - codice etico e CAP. 3
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	CAP. 1 - codice etico e CAP. 3
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	CAP. 1 - codice etico e CAP. 3
405-1	Diversità degli organi di governo e dei dipendenti	CAP. 1 - codice etico e CAP. 3

GRI	DESCRIZIONE	CAPITOLI/NOTE
Non discriminazione		
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	CAP. 1 - codice etico e CAP. 3
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	CAP. 1 - codice etico e CAP. 3
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	CAP. 1 - codice etico e CAP. 3
406-1	Episodi di discriminazione e azioni intraprese	Non esistono episodi di discriminazione
Libertà di associazione e contrattazione collettiva		
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	CAP. 1 - codice etico e CAP. 3
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	CAP. 1 - codice etico e CAP. 3
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	CAP. 1 - codice etico e CAP. 3
407-1	Attività e principali fornitori in cui la libertà di associazione e contrattazione collettiva potrebbero essere a rischio	Non esistono attività e fornitori a rischio di libertà associativa
408-1	Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro minorile	Non esistono attività e fornitori a rischio di lavoro minorile
409-1	Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro forzato o obbligatorio	
Comunità locali		
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	CAP.4/CAP.5
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	CAP.4/CAP.5
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	CAP.4/CAP.5
413-1	Attività che coinvolgono la comunità locale, valutazioni degli impatti e programmi di sviluppo	CAP.4/CAP.5
Valutazione dei fornitori in materia sociale		
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	CAP. 2
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	CAP. 2
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	CAP. 2
414-1	Nuovi fornitori valutati sulla base di criteri sociali	I fornitori sono selezionati anche in base all'accettazione del Codice Etico

GRI	DESCRIZIONE	CAPITOLI/NOTE
Marketing ed etichettatura		
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	CAP.4/CAP.5
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	CAP.4/CAP.5
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	CAP.4/CAP.5
416-1	Valutazione degli impatti sulla salute e sulla sicurezza per categorie di prodotto e servizi	CAP.4/CAP.5
417-2	Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	Non esistono episodi di non conformità in materia di etichettatura
Compliance a leggi e regolamenti in ambito economico e sociale		
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	CAP. 1 - codice etico/CAP. 2
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	CAP. 1 - codice etico/CAP. 2
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	CAP. 1 - codice etico/CAP. 2
418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	Non esistono denunce riguardanti la violazione della privacy
419-1	Non-compliance a leggi e regolamenti in ambito economico e sociale	Non esistono sanzioni
Gestione del Rischio		
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	Lettera agli stakeholder e CAP.1
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	Lettera agli stakeholder e CAP.1
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Lettera agli stakeholder e CAP.1

GRI	DESCRIZIONE	CAPITOLI/NOTE
Soddisfazione della clientela		
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	CAP. 2
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	CAP. 2
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	CAP. 2
Welfare e Work-life balance		
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	CAP. 3
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	CAP. 3
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	CAP. 3
Tracciabilità alimentare		
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	CAP.2/CAP.4
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	CAP.2/CAP.4
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	CAP.2/CAP.4
Qualità e sicurezza del prodotto		
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	CAP.2/CAP.4
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	CAP.2/CAP.4
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	CAP.2/CAP.4



Miami Ristoro
www.miamiristoro.com
info@miamiristoro.com