



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€

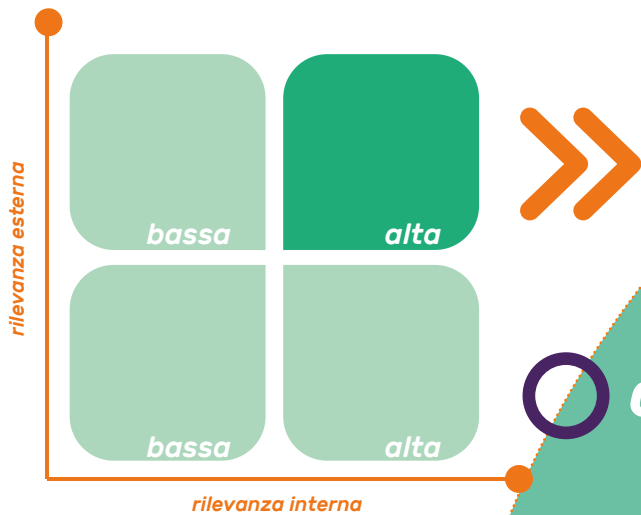
Acquisti effettuati dai fornitori

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

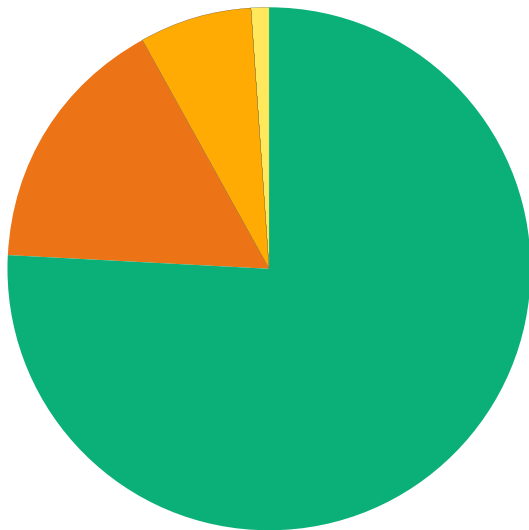
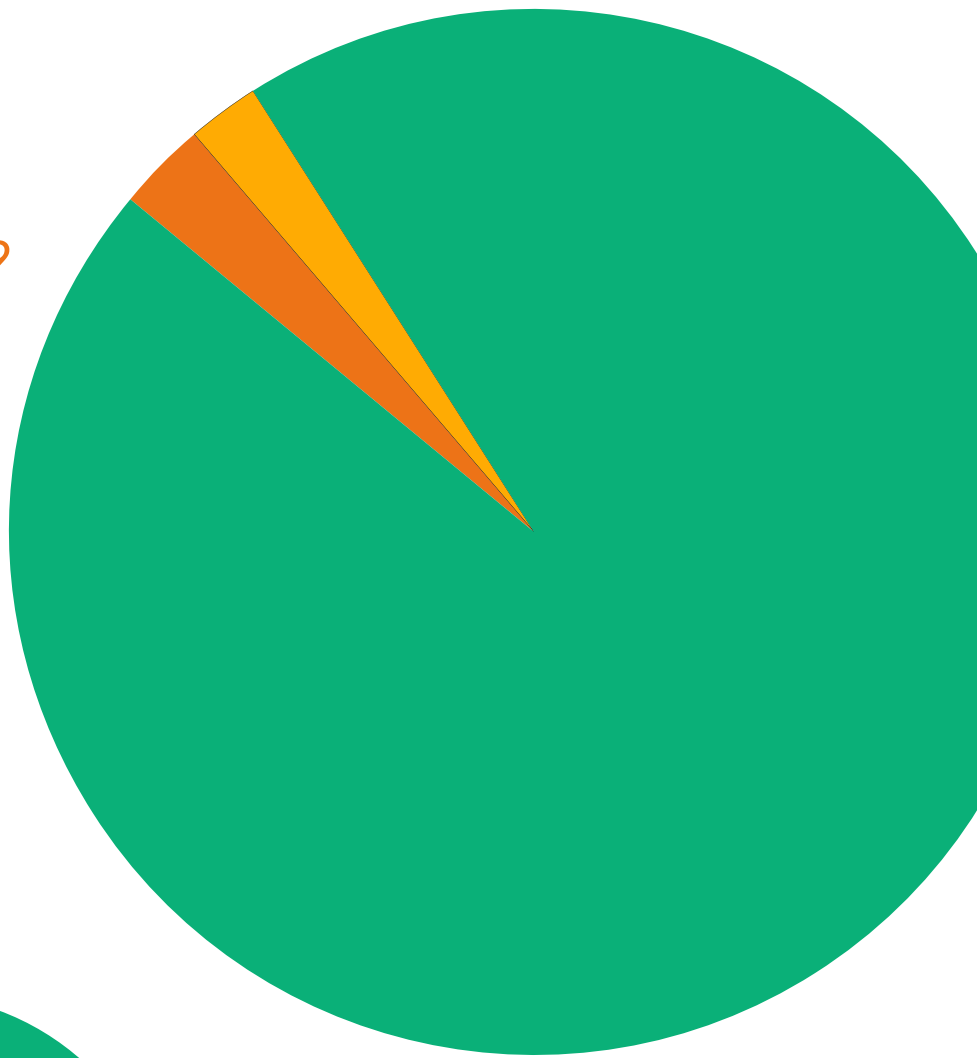
buono: 95%



sufficiente: 3%



scarso: 2%



Rifornimento 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.

