



BILANCIO SOCIALE
2015

INDICE

Prefazione 4

Premessa metodologica 5

1

CAPITOLO 1 – MIAMI RISTORO

1.1 La Storia 6

1.2 Mission e valori 7

1.3 Struttura organizzativa e Governance 8

2

CAPITOLO 2 – GLI STAKEHOLDER

2.1 I Clienti 9

2.2 I Fornitori 13

2.3 I Finanziatori 13

2.4 Associazioni di categoria 14

2.5 Obiettivi di miglioramento 15

3

CAPITOLO 3 – RISORSE UMANE

3.1 Analisi e descrizione del personale 16

3.2 La Formazione 24

3.3 Obiettivi di miglioramento 26

4

CAPITOLO 4 – QUALITA', IGIENE E AMBIENTE

4.1 Qualità e igiene 27

4.1.1 Controllo alimenti 29

4.1.2 Manutenzione 30

4.2 Politica ambientale 34

4.2.1 Smaltimento rifiuti 34

4.2.2 Altre attività d'impatto ambientale 38

4.3 Certificazioni 41

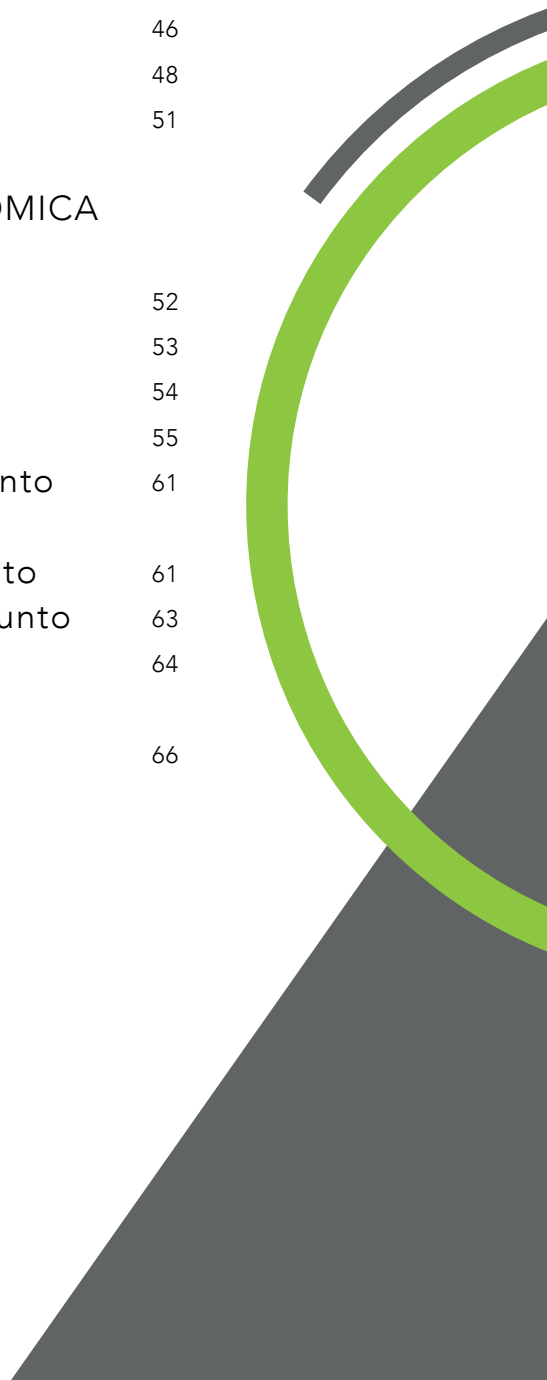
4.4 Obiettivi di miglioramento 42

5**CAPITOLO 5 – RESPONSABILITA' SOCIALE**

5.1 Avis Milano	44
5.2 Altre campagne sociali	46
5.3 Sana alimentazione	48
5.4 Obiettivi di miglioramento	51

6**CAPITOLO 6 – DIMENSIONE ECONOMICA
E PATRIMONIALE**

Premessa metodologica	52
6.1 Principali dati patrimoniali	53
6.2 Principali dati economici	54
6.3 Principali indici di bilancio	55
6.4 Determinazione del Valore Aggiunto e sua distribuzione	61
6.4.1 Produzione del Valore Aggiunto	61
6.4.2 Distribuzione del Valore Aggiunto	63
6.5 Investimenti in ambito sociale	64
Conclusioni	66





PREFAZIONE

Redigere questo documento è stato un passo fondamentale per Miami Ristoro e per tutti i collaboratori che hanno partecipato alla raccolta e all'analisi dei dati.

Miami Ristoro ha da alcuni anni intrapreso diversi percorsi di responsabilità sociale.

Il più rilevante è sicuramente quello a sostegno di Avis Milano e, grazie anche alla stesura di questo primo Bilancio Sociale, tutti i dipendenti hanno preso coscienza del valore e dell'importanza di queste attività.

Non meno significative le riflessioni che sono emerse dalla redazione degli altri capitoli e che hanno permesso di ottimizzare la programmazione degli obiettivi di miglioramento per i prossimi anni, soprattutto per quanto riguarda la parte dedicata alla responsabilità ambientale. Un ulteriore obiettivo, che Miami Ristoro sicuramente porterà avanti nei prossimi anni, è il continuo miglioramento dei propri servizi e l'eccellenza in termini di qualità e sostenibilità nei confronti dei propri clienti, sensibilizzandoli sugli aspetti sociali.

Per fare questo continuerà a investire nell'innovazione, come ha sempre fatto.

Innovazione tecnologica, ma anche innovazione della politica d'impresa; la redazione del Bilancio Sociale ne è una prova. Ritengo, infatti, che instaurare un dialogo costante con i propri stakeholder e saper comunicare la propria azienda, sia un valido strumento per aumentare il valore dell'impresa e dei propri clienti.

Miami Ristoro ha sicuramente risentito della crisi economica di questi ultimi anni ma, grazie alla capacità di innovare e alla flessibilità che la contraddistingue, è riuscita ad affrontare il mercato e mantenersi fra i principali *player* sul territorio lombardo.

Con questo documento Miami Ristoro ha voluto ritrarre un quadro della sua attività e documentare quanto è stato fatto fino a oggi, per programmare con efficacia e maggior consapevolezza le attività di domani.

Sviluppo economico, soddisfazione del cliente e sensibilizzazione dei propri stakeholder, in un'ottica di responsabilità sociale e ambientale, sono punti di forza di un'azienda che appartiene a un gruppo importante e che, guardando al futuro, sa che il proprio valore non è solo quello economico.

L'Amministratore Unico
Massimo Ferrarini



PREMESSA METODOLOGICA

Il ruolo svolto dalle imprese nel contesto sociale è profondamente cambiato.

Le performance di impresa non si misurano più meramente come performance economiche, ma tengono conto anche del contributo dato al sistema sociale e ambientale.

Miami Ristoro ha deciso di redigere il suo primo Bilancio Sociale non solo come strumento di comunicazione, ma anche come strumento di Governance.

Il Bilancio Sociale, infatti, è un'opportunità per misurare i risultati ottenuti nelle relazioni con i propri interlocutori e fissare politiche di miglioramento, in un'ottica di continua crescita e innovazione.

I contenuti di questo Bilancio Sociale sono stati redatti integrando nella relazione del documento alcune linee guida proposte dal GRI 2014 (Global Reporting Initiative) e dal GBS 2013 (Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale).

I dati e le informazioni presenti nel documento fanno riferimento a Miami Ristoro SrL e la periodicità coincide con quella del bilancio di esercizio.

In alcuni capitoli e rispetto ad alcuni argomenti, l'anno rendicontato è messo a confronto con i due anni precedenti.

La raccolta dei dati e il processo di redazione è gestito dall'Amministratore Unico, che si avvale del coinvolgimento dei Responsabili delle diverse aree aziendali.

Il coordinamento e la redazione del documento sono a cura della società di consulenza CET Consulting di Milano, sulla base dei dati e delle informazioni fornite da Miami Ristoro SrL.

_1220 **DISTRIBUTORI
AUTOMATICI GESTITI**

_4137 **MACCHINE
OCS**

_27 **DIPENDENTI
E COLLABORATORI**

_1 **SEDE
OPERATIVA**

_21 **AUTO
MEZZI**

_3506 **CLIENTI
SERVITI**

_12 **ANNI DI PRESENZA
SUL TERRITORIO**

CAPITOLO 1 MIAMI RISTORO



1.1 > LA STORIA

Miami Ristoro è un'azienda che opera nel settore del vending, sul territorio lombardo ed è uno dei principali *player* milanesi per l'organizzazione della pausa caffè nelle piccole, medie e grandi comunità.

Nasce nel 2004 da un'azienda di famiglia, la NDA SRL, una rivendita di prodotti per la distribuzione automatica, allargando il target della clientela al consumatore finale e concentrandosi sull'OCS (office coffee service).

Il forte legame con Lavazza, il leader di settore, porta Miami Ristoro a crescere in pochi anni, garantendo ai propri clienti il massimo della qualità.

La flessione del mercato degli ultimi 5/6 anni non ferma la Governance, che decide di ampliare l'attività anche alle medie e grandi comunità.

Miami Ristoro oggi lavora anche con l'HO.RE.CA e le grandi aziende, offrendo sempre una prestazione tempestiva e pronta a soddisfare ogni esigenza del cliente.

1.2 > MISSION E VALORI

Per Miami Ristoro il servizio e la soddisfazione del cliente sono gli obiettivi principali della propria attività, l'attenzione e la personalizzazione sono le caratteristiche che da sempre contraddistinguono l'azienda e che l'hanno resa una realtà significativa sul territorio in cui opera. In un mercato saturo, come quello delle vending machine, la forza di Miami Ristoro è stata quella di saper innovare negli anni il proprio servizio, ponendo un'attenzione particolare al consumatore finale e ai cambiamenti avvenuti nelle abitudini alimentari.

Innovazione, flessibilità e responsabilità sociale sono i valori che riassumono l'attività di Miami Ristoro. Uno degli obiettivi che Miami Ristoro persegue è la conoscenza accurata del proprio cliente, in modo tale da poter offrire una prestazione esclusiva, che faccia la differenza con i propri concorrenti.

Privilegiando soprattutto i prodotti biologici e quelli rivolti a persone che soffrono di intolleranze alimentari, Miami Ristoro diversifica le proprie referenze per rispondere alle nuove esigenze.

Proprio in quest'ottica di continua differenziazione delle referenze e di attenzione alla qualità del prodotto offerto, Miami Ristoro è stata la prima azienda sul territorio milanese a introdurre i distributori per l'erogazione della spremuta d'arancia fresca e refrigerata.

La vasta gamma di prodotti offerti non è un servizio solo per le medie e grandi comunità, ma è un plus che Miami Ristoro propone anche ai clienti più piccoli dell'OCS. A differenza delle altre aziende che operano nel settore, Miami Ristoro è in grado di proporre ai propri clienti un catalogo di prodotti dei brand più conosciuti e con promozioni convenienti. Questa iniziativa nasce proprio dall'intento di fidelizzare il cliente, offrendogli una selezione più ricca, studiata sulla base dei consumi reali e condizioni di acquisto agevolate.

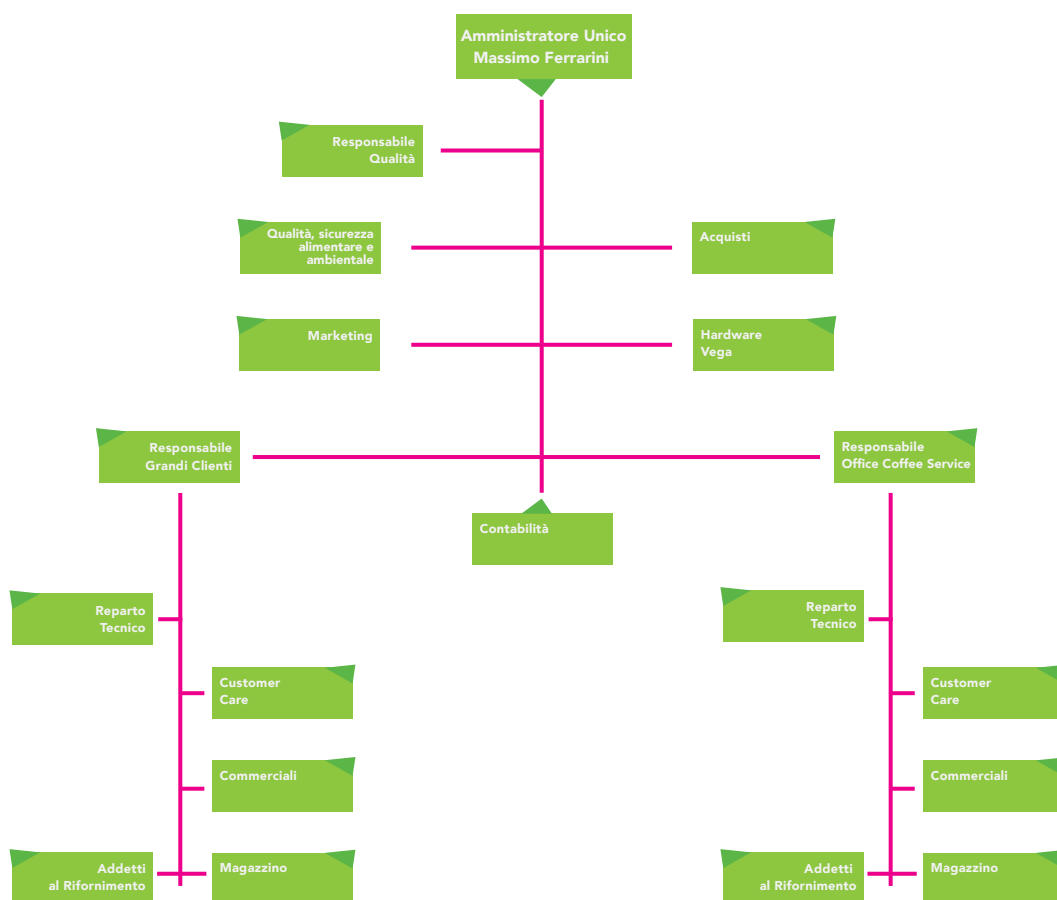
La qualità del servizio, l'innovazione e la flessibilità hanno portato Miami Ristoro a fare del cliente il centro della propria attività. E' proprio attraverso l'uso di tecnologie innovative che Miami Ristoro nei prossimi anni potrà affinare sempre più la profilazione del consumatore finale e garantire un rifornimento studiato ad hoc sulle esigenze e i desideri di ogni singola comunità con cui si interfaccia, dalla famiglia alla grande azienda. Insieme al consorzio Coven, avvierà nel 2016 un progetto volto a profilare più nel dettaglio l'utente finale, di conseguenza costruire una community, con l'intento di instaurare un dialogo costante con i fruitori del servizio e poterlo così progressivamente migliorare sulle reali esigenze del mercato.

1.3 > STRUTTURA ORGANIZZATIVA E GOVERNANCE



Miami Ristoro è governata da un Amministratore Unico, Massimo Ferrarini, nominato con atto del 28 aprile 2006 e con durata a tempo indeterminato.

L'amministratore unico ha i poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione della società, unitamente alla rappresentanza della società.





CAPITOLO 2

GLI STAKEHOLDER



**“Ogni giorno ci chiediamo - Come possiamo rendere felice questo cliente?
Come possiamo farlo proseguendo lungo la strada dell’innovazione?
Ce lo domandiamo perché, altrimenti, lo farà qualcun altro”**

Bill Gates, Fondatore Microsoft

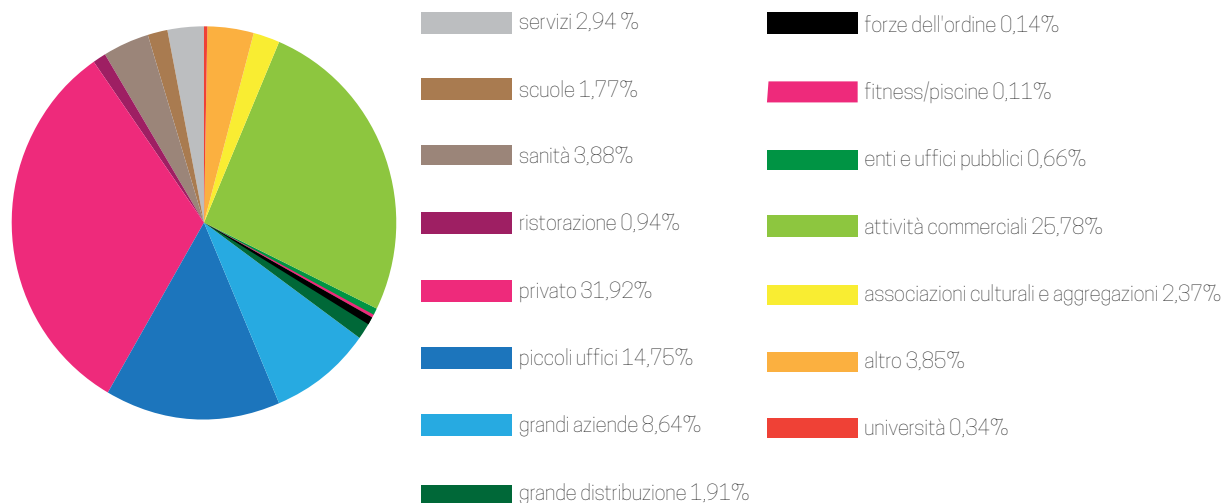
Miami Ristoro è quotidianamente impegnata a offrire un servizio basato su una politica aziendale corretta e trasparente, mantenendo sempre un dialogo aperto e costante con i propri interlocutori. I propri collaboratori, i clienti, i fornitori, ma anche le istituzioni e la comunità sono gli stakeholder che influenzano l’attività di Miami Ristoro e a loro è rivolta l’attenzione dell’azienda.

2.1 > I CLIENTI

Miami Ristoro grazie alla sua flessibilità è in grado di gestire differenti tipologie di clienti, dalle grandi aziende ai piccoli uffici e famiglie.

Nel grafico sottostante si evidenziano le tipologie di attività dei clienti Miami Ristoro.

TIPOLOGIE CLIENTI



La flessibilità che negli anni ha contraddistinto il servizio di Miami Ristoro e l'ha portata a diventare uno dei principali leader del settore sul territorio lombardo, emerge soprattutto nel rapporto con i clienti.

Anticipare i desideri del consumatore finale e affidarsi all'innovazione per essere in grado di soddisfarli, permette a Miami Ristoro di instaurare con i propri clienti un rapporto durevole, basato sulla fiducia e sul riconoscimento della professionalità dell'azienda.

Miami Ristoro grazie alla sua rete di collaboratori è in grado di accompagnare il cliente nella scelta migliore e fornirgli la combinazione di prodotti e soluzioni più adatte alle sue necessità, garantendo un'assistenza efficiente, sia per il servizio di approvvigionamento sia per la manutenzione.

In un'ottica di Responsabilità Sociale, Miami Ristoro promuove una serie di attività presso i propri clienti, volte a sensibilizzarli rispetto a tematiche sociali e ambientali.

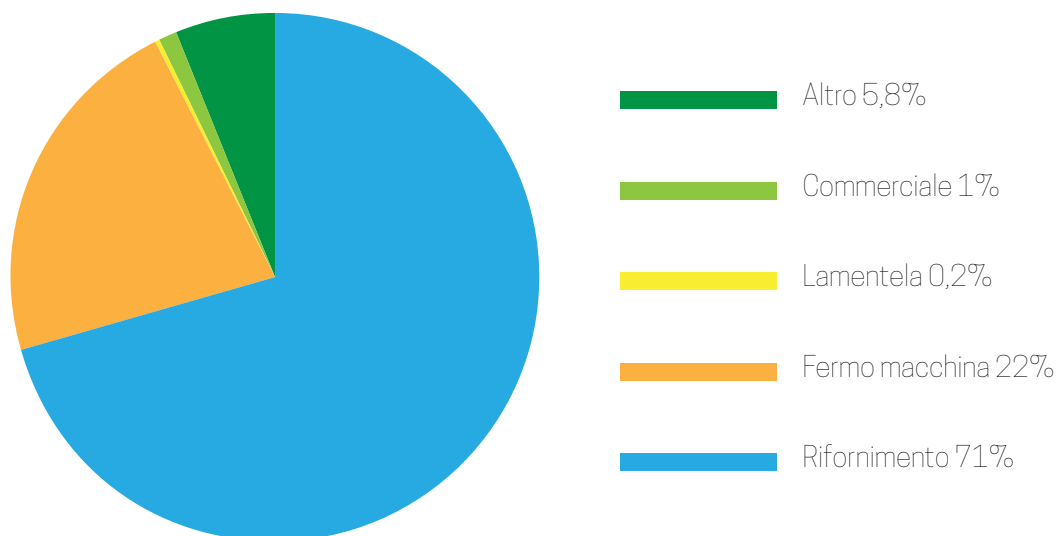
- ➡ Presso alcune aziende, la cui attività prevede un'importante perdita di sali minerali tale da poter mettere a rischio la salute dei lavoratori, Miami Ristoro favorisce l'inserimento di distributori per la vendita di bevande con apporto di sali minerali.
- ➡ Dona come benefit ai propri clienti la giornata dell'erogazione gratuita del caffè.
- ➡ Favorisce l'installazione di soluzioni a basso impatto energetico, con l'integrazione di sistemi di raccolta differenziata e l'erogazione di prodotti con packaging ecosostenibili.

Miami Ristoro inoltre offre un servizio di numero verde in grado di rispondere tempestivamente a tutte le richieste in entrata. La tabella riportata evidenzia il riepilogo delle telefonate ricevute nel 2015 e le relative motivazioni.

RIEPILOGO TELEFONATE RICEVUTE DAL CALL CENTER, ANNO 2015

Rifornimento	Fermo macchina	Lamentela	Commerciale	Altro	Totale
15.712	4.955	52	117	1.265	22.101

Si può evidenziare come su un totale di 22.101 telefonate solo lo 0,2% delle chiamate sono state fatte per lamenti, mentre più del 70% sono chiamate per il rifornimento dei prodotti.



Soddisfare la propria clientela ed essere in grado di anticipare i suoi desideri è una prerogativa di Miami Ristoro, che annualmente, tramite visite ispettive o telefonicamente, esegue un'analisi della soddisfazione dei clienti. Ai clienti è richiesto di esprimere un parere (buono, sufficiente, scarso) su cinque aspetti fondamentali del servizio:

- ➔ 1. la pulizia dei distributori all'interno, all'esterno e nell'area circostante
- ➔ 2. l'assortimento 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 è stata effettuata solo presso i clienti in cui sono installati i distributori automatici e non presso i clienti di macchine OCS (office coffee service).

Su 315 clienti del settore "tradizionale" hanno risposto al test 277 clienti, circa l'87,94%.

TEST QUALITÀ 2015 - SINGOLE VOCI

	Buono	Sufficiente	Scarso
Pulizia del distributore	188	79	10
	67,87%	28,52%	3,61%
Livello di rifornimento	194	72	11
	70,04%	25,99%	3,97%
Rispetto del giro settimanale	189	80	8
	68,23%	28,88%	2,89%
Assortimento e qualità del prodotto	190	74	13
	68,59%	26,71%	4,69%
Cortesia e disponibilità del personale	193	77	7
	69,68%	27,80%	2,53%
Totali	190,08	76,4	9,8
	68,88%	27,58%	3,54%

L'analisi dimostra che circa il 70% dei clienti considera BUONO il servizio di Miami Ristoro. La voce che ha ottenuto più riscontri positivi è quella del livello di rifornimento, seguita dalla cortesia e disponibilità del personale e dall'assortimento e qualità dei prodotti.

RISULTATI TEST QUALITÀ 2015



Miami Ristoro, in un'ottica di fidelizzazione della propria clientela, ha allestito in azienda il MiamiRistoro Point, un servizio dedicato ai clienti privati, grazie al quale si può accedere a offerte vantaggiose e a sconti dedicati.



2.2 > I FORNITORI

I principali fornitori di Miami Ristoro sono fornitori di distributori automatici, di merci e di servizi. Nel 2015 Miami Ristoro ha effettuato acquisti dai fornitori per un totale di € 2.219.174.

Miami Ristoro considera i propri fornitori, così come tutti gli altri suoi stakeholder, una primaria fonte di successo competitivo pertanto, intende improntare i rapporti con gli stessi a principi di sostenibilità, integrità e riservatezza e gestire le proprie relazioni con i fornitori, secondo principi di legalità, trasparenza, correttezza e lealtà.

Miami Ristoro sceglie e valuta i propri fornitori sulla base di questi principi, garantendo pari opportunità di partecipazione alla selezione e verifica.

FORNITORI

Anno	2013	2014	2015
Merce	1.495.223	1.390.036	1.484.610
Distributori automatici	467.309	207.549	348.667
Automezzi	60.737	3.883	20.303
Attrezzature	10.120	7.590	7.651
Materiali di consumo	23.978	18.419	18.865
Carburanti	86.363	75.315	64.655
Ricambi	116.432	92.912	77.408
Servizi	118.586	121.891	168.345
Utenze	38.597	31.836	28.670
Totale	2.417.345	1.949.431	2.219.174

2.3 > I FINANZIATORI

Le principali fonti di finanziamento per la gestione ordinaria di Miami Ristoro sono 2 Istituti di Credito a rilevanza nazionale e 1 di carattere locale, i debiti commerciali e il finanziamento dei soci. Si considerano inoltre fonte di finanziamento i fornitori di beni strumentali.

2

2.4 > ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

Miami Ristoro riconosce nella forza associativa un valore fondamentale del “fare impresa”. E’ associata alla Confartigianato di Monza, ad Assolombarda e a Confida.

Miami Ristoro è fra i soci fondatori del Consorzio Coven, che ha come obiettivo quello di valorizzare le medie aziende indipendenti del settore del vending italiano attuando delle iniziative collettive mirate al consumatore finale e alle sue reali esigenze. Attualmente Massimo Ferrarini, Amministratore Unico di Miami Ristoro, è anche Presidente del Consorzio Coven.



2.5 > OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO



Miami Ristoro, grazie alla redazione del primo Bilancio Sociale e a una politica d'innovazione e responsabilità sociale ha individuato una serie di argomenti da migliorare e obiettivi nuovi da aggiungere alla propria mission:

- ➡ **Redigere e sottoscrivere il proprio Codice Etico**
- ➡ **Intensificare le attività di profilazione del cliente per garantire un servizio eccellente e studiato ad hoc sui reali desideri e necessità del consumatore finale**
- ➡ **Aumentare il numero di clienti a cui inviare il test di soddisfazione e affinarlo per conoscere al meglio i loro desideri e avere una valutazione dettagliata del servizio offerto, nell'ottica di migliorarlo costantemente**
- ➡ **Scegliere e valutare i propri fornitori con una forte attenzione alla responsabilità ambientale e sociale, favorendo l'inserimento di prodotti legati ai valori di sana alimentazione e con packaging ecosostenibili**
- ➡ **Organizzare giornate in cui i clienti possono visitare l'azienda e osservare direttamente l'attività di Miami Ristoro**

3

CAPITOLO 3 RISORSE UMANE

“C’è una sola strada che porta al successo e al profitto nei periodi favorevoli come in quelli sfavorevoli: il morale dei vostri collaboratori”

Herb Kelleher, fondatore di Southwest Airlines

3.1 > ANALISI E DESCRIZIONE DEL PERSONALE

Le persone che lavorano in Miami Ristoro rappresentano il principale capitale: capitale umano, professionale e di valori, da cui dipende il reale successo dell’azienda.

Garantire a queste persone un ambiente di lavoro consono alle loro aspettative e permettergli di fare affidamento sull’azienda per cui lavorano, sono prerogative di Miami Ristoro.

Sostenibilità infatti significa anche trattamento equo del dipendente, al quale vanno garantite condizioni di lavoro favorevoli e una giusta retribuzione, la cui sicurezza viene assicurata attraverso dispositivi individuali, la valutazione del rischio e più in generale attraverso l’applicazione delle procedure previste dalla normativa.

Miami Ristoro si impegna quindi a valorizzare le proprie risorse, a migliorare costantemente i rapporti di gestione del proprio personale e adotta una politica che si basa sui principi di “lavoro dignitoso” dell’ILO (Organizzazione Internazionale del Lavoro).

Al 31 dicembre 2015 i collaboratori Miami Ristoro sono 27, di cui 26 a tempo indeterminato e 1 operatore esterno con contratto a tempo determinato. Anche nel 2013 e nel 2014 circa il 96% dei dipendenti aveva un contratto a tempo indeterminato, Miami Ristoro infatti investe nelle proprie risorse per offrire alla propria clientela un servizio continuo ed efficace.

FORME CONTRATTUALI

	2013	2014	2015
Dipendenti totali	30	29	27
Dipendenti a tempo indeterminato	29	28	26
<i>Di cui part time</i>	3	3	3
Dipendenti a tempo determinato	1	1	1
<i>Di cui part time</i>	0	0	0

Dal 2013 al 2015, nonostante una leggera diminuzione dei dipendenti dovuta alla situazione economica, la politica di assunzione è rimasta invariata, prediligendo il contratto a tempo indeterminato per tutti i nuovi rapporti.

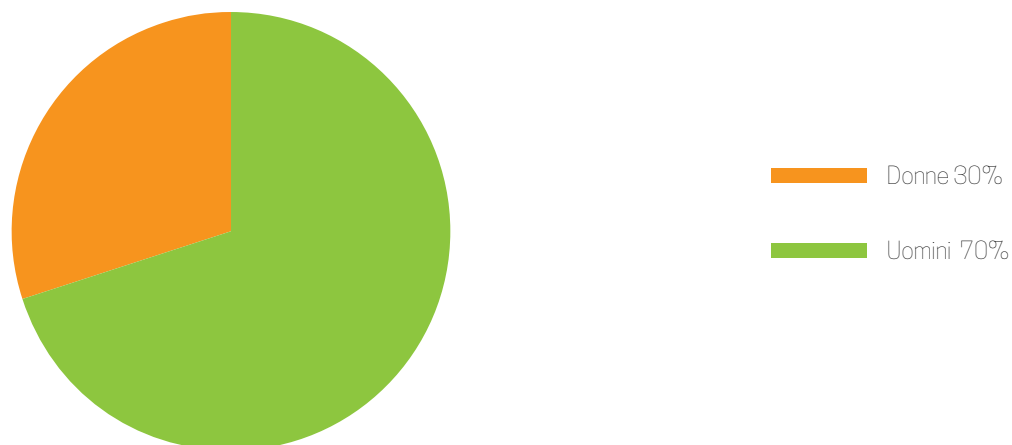
DISTRIBUZIONE PER ETÀ E GENERE DEI DIPENDENTI

	2013				2014				2015			
Età	F	M	Tot	% su Tot	F	M	Tot	% su Tot	F	M	Tot	% su Tot
18-30	3	4	7	23%	3	4	7	24%	2	2	4	15%
31-45	2	11	13	43%	2	12	14	48%	4	12	16	59%
Oltre 45	2	8	10	33%	2	6	8	28%	1	6	7	26%
Totale	7	23	30	100%	7	22	29	100%	7	20	27	100%



Nel 2015 circa il 70% dei dipendenti è costituito da uomini, questo dato dipende molto dalla tipologia di lavoro che i dipendenti svolgono in Miami Ristoro, ovvero mansioni fisicamente impegnative che richiedono spostamenti di carichi pesanti.

INCIDENZA % DONNE SUL TOTALE DIPENDENTI 2015

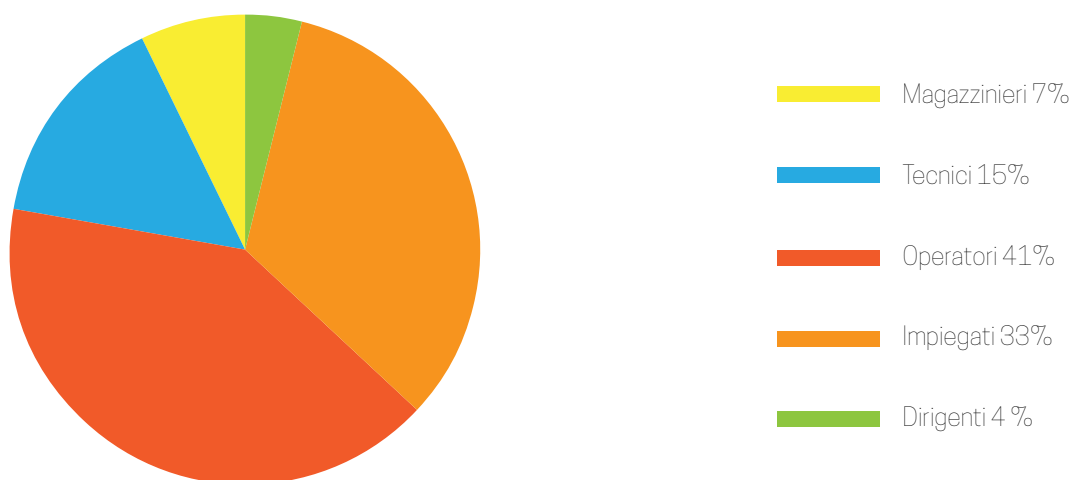


QUALIFICA PER GENERE

	2013			2014			2015		
	M	F	Tot	M	F	Tot	M	F	Tot
Dirigenti	1	0	1	1	0	1	1	0	1
Impiegati	2	7	9	2	8	10	2	7	9
Operatori	13	—	13	11	1	12	10	1	11
Tecnici	5	—	5	4	—	4	4	—	4
Magazzinieri	2	—	2	2	—	2	2	—	2
Totale	23	7	30	20	9	29	19	8	27

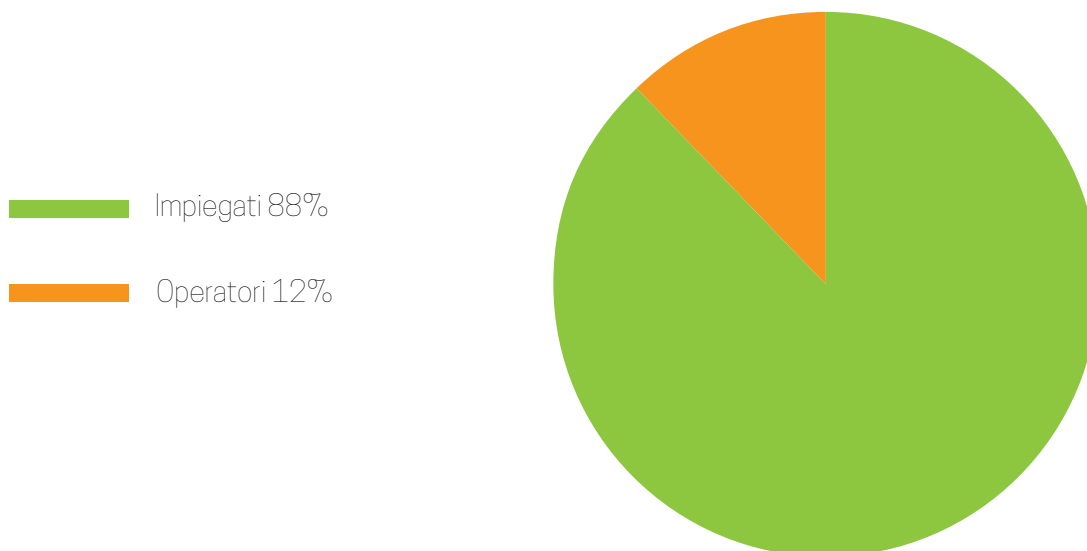
La fascia d'età in cui si concentra il maggior numero di dipendenti è quella 31- 45 e la qualifica più rappresentata è quella degli operatori.

QUALIFICA PERSONALE 2015



Da sottolineare che circa l'88% delle donne ha la qualifica da impiegata

QUALIFICA PERSONALE FEMMINILE 2015



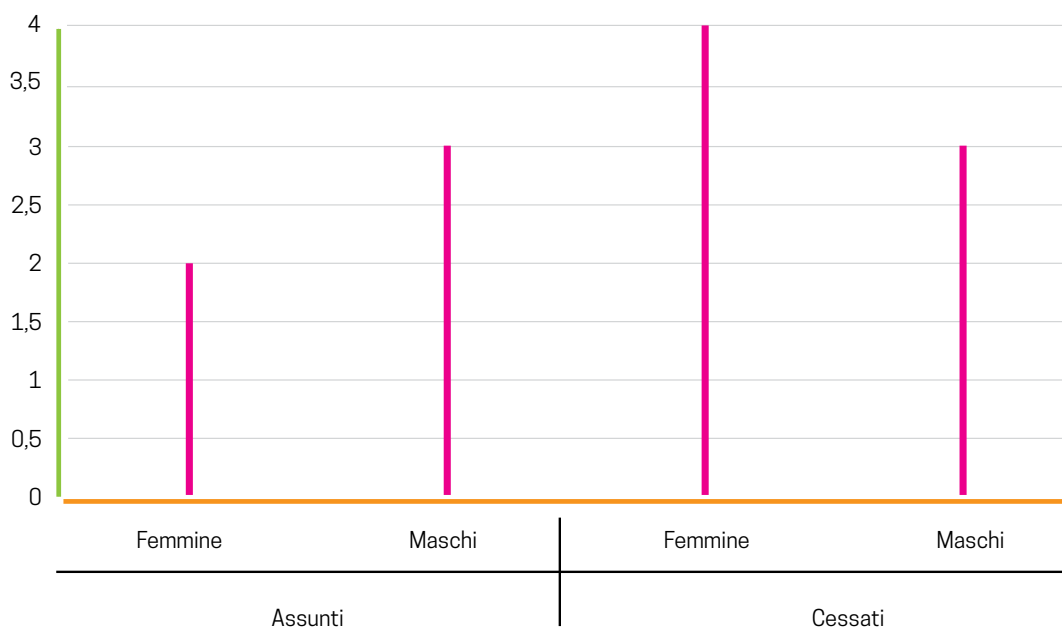
Come illustrato precedentemente, la situazione economica ha portato Miami Ristoro a ridurre il proprio personale dal 2013 al 2015.

Nel 2015 sono state fatte 5 nuove assunzioni e sono cessati 7 rapporti di lavoro.

TURNOVER PER CLASSI DI ETÀ

Età	2013						2014						2015					
	Assunti		Cessati		Saldo		Assunti		Cessati		Saldo		Assunti		Cessati		Saldo	
	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M
18-30		4				4		1		2		-1		1	1	2	-1	-1
30-45		4				4		1		1		0		2		1		1
45-60													2		3		-1	
Totale	0	8	0	0	0	8	0	2	0	3	0	-1	2	3	4	3	-2	0

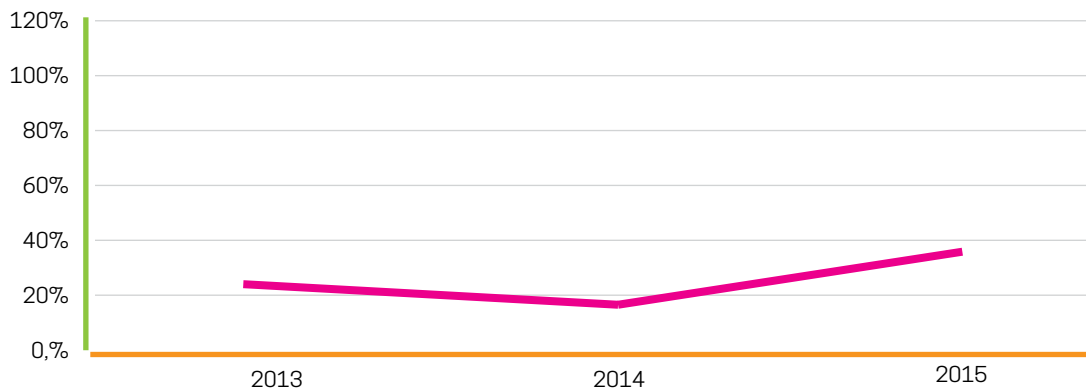
TURNOVER 2015



L'indice di turnover rappresenta il rapporto fra entrate e uscite di personale dell'anno, con il totale del personale presente in azienda. Per Miami Ristoro tale indice, nel triennio, si posiziona intorno al 25%.

INDICE TURNOVER DIPENDENTI

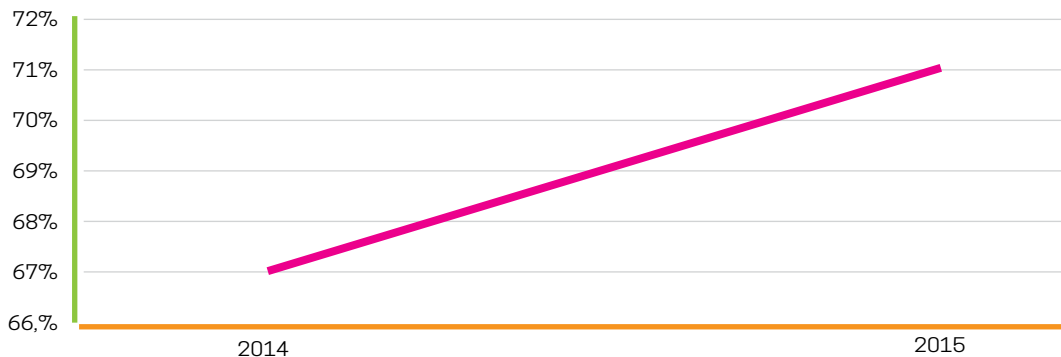
Anno	Dip. medi	Assunti	Cessati	Totale	Turnover
2013	30	8		8	26,7%
2014	29	2	3	5	17,2%
2015	27	5	4	9	33,3%



Il tasso di compensazione invece indica il rapporto tra assunti e cessati nel corso dell'anno. Per Miami Ristoro tale formula, non applicabile per il 2013, indica un tasso in crescita, che passa dal 67% al 71% e tende al 100%, soglia, che se superata, indica un aumento del personale.

TASSO DI COMPENSAZIONE

Anno	Assunti	Cessati	Differenza	Tasso di Compensazione
2013	8			N/A
2014	2	3	-1	67%
2015	5	7	-2	71%



Miami Ristoro riconosce i principi presenti nella Dichiarazione Universale dei Diritti Umani dell'ONU e nella Dichiarazione dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro.

- ➔ Non discriminazione fisica, culturale e sociale: in Miami Ristoro è presente un lavoratore straniero
- ➔ Libertà di associazione e contrattazione collettiva
- ➔ No al lavoro minorile
- ➔ No al lavoro forzato

3.2 > LA FORMAZIONE

Per Miami Ristoro da sempre la formazione dei propri collaboratori rappresenta un investimento importante che concorre a costruire il vantaggio competitivo dell'azienda e garantire l'eccellenza dei servizi offerti.

La crescita professionale dei propri collaboratori e il loro aggiornamento in termini di sicurezza e igiene sul lavoro sono argomenti di primario interesse per Miami Ristoro, che attua annualmente un piano di formazione su questi argomenti, in un'ottica di costante miglioramento della propria qualità.

Esistono programmi di formazione che hanno scadenza biennale o triennale, per questo motivo le ore di formazione hanno una variabilità negli anni.

Per Miami Ristoro nel 2013 ricadevano molte scadenze di attività di formazione, per questo risulta che l'investimento di ore fatto in quell'anno è notevolmente superiore rispetto ai due anni successivi. Nel 2016 molti moduli verranno rinnovati.

Da sottolineare che Miami Ristoro non si limita ad effettuare corsi di formazione obbligatori per legge, ma organizza anche corsi di aggiornamento, utili alla crescita professionale dei propri collaboratori, come quelli **evidenziati in azzurro**. Inoltre anche se il corso di formazione utilizzo mezzi di sollevamento e il corso antincendio per legge sono obbligatori solo per 2 persone, Miami Ristoro ha convocato il formatore in azienda e ha fatto partecipare 8 persone per ogni corso.

PROGRAMMI DI FORMAZIONE

Corso	2015	2014	2013	Partecipanti
	Ore			
Rischio correlato alla mansione	9	6		Nuovi assunti
Rischio correlato alla mansione			84	Tutti i dipendenti
Sicurezza sul lavoro			336	Tutti i dipendenti
Sicurezza sul lavoro	36	24		Nuovi assunti
HACCP ai sensi dei regolamenti CE8852/2004, CE178/2002 e delle leggi regionali vigenti	62			Tutti i dipendenti
Primo soccorso - aggiornamento	8		4	Addetto primo soccorso
Formazione utilizzo mezzi di sollevamento			96	Magazzinieri / tecnici / operatori
Rappresentante dei lavoratori - aggiornamento	4		4	Addetto RLS
Corso antincendio - aggiornamento	40			Addetti antincendio
Corso antincendio			64	Addetti antincendio
Formazione gestione rifiuti			4	Addetto sorveglianza
Decreto legge 31/05/2010 normativa sullo spesometro	2	3	4	Responsabile amministrativo
Bilancio di gestione	12	12	12	Responsabile amministrativo + reparto amministrazione
Formazione preposti		4	4	Responsabile qualità
Totale	173	49	612	

L'attività di formazione di Miami Ristoro influisce positivamente su due aspetti:

- Mantiene alti gli standard di qualità del servizio dell'azienda
- Agisce sulla tematica di sicurezza sull'ambiente di lavoro

Per effetto anche della formazione di cui sopra, Miami Ristoro non registra infortuni dal 2013, anno in cui c'è stato un solo incidente, lieve e non avvenuto sull'ambiente di lavoro.

INCIDENZA GIORNATE INFORTUNIO

	2013	2014	2015
Giornate totali lavorate	7558	7884	7163
Giornate infortunio	7	0	0
N. infortuni	1	0	0
% gg infortunio su tot	0,09%	0%	0%

Miami Ristoro, come verrà spiegato più dettagliatamente nel capitolo 5, svolge un'attività di Responsabilità Sociale a favore di Avis Milano.

Di particolare importanza, fra le numerose iniziative che Miami Ristoro organizza in collaborazione con l'Associazione c'è la giornata dedicata alla donazione del sangue, che ha luogo direttamente in azienda, sull'Unità Mobile di Avis. Questa iniziativa aperta a tutti i collaboratori, oltre allo scopo legato alla responsabilità sociale di Miami Ristoro, permette, in seguito alle analisi preliminari, di avere gratuitamente un controllo sul proprio stato di salute, sempre nel pieno rispetto della privacy di ogni donatore.

Per Miami Ristoro la gratificazione e la soddisfazione dei propri collaboratori è un traguardo imprescindibile per la propria attività, perché è parte determinante dei successi raggiunti.

Per questo motivi i collaboratori godono di alcuni benefit quali:

- ➔ Erogazione gratuita dei prodotti dai distributori presenti in azienda
- ➔ Auto aziendale per i dipendenti del settore commerciale
- ➔ Fornitura prodotti a prezzi agevolati e macchine da caffè
OCS (office coffe service)

3.3 > OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

- ➔ Intensificare le ore di formazione, soprattutto per gli operatori, con l'obiettivo di migliorare il servizio offerto e garantire sempre la massima qualità al cliente
- ➔ Acquisire la certificazione OHSAS 18001 che attesta l'applicazione volontaria di un sistema che permette di garantire un adeguato controllo della Sicurezza e della Salute dei Lavoratori, con standard superiori a quanto previsto dalle norme vigenti



CAPITOLO 4

QUALITÀ, IGIENE E AMBIENTE

4

Il principale obiettivo di Miami Ristoro è gestire l'azienda in modo sostenibile e consapevole, mantenendo il livello del servizio ai clienti come proprio segno di eccellenza.

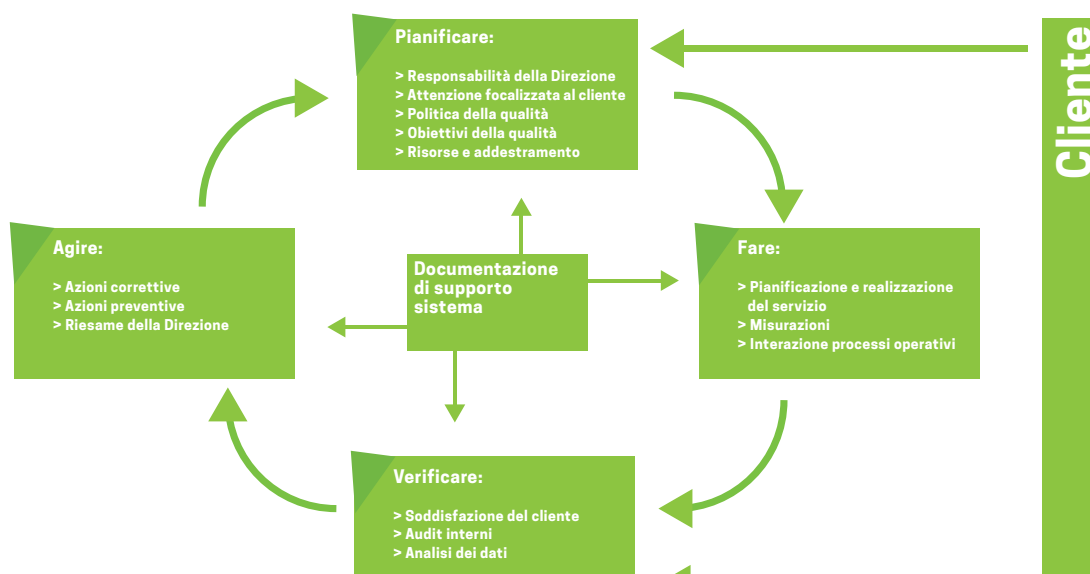
4.1 > QUALITÀ E IGIENE

Miami Ristoro ha redatto un Manuale di Qualità che descrive i principali processi del servizio offerto, in conformità ai requisiti della Norma internazionale UNI EN ISO 9001:2008. Per garantire la corretta applicazione del Manuale, Miami Ristoro ha istituito un Sistema interno di Gestione della Qualità, strutturato in modo tale da assicurare un'efficace ed efficiente conduzione delle attività connesse alla qualità del servizio erogato.

I processi aziendali identificati e pianificati per una corretta realizzazione del servizio sono:

- ➞ Installazione della macchina (analisi necessità del cliente, sopralluogo, preparazione macchina)
- ➞ Gestione della macchina (pianificazione giri, rifornimento e manutenzione)
- ➞ Assistenza (uscita tecnico, riparazione o sostituzione macchina)

Questo lo schema che riassume le interazioni tra i processi del sistema di qualità:



Per stabilire se il Sistema di Gestione per la Qualità viene applicato efficacemente, vengono effettuate verifiche ispettive periodiche almeno una volta all'anno, affidate a personale interno di Miami Ristoro e indipendente dall'area da verificare oppure a personale esterno su nomina della Direzione.

Oltre a un Sistema di Gestione per la Qualità, Miami Ristoro ha impostato un Sistema di Gestione e Igiene Alimentare che garantisce qualità e sicurezza dei prodotti forniti in tutto il processo produttivo dal fornitore al consumatore finale. Miami Ristoro ha redatto un manuale di autocontrollo che descrive le procedure adottate internamente per garantire l'igiene e la sicurezza dei cibi, conformemente al regolamento CE 853/2004 e 178/02. Lo scopo di questo manuale è di fornire tutte le indicazioni di ordine operativo e gestionale necessarie alla prevenzione di rischi igienici.

Gli interventi di pulizia e sanificazione (sia quelli affidati a ditte esterne sia quelli svolti internamente) vengono registrati sulle apposite schede di controllo esecuzione pulizie. Il magazziniere, o persona da esso delegata, appone la propria sigla per attestare la corretta esecuzione delle attività elencate nelle schede.

Le procedure sono:

- ➡ Pulizia dei locali e delle attrezzature del deposito
- ➡ Igiene del personale
- ➡ Raccolta e smaltimento dei rifiuti
- ➡ Approvvigionamento delle materie prime
- ➡ Ricevimento e immagazzinamento delle materie prime
- ➡ Disimballaggio alimenti e caricamento distributori presso i clienti
- ➡ Formazione e addestramento del personale
- ➡ Derattizzazione e disinfestazione
- ➡ Ispezioni interne
- ➡ Gestione delle non conformità
- ➡ Identificazione e rintracciabilità dei prodotti

4.1.1 > CONTROLLO ALIMENTI

Miami Ristoro, grazie all'attività del proprio responsabile della qualità e con la collaborazione dei dipendenti altamente formati e coinvolti in queste fasi, è in grado di svolgere un controllo alimentare così modulato:

- ➔ **Selezione e tracciabilità dei prodotti** attraverso sistemi informatici evoluti. Tale attività consente di ottimizzare l'organizzazione del magazzino, tenendo costantemente sotto controllo l'intero parco dei distributori e i prodotti caricati e, di conseguenza, garantendo il pieno rispetto delle normative sulla rintracciabilità dei prodotti alimentari. All'arrivo dei prodotti acquistati il responsabile del magazzino, oltre a effettuare il controllo documentale, ha cura di effettuare anche un controllo delle scadenze e un controllo visivo delle confezioni.
- ➔ **Massima pulizia dei magazzini e controllo** della catena del freddo, garantita dal magazzino al consumatore. Il magazzino e i furgoni utilizzati dagli addetti al rifornimento sono dotati di cella frigorifera. Ogni operatore ha a disposizione un termometro per controllare quotidianamente la temperatura nella cella frigorifera del proprio furgone e nei distributori durante il giro rifornimento. Per garantire un corretto monitoraggio della cella frigorifera in magazzino e dei termometri dei singoli operatori, si utilizza un termometro certificato SIT (servizio di taratura italiano), controllato ogni due anni.



4

4.1.2 > MANUTENZIONE

La qualità e la garanzia dell'igiene dei prodotti offerti è determinata anche da una corretta gestione dei distributori automatici.

Miami Ristoro esegue due tipi di manutenzione: quella ordinaria, che avviene a ogni passaggio-operatore (visita dell'addetto al rifornimento del distributore -ARD- presso il cliente), e quella programmata.

La frequenza del passaggio operatore è decisa direttamente con il cliente in fase contrattuale e generalmente avviene con una media di 1 volta ogni 4 giorni. Tutte le informazioni emerse durante la manutenzione ordinaria vengono registrate attraverso il palmare dell'operatore.

Le tabelle che seguono mettono in evidenza le attività e la frequenza della manutenzione ordinaria.

MANUTENZIONE ORDINARIA DISTRIBUTORE BEVANDE CALDE

Attività	Ogni passaggio operatore	Ogni settimana	Ogni mese
Prendere i contenitori dei solubili e dello zucchero e agitarli al fine di eliminare grumi dovuti all'umidità	X		
Svuotare secchio o tanica dei liquidi e risciacquarli con acqua (provvedere al risciacquo anche della vaschetta o scivolo, dove presenti) e inserire pastiglia di cloro in dotazione fornita dal laboratorio	X		
Svuotare secchio o sacco dei fondi caffè	X		
Sanificazione gruppo o eventuale sostituzione	X		
Lavaggi e sanificazione coppette e tubi	X		
Pulizia esterna/interna distributore, vano bicchieri e sportello erogazione	X		
Prelievo incasso moneta e banconote	X		
Prelievo contaccolpi	X		
Controllo foglio manutenzione per fare intervenire il tecnico in base alle battute effettuate (ogni 30.000)	X		
Tarare le dosi	X		
A macchina chiusa, effettuare prove erogazioni e funzionamento della gettoniera moneta.	X		
Prelevare dato elettronico	X		

MANUTENZIONE ORDINARIA DISTRIBUTORE BEVANDE FREDDHE

Attività	Ogni passaggio operatore	Ogni settimana	Ogni mese
Rifornimento	X		
Pulizia esterna/interna distributore	X		
A macchina chiusa, effettuare prove erogazioni e funzionamento della gettoniera moneta	X		
Controllare la distanza dal muro del distributore per permettere il regolare funzionamento	X		

MANUTENZIONE ORDINARIA DISTRIBUTORE DI SNACK

Attività	Ogni passaggio operatore	Ogni settimana	Ogni mese
Rifornimento	X		
Pulizia interna vetri e pannello neon	X		
Rimozione residui di snack rotti (briciole)	X		
Verificare che i prezzi corrispondano alle spirali	X		
Pulizia esterna/interna distributore	X		
Prelievo incasso moneta e banconote	X		
Verifica delle temperature delle zone destinate alla conservazione dei prodotti freschi tramite termometro in dotazione	X		
Controllare la distanza dal muro del distributore per permettere il regolare funzionamento	X		
Verifica delle scadenze dei prodotti ed eventuali rimozioni di prodotti prossimi alla scadenza (intervallo critico = se la data di scadenza è inferiore alla data prevista per il prossimo giro; oppure minore o uguale a 2 giorni)	X		



Gli addetti al rifornimento, a ogni passaggio, oltre alle procedure di manutenzione ordinaria eseguono una serie di verifiche e di controlli sul distributore e sul caricamento:

- ➔ Verificare se le etichette sono integre, leggibili e originali
- ➔ Verificare che la moneta cada nell'apposito vano
- ➔ Non caricare confezioni rotte, sporche e con prodotti sbriciolati
- ➔ Verificare la data di scadenza

Su tutti i distributori automatici, oltre alle procedure di manutenzione ordinaria, come da tabelle precedenti, si svolgono le seguenti attività di manutenzione programmata.

MANUTENZIONE PROGRAMMATA

Attività	Descrizione	Frequenza
Cambio depuratore acciaio presso il cliente e rigenerazione depuratore sostituito presso il laboratorio interno	inserire 1/2 kg di sale nel depuratore e farlo funzionare (staccato dalla macchina) per almeno 2 ore e comunque fino all'addolcimento dell'acqua	Ogni 7.000 battute
Sostituzione depuratore modello brita o bilt	tipo di depuratore non rigenerabile	Ogni 7.000 battute
Revisione in laboratorio modelli => 400 bicchieri: il tecnico esterno sostituisce il pannello che viene revisionato in laboratorio*	— Togliere la campana del caffè — Aspirare caffè residuo — Svitare macina superiore — Sostituire le due macine — Rimontare la macina superiore — Rimettere la campana del caffè — Collaudo macchina (provare 2,3 caffè) — Sostituzione caldaia con una rigenerata e decalcificata — Sostituzione del gruppo macinatore con uno revisionato — Sostituzione del gruppo macinatore con uno revisionato	Ogni 30.000 battute
Pulizia caldaia	— Smontare calotta caldaia e portarla a temperatura elevata fino ad esclusione del calcare — Rimozione calcare residuo soffiando con aria compressa — Rimontare caldaia	Quando necessario
Spremiagrumi	— Sostituzione pentole — Sanificazione griglia raccogli gocce — Sanificazione tappeti superiore e inferiore — Sanificazione beccucci saliscendi	Ad ogni rifornimento

* per i modelli con bicchieri < a 400, il punto 3 viene effettuato presso il cliente

Durante l'installazione del distributore automatico Miami Ristoro effettua controlli sulla durezza dell'acqua presso i clienti, in modo tale da inserire il filtro più adeguato al corretto funzionamento del distributore.

Tutti i distributori Miami Ristoro sono coperti da assicurazione qualora arrecassero danni a persone o cose.



4

4.2 > POLITICA AMBIENTALE

“Il cambiamento climatico è reale. La sfida è avvincente. E più a lungo aspettiamo, più difficile sarà risolvere il problema.”

John Forbes Kerry, politico statunitense

La consapevolezza dei consumatori riguardo il rispetto per l'ambiente e il risparmio energetico è senza dubbio in aumento, grazie anche a una crescente informazione e al lavoro di sensibilizzazione da parte degli organi di stampa, delle istituzioni e delle associazioni di categoria. I consumatori sono sempre più inclini e predisposti all'adozione di uno stile di vita più rispettoso della natura, delle risorse e delle persone e lo dimostrano adeguando i propri consumi a questi principi e scegliendo sempre più spesso prodotti in grado di soddisfare queste esigenze. Miami Ristoro compie ogni sforzo per potersi definire “virtuosa”, capace cioè di applicare ai processi produttivi e alla distribuzione dei prodotti, le regole della sostenibilità, cercando di generare consapevolezza anche in chi utilizza i suoi distributori automatici.

4.2.1 > SMALTIMENTO RIFIUTI

La gestione dei rifiuti e la loro raccolta differenziata hanno un'importanza sociale e ambientale sempre maggiore.

Tutti i collaboratori Miami Ristoro sono costantemente aggiornati e sensibilizzati sulla corretta procedura per la raccolta differenziata e lo smaltimento dei rifiuti. Tutti gli uffici sono dotati di appositi cestini per la raccolta differenziata:

- ➔ Carta
- ➔ Plastica
- ➔ Cartucce toner e inchiostro per stampanti
- ➔ Pile
- ➔ Ricambi e componenti da rottamare
- ➔ Metalli misti

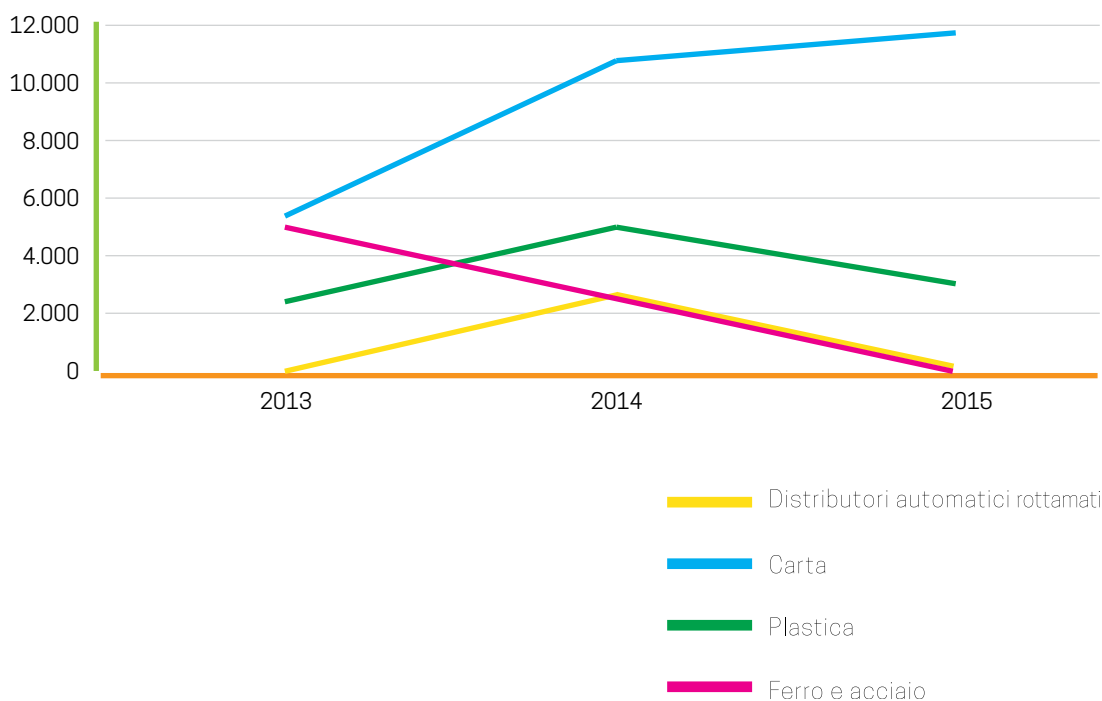
Gli operatori Miami Ristoro riportano in azienda i rifiuti generati durante il rifornimento presso i clienti. In azienda sono installate da una società esterna due benna, una per il recupero della carta e una per quello della plastica.

SMALTIMENTO RIFIUTI

	2013	2014	2015
N°distributori automatici rottamati	–	2.450	–
Carta in kg	5.400	10.840	11.440
Plastica in kg	2.380	4.700	3.100
Ferro e acciaio in kg	5.000	2.030	–

Il grafico evidenzia un aumento nello smaltimento della carta e una diminuzione della plastica, dovuti, come verrà specificato nel paragrafo successivo, a una gestione più responsabile nella scelta dei fornitori. Si prediligono infatti fornitori che utilizzano carta e cartone per i propri imballaggi e per i packaging dei propri prodotti.

Nel 2015 non sono stati rottamati distributori, bensì venduti all'estero, di conseguenza non sono stati smaltiti ferro e acciaio.



L'impatto di una gestione efficiente dello smaltimento rifiuti influisce su due aspetti:

- ➔ Il risparmio economico
- ➔ La salvaguardia dell'ambiente

Miami Ristoro, in un'ottica di responsabilità ambientale e di sensibilizzazione, favorisce l'inserimento, presso i propri clienti, di soluzioni per una migliore gestione dei rifiuti, quali ad esempio i contenitori per la raccolta differenziata e i compattatori.

E' infatti dimostrato che, grazie alla compattazione che riduce l'ingombro del rifiuto fino al 75%, si riducono i costi relativi allo svuotamento dei contenitori, al trasporto e alla movimentazione dei camion porta rifiuti, con la conseguenza positiva di una notevole riduzione delle emissioni di CO2.

Miami Ristoro, a sostegno della salvaguardia dell'ambiente, incoraggia i propri clienti a scegliere prodotti biodegradabili o ecosostenibili come il bicchiere Hybrid, alla cui realizzazione è associata una riduzione di emissioni CO2 pari al 25%, rispetto al tradizionale bicchiere in plastica del vending, come certificato da DNV Business Assurance, leader nel settore delle certificazioni e nella verifica di emissioni di gas serra.



Miami Ristoro in Lombardia è stata una delle prime aziende a utilizzare il bicchiere Hybrid. Come evidenziato dalla tabella sottostante la fornitura nel 2015 è quasi 10 volte superiore a quella del 2013

MATERIE FORNITE DAI DISTRIBUTORI

	2013	2014	2015
Bicchieri Hybrid	30.300	178.600	286.500
Installazione nuovi contenitori raccolta differenziata	48	42	43

Le installazioni del 2015 sono da considerarsi come nuove, in aggiunta a quelle già esistenti.



Inoltre, sempre in un'ottica di responsabilità ambientale e sensibilizzazione dei propri clienti e consumatori, Miami Ristoro è stata la prima azienda nel Vending ad aver introdotto fra i propri prodotti la bottiglietta Easy di San Benedetto. Una bottiglia d'acqua super compatta, che utilizza il 50% di plastica rigenerata (il massimo garantito dalla legge italiana), riducendo così il consumo di materia prima. E' la prima linea di bottiglie a CO2 compensata, ovvero il 100% delle emissioni sono neutralizzate dall'acquisto di crediti di carbonio, che finanziano progetti legati alle riduzioni dei gas effetto serra. Easy è stata premiata nel 2015 come prodotto dell'anno per il rispetto dell'ambiente e certificata prodotto ecosostenibile.

4

4.2.2 > ALTRE ATTIVITÀ D'IMPATTO AMBIENTALE

Miami Ristoro riconosce che il perseguimento della missione di creare valore per tutti gli stakeholder non può prescindere dalla sostenibilità anche ambientale delle proprie attività. L'impegno ambientale può contribuire non solo al contrasto del cambiamento climatico e al rispetto del diritto di tutti alla salute, ma anche a contenere i costi operativi attraverso le azioni orientate alla riduzione dei consumi.

La tabella seguente evidenzia i consumi delle materie prime: come riportato nel paragrafo precedente, Miami Ristoro smaltisce tutta la plastica e la carta consumate. I consumi di plastica e carta fanno riferimento, sia ai consumi che avvengono in azienda sia agli imballaggi delle confezioni, che l'operatore riporta e smaltisce in sede a fine giornata, dopo il rifornimento dei distributori presso i clienti.

L'acqua, espressa in mc, indica il consumo in sede per il normale utilizzo dei dipendenti e per tutte le attività di manutenzione e lavaggio dei distributori. La fornitura dell'acqua avviene attraverso il servizio idrico pubblico.

CONSUMO MATERIE PRIME

	2013	2014	2015
Plastica	2.380 kg	4.700 kg	3.100 kg
Carta	5.400 kg	10.840 kg	11.440 kg
Acqua	229 Mc	237 Mc	240 Mc

Miami Ristoro nell'ultimo anno ha intrapreso una politica di sostenibilità ambientale rivolta anche ai fornitori, prediligendo quelli che adottano sistemi di imballaggio a basso impatto ambientale e gestiscono prodotti con packaging ecosostenibili. La diminuzione del consumo di plastica e l'aumento del consumo di carta, dipendono anche da questa scelta di politica ambientale.

I consumi dell'energia elettrica fanno riferimento alla sede di Miami Ristoro. L'aumento dei consumi è determinato dal passaggio nel 2013 nella nuova sede di Varedo, di dimensioni maggiori rispetto alla precedente, e dall'installazione nel 2015 dell'impianto di aria condizionata.

Grazie anche all'analisi di questi dati Miami Ristoro si è posta come obiettivo di miglioramento la sostituzione di tutti i neon con lampade LED.

CONSUMI ENERGIA IN KWH

	2013	2014	2015
Energia elettrica	52.092	68.216	76.955

Gli automezzi Miami Ristoro sono tutti diesel tranne 2 che sono a metano. Quest'anno l'azienda ha iniziato un'attività di miglioramento che porterà a rinnovare il parco automezzi e innalzare la classe ecologica.

Per esempio nel 2015 l'azienda ha preferito noleggiare 2 furgoni euro 5, invece di comprarli, in modo tale da poter usufruire ogni anno di modelli nuovi, di classe ecologica superiore e non fare "invecchiare" gli automezzi.

CLASSE ECOLOGICA AUTOMEZZI 2015

Classe	N. automezzi
Euro 2	1
Euro 3	1
Euro 4	10
Euro 5	3
Euro 5B	6
Totale	21

CONSUMI CARBURANTE 2015

Tipologia	Litri consumati	Km percorsi
Diesel	46.008	552.096

Il risparmio energetico è un fattore chiave per ridurre l'impatto ambientale, diventa quindi fondamentale utilizzare dei distributori con una classificazione di risparmio energetico A/A+/A++.

Miami Ristoro utilizza distributori automatici studiati appositamente per ridurre l'impatto ambientale durante la produzione, l'utilizzo e lo smaltimento del prodotto.

Nel 2015 circa il 41% dei distributori automatici installati da Miami Ristoro sono di classe energetica A/A+/A++.

Tale dato è destinato a incrementarsi nei prossimi anni a seguire, poiché tutte le nuove installazioni sono relative a distributori automatici di classe energetica dalla A in su, andando via via a sostituire i distributori automatici più datati e con classe energetica inferiore.

CLASSE ENERGETICA DAL 2015

Parco Distributori Totale	Parco Distributori Classe Energetica A/A+/A++	% Parco Distributori Classe Energetica A/A+/A++
1.220	495	40,57%

I distributori di Miami Ristoro sono inoltre dotati di sistemi energysaving che consentono sensibili riduzioni dei consumi.

La scelta di un'illuminazione a led in alcune tipologie di macchine e la scelta di sistemi di refrigerazione con compressore ad alta efficienza, portano ad un ulteriore risparmio energetico per il cliente.

4.3 > CERTIFICAZIONI

Miami Ristoro ha ottenuto la certificazione ISO 9001 che certifica la gestione del Sistema Qualità.

4



4

4.4 > OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

- Ritiro e smaltimento dei fondi di caffè al fine di ricavarne biogas, calore e digestato, ovvero fertilizzante
- Rinnovare parco automezzi
- Sostituzione dei neon con lampade LED
- Ottenere le altre certificazioni in merito alla politica ambientale
- Incrementare la percentuale di distributori di classe A+/A++ installati
- Cambiare i palmari utilizzati dagli ARD, con modelli più evoluti in grado di comunicare in tempo reale con la sede, in modo tale da rendere il servizio ancora più efficiente, pianificare le uscite e ottimizzare il lavoro, con un evidente impatto positivo sull'ambiente



5

CAPITOLO 5 RESPONSABILITÀ SOCIALE

“Può darsi che non siate responsabili per la situazione in cui vi trovate, ma lo diventerete se non fate nulla per cambiarla.”

Martin Luther King, politico statunitense

Nello svolgimento quotidiano della sua attività, Miami Ristoro opera con la convinzione che sviluppo sociale e crescita economica non siano in contrasto, ma che proprio il rispetto dell’ambiente e delle dinamiche sociali e culturali sia indispensabile per garantire una crescita della collettività.

Miami Ristoro, non solo ha in atto una serie di attività di responsabilità sociale che coinvolgono le comunità del territorio in cui presta servizio, ma è spesso promotrice di iniziative e progetti che generano scelte consapevoli fra i suoi interlocutori, condividendo così il proprio percorso di sensibilizzazione.

5.1 > AVIS MILANO

Miami Ristoro da diversi anni sostiene Avis Milano.

Massimo Ferrarini, donatore da più di 20 anni, incontra Sergio Casartelli, Presidente Onorario di Avis Milano nel 2011 e da lì nasce una collaborazione che nel tempo ha visto aumentare e crescere le attività di Miami Ristoro per Avis Milano.



Nella sede AVIS di Milano Lambrate, Miami Ristoro contribuisce a fornire le colazioni gratuite a tutti i donatori e ha installato una serie di distributori che erogano prodotti a prezzi di favore per tutti i dipendenti AVIS. Due volte all’anno Miami Ristoro nella sua sede di Varedo ospita l’Unità Mobile di Avis per la raccolta del sangue.

L'iniziativa è aperta non solo ai collaboratori di Miami Ristoro, ma, attraverso un'attività di divulgazione e comunicazione via mail, anche a parenti, amici e soprattutto alle altre realtà aziendali presenti sul territorio limitrofo.

Così facendo si raggiunge un duplice obiettivo: aumentano le sacche di sangue raccolte durante queste giornate e si incentiva il sostegno ad Avis anche presso altre realtà.

Sempre nell'ottica di condivisione delle proprie attività di Responsabilità Sociale, Miami Ristoro ha favorito l'inserimento dell'Unità Mobile anche presso i clienti più grandi, quelli con un numero rilevante di potenziali donatori.

Nel 2015 Miami Ristoro lancia per Avis Milano una campagna di raccolta fondi per l'acquisto di una bilancia impedenziometrica, utile a fare una valutazione precisa della composizione corporea del donatore, permettendo di valutare al meglio lo stato di salute.

Questa Campagna ha coinvolto non solo i clienti presso cui sono installati i distributori automatici ma anche i clienti delle macchine da caffè OCS.

Nei distributori automatici sono state inserite alcune referenze, il cui ricavato veniva devoluto interamente allo scopo della Campagna.

I clienti dell'OCS invece potevano scegliere a catalogo un prodotto "in promozione speciale", anche in questo caso parte del ricavato è stato devoluto all'acquisto delle bilance.

L'operazione è stata possibile grazie anche al coinvolgimento di 5 fornitori Trivending, Lavazza, SanGiorgio, Blu e Sanbenedetto, che hanno contribuito alla realizzazione del progetto.

La Campagna ha superato gli obiettivi preposti, sono stati raccolti 3500 euro che hanno permesso di comprare 2 bilance.

INVESTIMENTI PER AVIS MILANO

Attività	2013	2014	2015
Stampa magliette Avis per Innovation Running	€ 500,00		
Acquisto bilance impedenziometriche			€ 3.500,00
Donazione prodotti per colazioni		€ 533,00	€ 719,00



La campagna verrà ripetuta nel 2016, con l'obiettivo di comprare altre 2 bilance per Avis e permettere così alla sede di Milano - Lambrate di poter avere una bilancia per ogni studio medico e offrire un servizio di prevenzione ottimale a tutti i donatori.



FAI UNA PAUSA CONSAPEVOLE E SOSTIENI AVIS MILANO

5

5.2 > ALTRE CAMPAGNE SOCIALI

Miami Ristoro ha in attivo, oltre ad Avis Milano, altre iniziative di Responsabilità Sociale:

- ➞ Dona all'Avis di Legnano prodotti per la festa annuale e ha inoltre installato in sede distributori che erogano prodotti con prezzi di favore
- ➞ Sostiene, attraverso l'acquisto di coppe e divise, la squadra di calcio del Comune di Paderno Dugnano
- ➞ Contribuisce all'acquisto della cancelleria della Scuola Primaria del Comune di Paderno Dugnano
- ➞ Dona i gettoni per le erogazioni gratuite dai distributori nella Casa di riposo di Sesto San Giovanni
- ➞ Ha donato nel 2015 le felpe per gli Studenti della Naba Milano
- ➞ Ha istituito un corso di teatro a Sesto San Giovanni per l'Associazione AriSLA

Miami Ristoro nel 2015 ha investito 12.807 euro in campagne sociale ed erogazioni liberali, rimandiamo al capitolo 6.5 per i dettagli dei singoli investimenti.

Miami Ristoro oltre al sostegno di Avis Milano e alle altre campagne di responsabilità sociale dona prodotti alimentari ad alcune comunità del territorio in cui opera.

DONAZIONE PRODOTTI ALIMENTI 2015

Beneficario	Pezzi Donati	Costo in €
Avis Legnano	1.536	275
Avis Milano	4.408	719
Coop. Soc. Solidarietà e Servizi	1.992	358
Istituto Madonna dei Poveri	220	40
Club Ambiente e Cultura di Paderno Dugnano per concerto a favore di Aisa Onlus	500	90
Comune di Limbiate (bottigliette d'acqua)	648	45
Comune di Paderno Dugnano (caffè)	62	400
Totale	9.366	1.927



5

5.3 > SANA ALIMENTAZIONE

La distribuzione automatica può essere uno straordinario veicolo di marketing sociale e promuovere sani stili di vita attraverso un'ampia offerta di prodotti salutistici quali: prodotti freschi, privi di OGM, a basso contenuto di grassi e zuccheri. Può inoltre offrire alimenti per celiaci, per diabetici e, attraverso un rigoroso controllo degli ingredienti e la segnalazione chiara nelle etichette, evidenziare la presenza di eventuali allergeni.

La proposta alimentare delle "isole" Miami Ristoro è calibrata in modo da offrire caffè, bibite e snack, anche prodotti idonei a una dieta equilibrata:

Prodotti DOP

Prodotti VEGAN

Prodotti a basso contenuto di:

- > Caffeina
- > Lipidi
- > Sodio
- > Teina

Caldo dolcificato con:

- > Fruttosio
- > Zucchero di canna

Prodotti senza:

- > Aromi artificiale
- > Coloranti artificiali
- > Conservanti
- > Glutine
- > Grassi idrogenati
- > Lattosio
- > Zuccheri
- > Allergeni
- > Lievito
- > Uova

Caratteristiche:

- > IGP
- > No OGM
- > Biologico
- > Integrale
- > Km 0

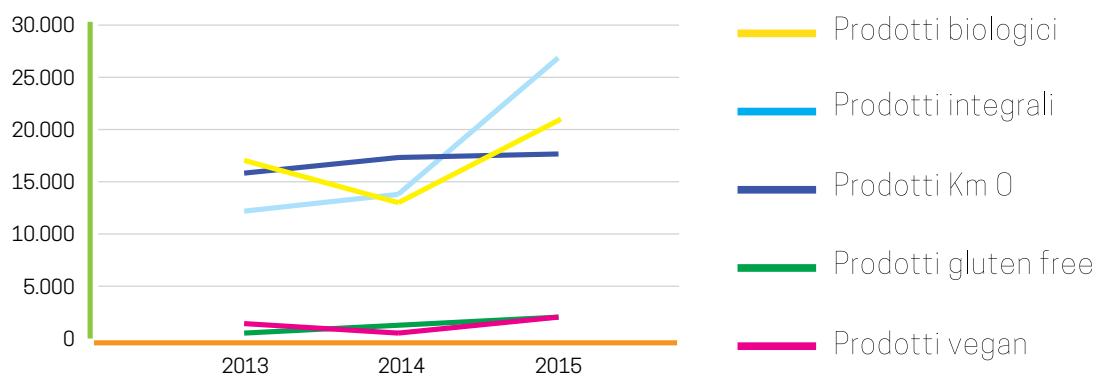
Prodotti freschi:

- > Frutta (a pezzi e intera)
- > Verdura
- > Yogurt

La tabella e il grafico mettono in evidenza come il numero di erogazioni di prodotti appartenenti alle linee di sana alimentazione sono aumentati costantemente nel triennio, in particolare la linea dei prodotti biologici, integrali e gluten free.

LINEA PRODOTTI SANA ALIMENTAZIONE

	2013	2014	2015
Prodotti biologici	16.228	14.092	20.353
Prodotti Integrali	12.796	14.444	26.942
Prodotti Km 0	15.499	17.217	17.549
Prodotti Gluten Free	596	1.435	2.146
Prodotti Vegan	1.727	852	2.040



La politica di sana alimentazione portata avanti da Miami Ristoro nel 2016 diventerà ancora più capillare e i prodotti saranno maggiormente riconoscibili sui distributori, perché, grazie all'adesione al Consorzio Coven, Miami Ristoro entrerà a far parte di FreeFrom, un progetto dedicato al cibo sano e alle intolleranze alimentari, con l'obiettivo di promuovere un corretto regime alimentare anche fuori casa, offrendo prodotti che possiedono le seguenti caratteristiche:

- ➔ Senza glutine
- ➔ Senza lattosio
- ➔ Senza grassi idrogenati
- ➔ Senza zuccheri aggiunti
- ➔ Senza OGM
- ➔ Vegano
- ➔ Biologico
- ➔ 100% naturale

All'interno dei distributori questi prodotti saranno opportunamente segnalati con indicatori a forma di foglia, colorati a seconda della categoria di appartenenza. Si realizzeranno così delle vere e proprie isole dedicate alla sana alimentazione e, nei distributori dotati di touch screen, sarà possibile visionare, prima dell'acquisto, l'elenco completo degli ingredienti.



5.4 > OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

- Proseguire la campagna balance impedenziometriche per acquistare e donare a Avis altre due balance nel 2016
- Acquisto di un holter per Avis Milano
- Ampliare la gamma dei prodotti per le donazioni Avis
- Partecipare all'attività di responsabilità sociale del Consorzio Coven a sostegno dell'Associazione Progetto Arca, che si occupa di assistenza e integrazione. Miami Ristoro sarà il primo socio Coven a installare i distributori automatici nei principali centri d'accoglienza a Milano, per l'erogazione gratuita dei prodotti per le colazioni. Inoltre all'HUB di Stazione Centrale, che è il luogo di orientamento, prima accoglienza e assistenza sanitaria per i migranti di passaggio a Milano, Miami Ristoro donerà i prodotti in prossimità di scadenza e uno stock di magliette in cotone
- Ampliare la propria gamma di prodotti e introdurre nuove linee dedicate alla sana alimentazione. In qualità di socio Coven, adotterà il programma FreeFrom by Coven, un progetto dedicato al cibo sano e alle intolleranze alimentari

6

CAPITOLO 6 DIMENSIONE ECONOMICA E PATRIMONIALE

PREMESSA METODOLOGICA

Al fine di fornire a tutti gli stakeholder una panoramica quanto più completa della realtà aziendale Miami Ristoro, nel presente capitolo si riportano ed esaminano i principali dati patrimoniali ed economici emergenti dai bilanci dell'ultimo triennio. In particolare, si procede dapprima a una riclassificazione dei dati di bilancio e successivamente si esaminano i principali indici economico/finanziari.

Si segnala che i dati di seguito analizzati divergono da quelli del bilancio ufficiale approvato e depositato per la diversa modalità di contabilizzazione degli investimenti in beni in leasing. Questi ultimi infatti non sono indicati se non nei conti d'ordine nel bilancio approvato, mentre nell'analisi che segue vengono inseriti nell'attivo dello stato patrimoniale fra i beni materiali, mentre nel passivo si ritrovano i debiti residui verso le società di leasing. Le quote già versate alle società di leasing sono considerate in maniera analoga ai fondi ammortamento.



6.1 > PRINCIPALI DATI PATRIMONIALI

La composizione delle Attività (Capitale Investito) e delle Passività (Fonti di Finanziamento) di Miami Ristoro nel triennio 2013/2015 è quella di seguito esposta.

STATO PATRIMONIALE

	€	€	€
Attività	2013	2014	2015
Disponibilità liquide	36.361	71.849	97.818
Scorte	169.583	124.040	248.813
Crediti vs Clienti	258.260	229.922	252.644
Altri Crediti a breve	594.066	386.400	641.637
Attività correnti	1.058.270	812.211	1.240.912
+ Immob. Materiali e Leasing	6.559.849	6.690.156	6.718.884
- Fondi Ammortamento	2.084.236	2.130.837	2.323.162
- Quote Leasing versate	463.775	618.168	644.833
Totale Immobilizzazioni nette	4.011.838	3.941.151	3.750.889
Immobil. Finanz. nette	533.503	832.240	787.428
Immobiliz. Immateriali nette	360.994	382.278	344.441
Attività fisse	4.906.335	5.155.669	4.882.758
Totale attività	5.964.605	5.967.880	6.123.670

STATO PATRIMONIALE

	€	€	€
Passività	2013	2014	2015
Banche Passive	421.915	549.698	581.559
Debiti vs Fornitori	994.349	631.631	781.072
Altri Debiti a breve	1.372.915	696.688	614.713
Passività correnti	2.789.179	1.878.017	1.977.344
Fondo T.F.R. personale	181.511	198.859	206.300
Altri Debiti a lungo	2.802.268	3.185.717	3.210.538
Passività consolidate	2.983.779	3.384.576	3.416.838
Tot. Mezzi di terzi	5.772.958	5.262.593	5.394.182
+ Capitale Sociale	51.480	51.480	51.480
+ Finanziamenti Soci	0	500.000	500.000
+ Riserve	148.133	140.164	153.807
Capitale netto	191.647	705.287	729.488
Passività lungo term.	3.183.392	4.076.220	4.122.125
+/- Risultato di esercizio	(7.966)	13.643	24.201
Totale passività	5.964.605	5.967.880	6.123.670

6

Dai dati della prima tabella, si evince come, nonostante il perdurante periodo di crisi dell'economia, il Capitale Investito (Totale Attività) di Miami Ristoro sia in leggero ma costante aumento, in particolar modo nell'ultimo anno.

Analizzando poi la composizione delle fonti di finanziamento (Totale Passività) emergono principalmente l'aumento delle passività consolidate e l'importante finanziamento da parte dei soci nel 2014, che ha portato a un deciso incremento dei mezzi propri (Capitale Netto).

6.2 > PRINCIPALI DATI ECONOMICI

Il Conto Economico, riclassificato secondo uno schema scalare che evidenzia l'EBIT DA e l'EBIT nel triennio, è quello di seguito rappresentato

CONTO ECONOMICO SCALARE

	€		€		€	
	2013	Inc %	2014	Inc %	2015	Inc %
Vendite nette	3.840.294	100,00	3.765.816	100,00	3.757.481	100,00
Variaz. su anno preced.	N.c.		-1,94%		-0,22%	
- Costo acq. venduto	1.719.958	44,79	1.611.256	42,79	1.506.644	40,10
= Marg. Lordo	2.120.336	55,21	2.154.560	57,21	2.250.837	59,90
Costo lavoro	835.228	21,75	803.191	21,33	873.931	23,26
Costo locazioni e leasing	299.296	7,79	338.085	8,98	334.378	8,90
Altri costi di gestione	888.329	23,13	815.613	21,66	879.731	23,41
- Costi operativi	2.022.853	52,67	1.956.889	51,96	2.088.040	55,57
+ Altri ricavi gestione	269.649	7,02	228.616	6,07	285.488	7,60
= Marg. oper. Lordo (EBIT DA)	367.132	9,56	426.287	11,32	448.285	11,93
- Ammortamenti	265.438	6,91	289.816	7,70	297.906	7,93
= Marg. operativo (EBIT)	101.694	2,65	136.471	3,62	150.379	4,00
+ Saldo gest. finanziaria	(59.155)	-1,54	(74.300)	-1,97	(65.970)	-1,76
= Ris. della gestione	42.539	1,11	62.171	1,65	84.409	2,25
+ Saldo gest. straordinaria	0	0,00	12.983	0,34	0	0,00
= Ris. economico lordo	42.539	1,11	75.154	2,00	84.409	2,25
- Imposte sul reddito	59.931	1,56	61.511	1,63	60.208	1,60
= Ris. economico	(17.392)	-0,45	13.643	0,36	24.201	0,64

Dall'analisi dei principali dati economici emerge innanzitutto come le vendite di Miami Ristoro siano sostanzialmente stabili.

Inoltre, Miami Ristoro è riuscita, con un'attenta politica che ha portato all'aumento dei margini lordi in misura più che sufficiente a coprire i maggiori costi operativi, a migliorare l'economicità della gestione caratteristica e in ultima analisi anche il risultato economico.

In particolare si segnala, fra i costi operativi, l'incremento del costo lavoro e degli ammortamenti, voci significative in tema di Distribuzione del Valore Aggiunto.

6.3 > PRINCIPALI DATI DI BILANCIO

ANALISI STRUTTURA PATRIMONIALE

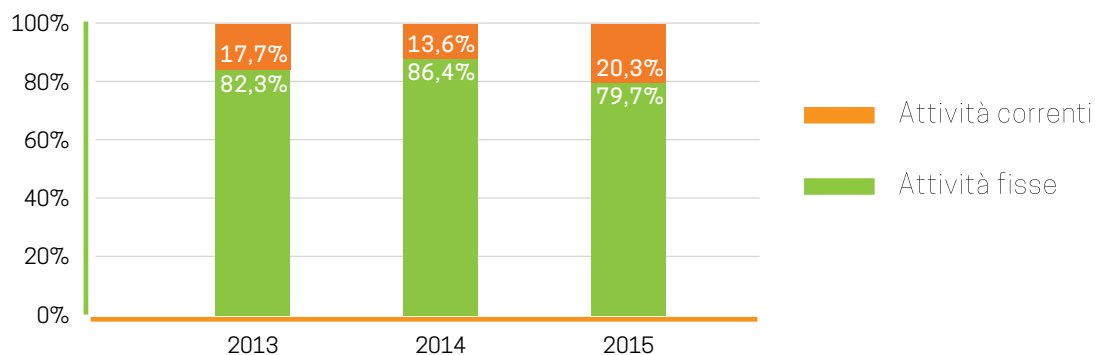
	€		€		€	
	2013	%	2014	%	2015	%
A > Composizione degli impieghi						
Totale attivo	5.964.605	100,0	5.967.880	100,0	6.123.670	100,0
Attività correnti	1.058.270	17,7	812.211	13,6	1.240.912	20,3
Attività fisse	4.906.335	82,3	5.155.669	86,4	4.882.758	79,7
B > Composizione delle fonti						
Totale passivo	5.964.605	100,0	5.967.880	100,0	6.123.670	100,0
Passività correnti	2.789.179	46,8	1.878.017	31,5	1.977.344	32,3
Passività a lungo	3.175.426	53,2	4.089.863	68,5	4.146.326	67,7
C > Composizione delle fonti						
Totale passivo	5.964.605	100,0	5.967.880	100,0	6.123.670	100,0
Fonti esterne	5.772.958	96,8	5.262.593	88,2	5.394.192	88,1
Fonti interne	191.647	3,2	705.287	11,8	729.488	11,9

6

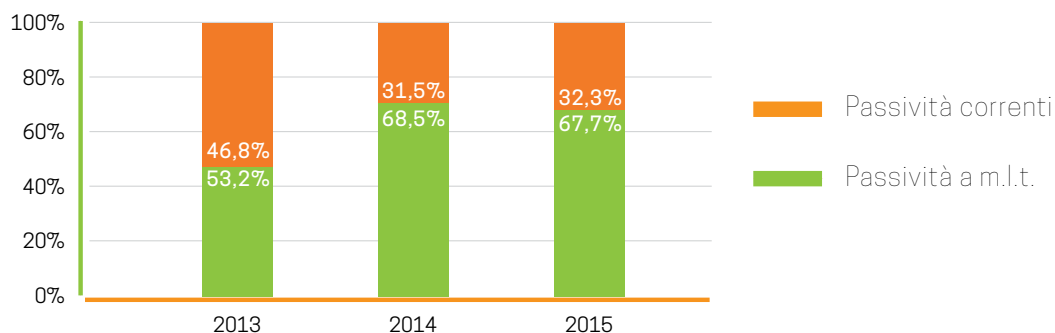
Indici Patrimoniali

COEFFICIENTI DI COMPOSIZIONE

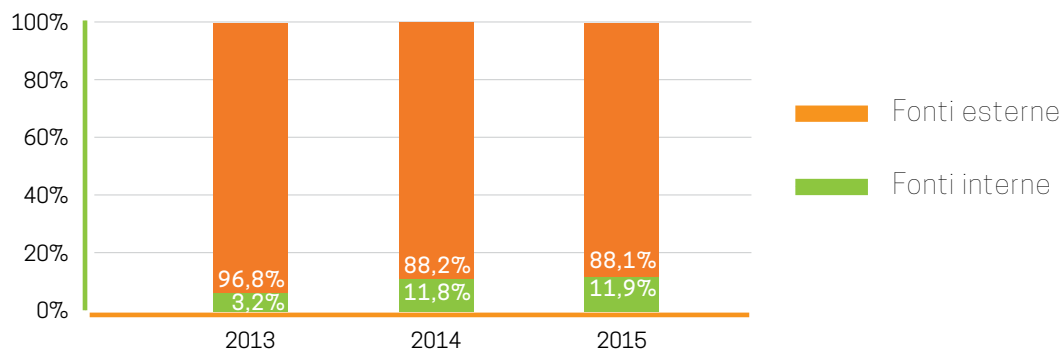
A > Dall'analisi della composizione dell'attivo si rileva, nel 2015, un incremento delle attività correnti, dunque una maggior flessibilità strutturale



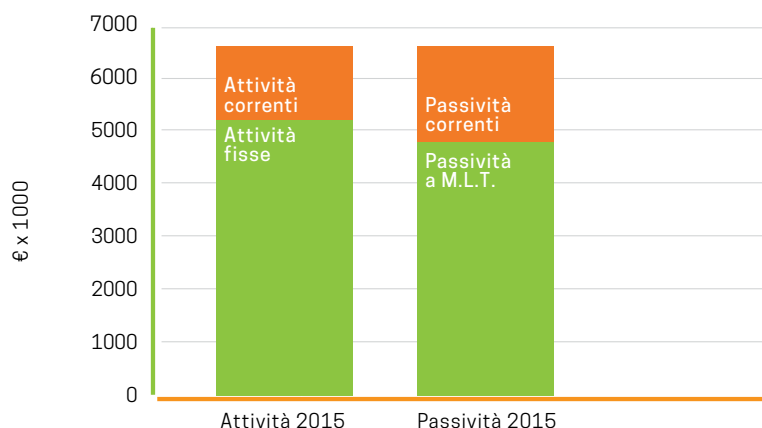
B > La composizione delle fonti di finanziamento secondo la loro durata evidenzia la preponderanza di fonti a medio-lungo termine, in coerenza con la composizione dell'attivo



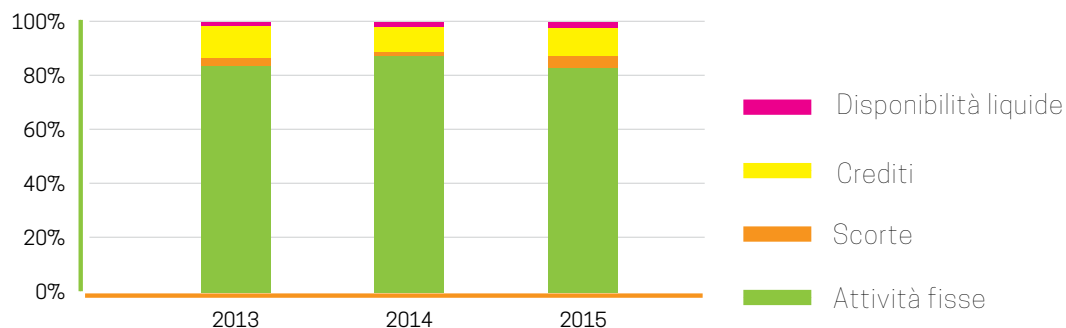
C > Il grafico evidenzia come i soci abbiano contribuito, a partire dal 2014, a capitalizzare la Società, portando i capitali propri dal 3% al 12% circa



COMPOSIZIONE STATO PATRIMONIALE



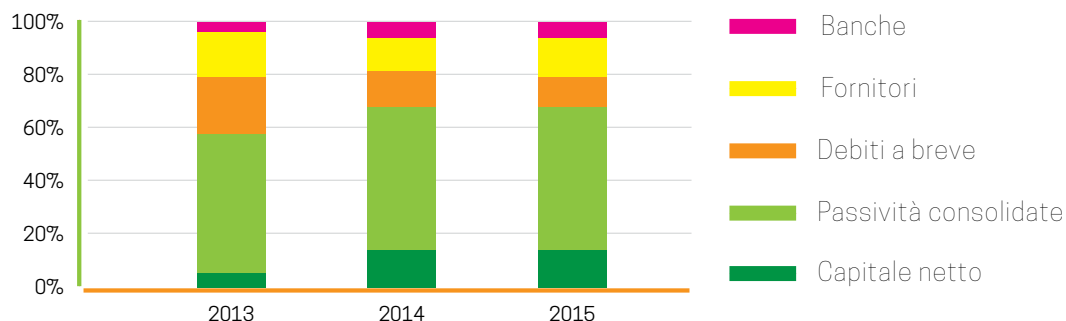
COMPOSIZIONE ATTIVITÀ



L'analisi dei grafici ben evidenzia come la composizione delle fonti di finanziamento sia abbastanza equilibrata rispetto alla durata degli investimenti e come, nel triennio, la composizione degli impieghi, ovverosia le attività, si sia man mano meglio bilanciata divenendo meno rigida grazie al minor valore netto delle attività fisse e al maggior valore delle scorte e dei crediti.

L'ultimo grafico mostra l'andamento della composizione delle fonti nel triennio, dal quale ancora una volta si evince come la principale variazione sia quella dell'aumento dei capitali propri.

COMPOSIZIONE PASSIVITÀ

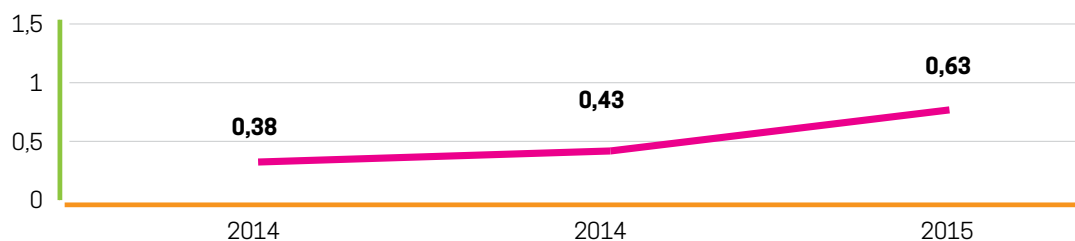


INDICI FINANZIARI

	2013	Var %	2014	Var %	2015
Ind. liquidità lorda	0,38	N.c.	0,43	+14,0	0,63
Ind. di indebitamento	30,12	N.c.	7,46	-75,2	7,39
Costo mezzi terzi	1,03%	N.c.	1,35%	+31,4	1,24%

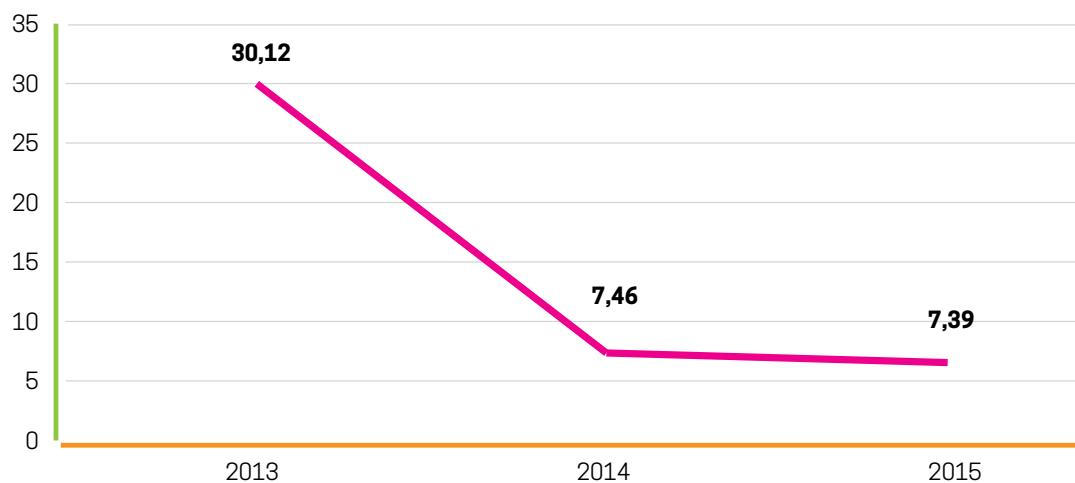
Indice di liquidità lorda

L'indice di liquidità lorda presenta un trend positivo, a evidenza di una situazione finanziaria in costante miglioramento.



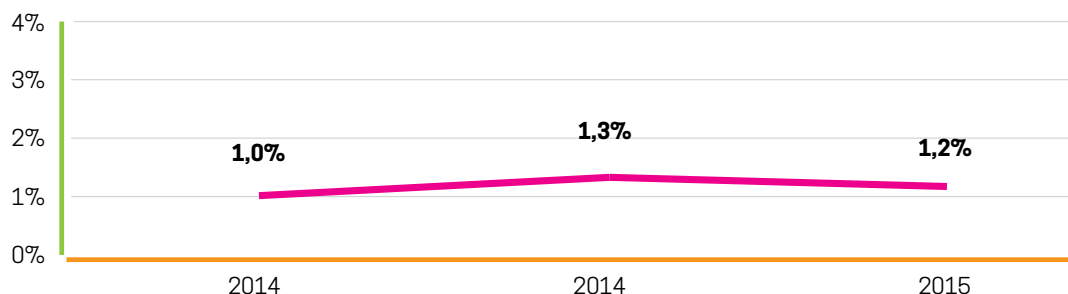
Indice di indebitamento

L'indice di indebitamento, dopo il forte miglioramento del 2014 dovuto prevalentemente al positivo effetto dei finanziamenti effettuati dai soci nel 2015, rimane costante sul 7,4.



Costo mezzi di terzi

Il costo dei mezzi di terzi totali è sostanzialmente costante e su livelli più che sostenibili.

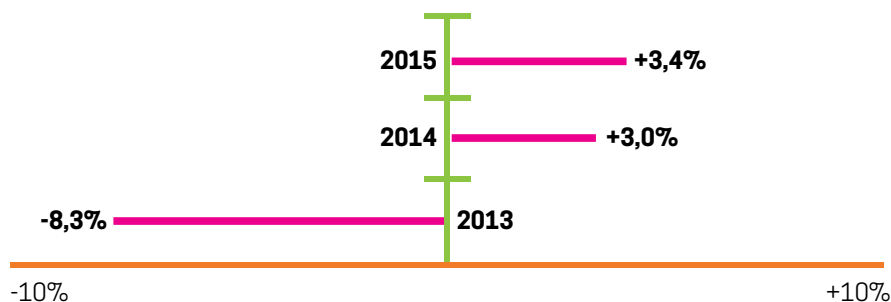


INDICI ECONOMICI

	2013	2014	2015
ROE	-8,32%	3,04%	3,37%
EBIT	2,65%	3,62%	4,00%
ROI	1,70%	2,29%	2,49%

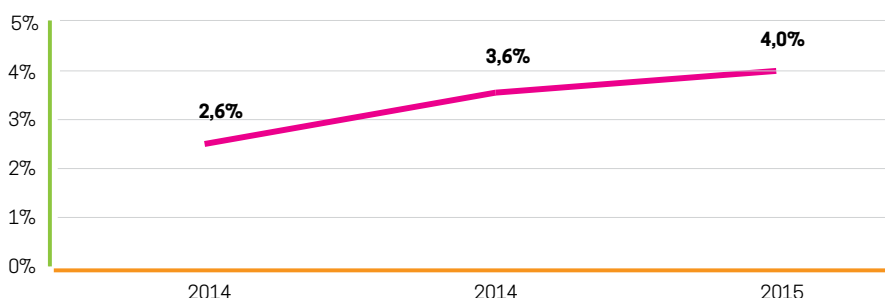
ROE (Return On Equity) (Risultato Economico / Fonti Interne)

L'indice mostra un trend molto positivo: la Società ha invertito la tendenza incrementando la redditività dei capitali propri, nonostante l'immissione di capitali del 2014 abbia fatto lievitare l'importo degli stessi. Si rammenta infatti che a parità di risultato economico, il tasso di redditività diminuisce all'aumentare dei capitali propri.



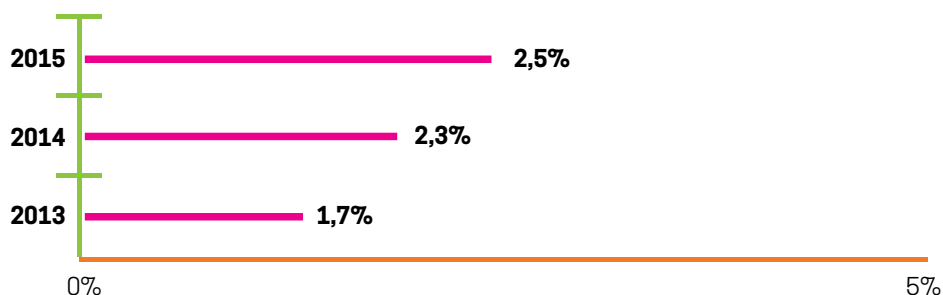
EBIT

L'EBIT presenta un trend positivo: è in forte crescita in tutto il periodo considerato e nel 2015 ha un incremento di oltre il 50% rispetto al 2013.



ROI (Return On Investment) (Margine Operativo / Capitale Investito)

L'indice, che mostra la redditività del capitale investito a livello operativo, risente dell'andamento dell'EBIT e presenta anch'esso un trend decisamente positivo, incrementandosi di quasi un punto in due anni.

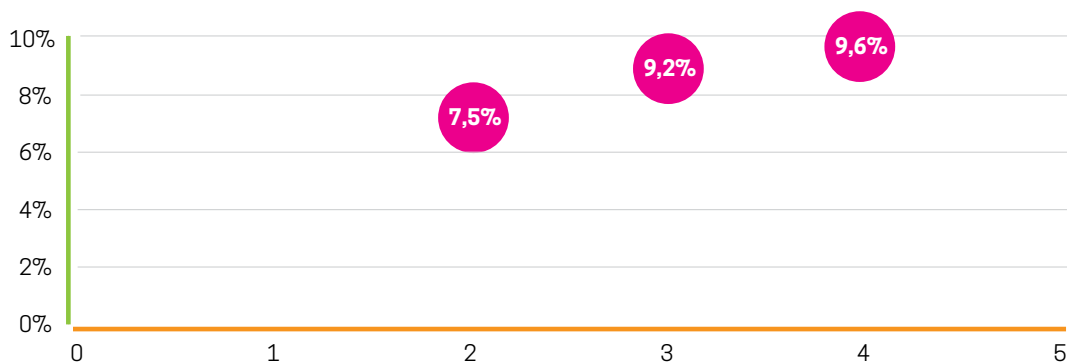


CASH FLOW

	2013	Inc %	2014	Inc %	2015	Inc %
		vendite		vendite		vendite
Risultato economico	(17.392)	-0,45	13.643	0,36	24.201	0,64
+ Ammortamenti e accant.	265.438	6,91	289.816	7,70	297.906	7,93
+ Quota accant.T.F.R.	41.575	1,08	42.089	1,12	39.529	1,05
= Cash Flow	289.621	7,54	345.548	9,18	361.636	9,62

Cash Flow

Grazie al maggior risultato economico e ai maggiori ammortamenti, il Cash flow presenta un trend crescente ed è su ottimi livelli.



6.4 > DETERMINAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO E SUA DISTRIBUZIONE

6

6.4.1 > PRODUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

Ai fini della valutazione dell'impatto sociale dell'attività di Miami Ristoro, è fondamentale determinare il Valore Aggiunto creato e come lo stesso venga distribuito. Adottando la prospettiva del Valore Aggiunto si abbandona l'approccio classico del conto economico costi/ricavi, che mette in luce utili o perdite.

Determinare il Valore Aggiunto significa infatti evidenziare la ricchezza prodotta dall'azienda mediante la sua attività, ricchezza che viene dunque "aggiunta", e la sua distribuzione agli interlocutori.

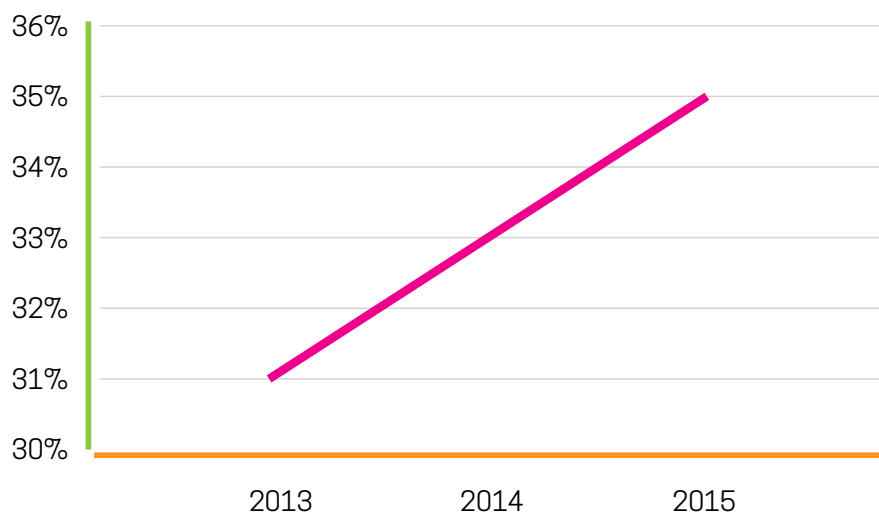
La produzione del Valore Aggiunto globale da distribuire nel triennio 2013/2015 è quella di seguito riportata.

DETERMINAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

	€		€		€		Delta 14/15
	2015		2014		2013		
Ricavi di vendita	3.757.481		3.765.816		3.840.294		0%
Variaz. su anno preced.	285.488		228.616		269.649		25%
Valore della produzione	4.042.969	100%	3.994.432	100%	4.109.943	100%	1%
Per materie prime, sussid., consumo e merci	1.620.590	40,1%	1.562.200	39,1%	1.709.458	41,6%	4%
Variazione delle rimanenze	124.773	-3,1%	45.543	1,1%	9.600	0,2%	-374%
Per servizi	770.033	19,0%	722.408	18,1%	732.054	17,8%	7%
Per godimento beni di terzi	334.378	8,3%	338.085	8,5%	299.296	7,3%	-1%
Oneri diversi di gestione	33.377	0,8%	18.790	0,5%	83.335	2,0%	78%
Costi intermedi della produzione	2.633.605	65,1%	2.687.026	67,3%	2.833.743	68,9%	-2%
Valore aggiunto tipico lordo	1.409.364	34,9%	1.307.406	32,7%	1.276.200	31,1%	8%
Proventi finanziari	3	0,0%	2	0,0%	18	0,0%	50%
Gestione straordinaria	2	0,0%	12.983	0,3%	-	0,0%	-100%
Valore aggiunto globale da distribuire	1.409.369		1.320.391		1.276.218		7%
Valore globale sul fatturato	35%		33%		31%		5%

Dall'esame del prospetto di creazione del Valore Aggiunto, si rileva come il Valore Aggiunto da distribuire sia in costante crescita nel periodo considerato, giungendo nel 2015 a rappresentare il 35% del fatturato.

VALORE GLOBALE SUL FATTURATO



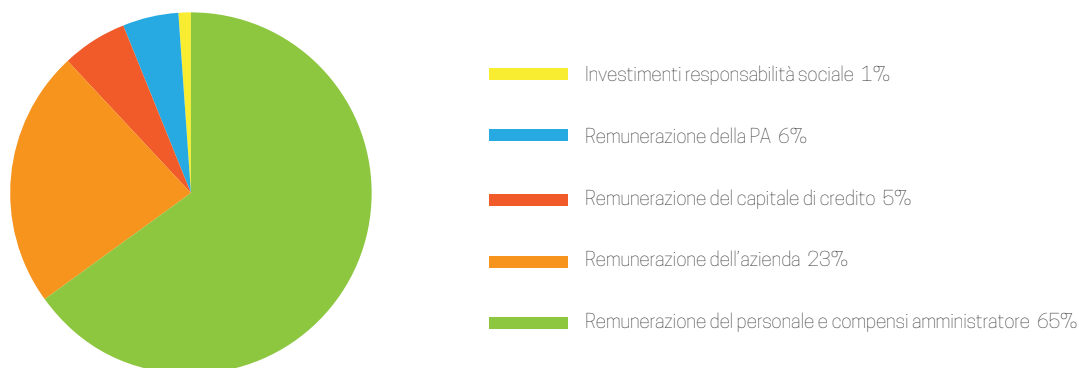
6.4.2 > DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

6

DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO

	2015		2014		2013		Delta 14/15
Remunerazione del personale e compensi amministratore *	922.881	65,5%	844.354	63,9%	870.705	68,2 %	9%
Remunerazione della PA	85.599	6,1%	94.863	7,2%	86.338	6,8 %	-10%
Remunerazione del capitale di credito	65.975	4,7%	74.302	5,6%	59.173	4,6 %	-11%
Oneri finanziari	65.975		74.302		59.173		-11%
investimenti responsabilità sociale	12.807	0,9%	3.413	0,3%	2.530	0,2 %	275%
Remunerazione dell'azienda	322.107	22,9%	303.459	23,0%	257.472	20,2 %	6%
Ammortamenti	297.906	21,1%	289.816	21,9%	265.438	20,8 %	3%
Risultato economico	24.201	1,7%	13.643	1,0%	-7.966	-0,6 %	77%
Valore Aggiunto Sociale Distribuito	1.409.369	100%	1.320.391	100%	1.276.218	100%	7%
* di cui compensi amm.	42.357		36.307		35.477		

DISTRIBUZIONE DEL VALORE AGGIUNTO



Il Valore Aggiunto globale viene distribuito per il 65% al personale, il 6% come remunerazione della PA, mentre l'1% viene distribuito a favore di progetti di responsabilità sociale, come dettagliati dalla tabella al paragrafo seguente.

Si evidenzia come gli investimenti in responsabilità sociale siano in costante aumento nel triennio e in particolare nel 2015 siano quasi triplicati rispetto all'anno precedente, a riprova del sempre maggiore impegno di Miami Ristoro in campo sociale.

6

6.5 > INVESTIMENTI IN AMBITO SOCIALE

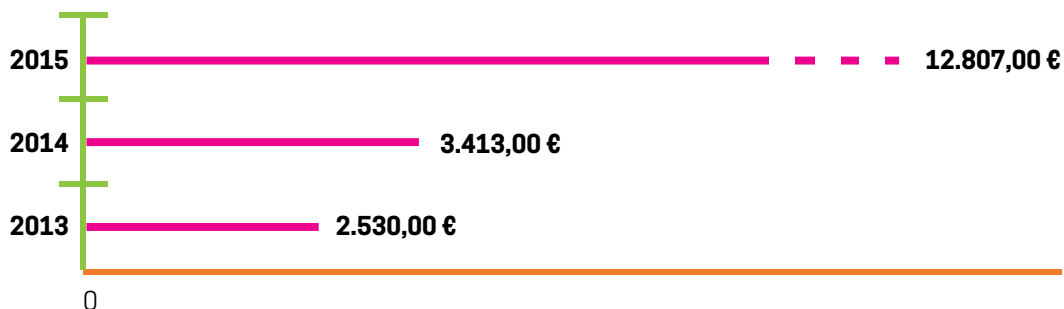
Come riportato nel precedente capitolo 5, Miami Ristoro da anni sostiene diverse associazioni/enti e comunità presenti nel territorio in cui opera.

La tabella sotto riportata indica gli investimenti per campagne sociali ed erogazioni liberali sostenuti nel triennio 2013/2015, ed evidenzia come gli stessi siano in forte crescita, essendosi quintuplicati dal 2013 al 2015 e più che triplicati nell'ultimo anno.

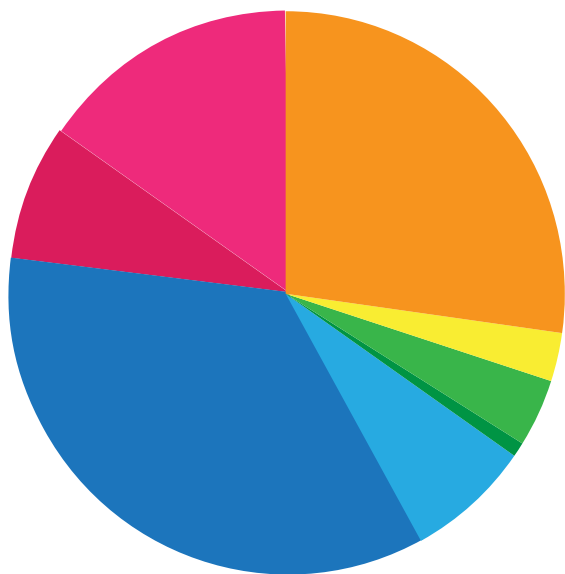
In particolar modo, si evidenzia come nel 2015 il 42,4% degli investimenti sia stato a favore di Avis (per donazione bilance e prodotti) e il 35,1% a favore degli studenti dell'Università NABA.

INVESTIMENTI PER LA CAMPAGNE SOCIALI E EROGAZIONI LIBERALI

Descrizione attività in euro	2013	2014	2015
Avis Milano	500,00		3500,00
Acquisto delle coppe per la squadra di calcio del Comune di Paderno Dugnano		350,00	350,00
Acquisto delle magliette per la squadra di calcio del Comune di Paderno Dugnano		500,00	500,00
Cancelleria alla Scuola Primaria di Paderno Dugnano	130,00	130,00	130,00
Omaggio 3.000 gettoni alla Casa di Riposo di Sesto San Giovanni per le tombole	900,00	900,00	900,00
Felpe per gli studenti dell'Università NABA			4.500,00
Corsi di teatro Sesto San Giovanni per Associazione AriSLA	1000,00	1000,00	1000,00
Donazione prodotti AVIS		533,00	1.927,00
Totale	2.530,00	3.413,00	12.807,00



INVESTIMENTI CAMPAGNE SOCIALI 2015



— Avis Milano 27,33%

— Acquisto delle coppe per la squadra di calcio del Comune di Paderno Dugnano 2,73%

— Acquisto delle magliette per la squadra di calcio del Comune di Paderno Dugnano 3,90%

— Cancelleria alla Scuola Primaria di Paderno Dugnano 1,02%

— Omaggio 3.000 gettoni alla Casa di Riposo di Sesto San Giovanni per le tombole 7,03%

— Felpe per gli studenti dell'Università NABA 35,14%

— Corsi di teatro Sesto San Giovanni per Associazione AriSLA 7,80%

— Donazione prodotti Avis 15,05%



Conclusioni

L'analisi condotta grazie alla redazione di questo primo Bilancio Sociale ha sicuramente aumentato la consapevolezza di tutta l'azienda in merito alle questioni di responsabilità sociale e ambientale.

Con questo lavoro abbiamo raggiunto il primo obiettivo preposto, ritrarre un quadro aziendale che non si limiti all'analisi economica, ma che metta in relazione il valore Economico al valore Sociale che Miami Ristoro crea attraverso la sua politica e la gestione dell'azienda stessa.

Comunicare questi risultati a tutti i nostri stakeholder è un altro traguardo che da tempo volevamo raggiungere, perché è anche grazie alla loro collaborazione che Miami Ristoro ha raggiunto gli obiettivi che si era posta e soprattutto è grazie a una relazione chiara, trasparente e al costante dialogo che si costruisce un'azienda orientata al futuro.

Sicuramente questa prima analisi è servita anche a mettere in luce gli argomenti su cui Miami Ristoro deve migliorare per continuare a garantire un servizio eccellente e la massima qualità, anche in termini di responsabilità sociale e ambientale.

Continueremo la nostra politica d'investimento sull'innovazione, che fin dai nostri esordi ci ha spesso permesso di anticipare i trend di settore nel nostro territorio, qualificandoci fra i principali player milanesi.

La sfida più grande che vogliamo continuare a perseguire è la soddisfazione dei nostri clienti, anticipare i loro desideri e offrire loro l'eccellenza del servizio e il massimo della qualità. Per farlo non possiamo prescindere dall'interesse che oggi i consumatori hanno nei confronti delle politiche sociali e ambientali delle aziende stesse.

Da queste considerazioni è partita l'idea di questo lavoro e da qui proseguirà l'impegno di Miami Ristoro ad avanzare e migliorare verso nuovi obiettivi.

L'Amministratore Unico
Massimo Ferrarini

Bilancio Sociale 2015

Progetto Editoriale
CET Consulting S.r.l.
Via Vittor Pisani, 28- Milano

Progetto Grafico
Vico10.com

Stampato da
Grafiche Bazzi – Faenza Group

Miami Ristoro S.r.l.
Via Pastrengo, 64
20814 Varedo (MB)
T. 0362 582639
www.miamiristoro.com

*Si ringraziano tutte le persone di Miami Ristoro
che hanno collaborato alla redazione
del Primo Bilancio Sociale 2015*







www.miamiristoro.com