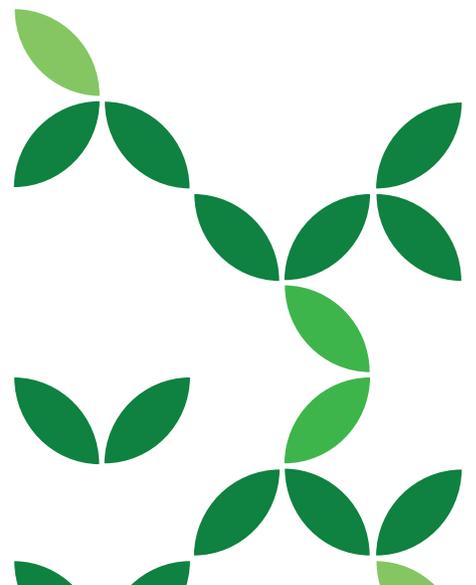




2017

BILANCIO
SOCIALE



2

Gli Stakeholder

[G4-24]

85%

customer satisfaction:
Più dell'85% dei clienti ha dato il massimo dei voti al servizio di Miami Ristoro

LAVAZZA

partnership con Lavazza,
garanzia di un prodotto eccellente

2.299.102 €

di acquisti effettuati dai fornitori

Miami Ristoro considera stakeholder tutte le persone e le realtà interessate e coinvolte all'interno dell'attività aziendale. Vengono considerati come tali pertanto i dipendenti, i fornitori, i clienti, i consumatori finali, le istituzioni e la comunità.

Anche nel 2017, è proseguita l'attività "giornate di azienda aperta". Iniziata lo scorso anno, l'attività ha come obiettivo quello di permettere a tutti gli stakeholder di visitare la sede, il magazzino e l'officina tecnica al fine di poter far così conoscere i processi aziendali ed entrare in contatto col personale.

Nel corso dell'ultimo anno le "giornate di azienda aperta" sono state 2.

Il Direttore Commerciale organizza comunque delle visite mensili dell'azienda, soprattutto per i nuovi clienti interessati a visitare il magazzino.

2.1 Analisi di materialità

[G4-18; G4-19; G4-20; G4-21; G4-25; G4-26; G4-27; G4-37]

Da oltre due anni il Report di Sostenibilità rappresenta un ottimo strumento di dialogo per l'azienda con i propri stakeholder. Per poter sfruttare al meglio le sue potenzialità, Miami Ristoro ha deciso quest'anno di cambiare il metodo adottato finora per l'individuazione della struttura e dei contenuti del presente documento. In particolare l'azienda è passata da un approccio top-down ad un approccio bottom-up. Al fine di individuare i contenuti da inserire nel Report di Sostenibilità, Miami Ristoro ha infatti provveduto ad attivare dei canali di ascolto per ogni stakeholder, tramite i quali raccogliere le loro aspettative e questioni di maggiore interesse. Miami Ristoro ha inoltre analizzato il proprio contesto di sostenibilità e il proprio mercato di riferimento per capire poi quali fossero le tematiche rilevanti per il *core business* aziendale.

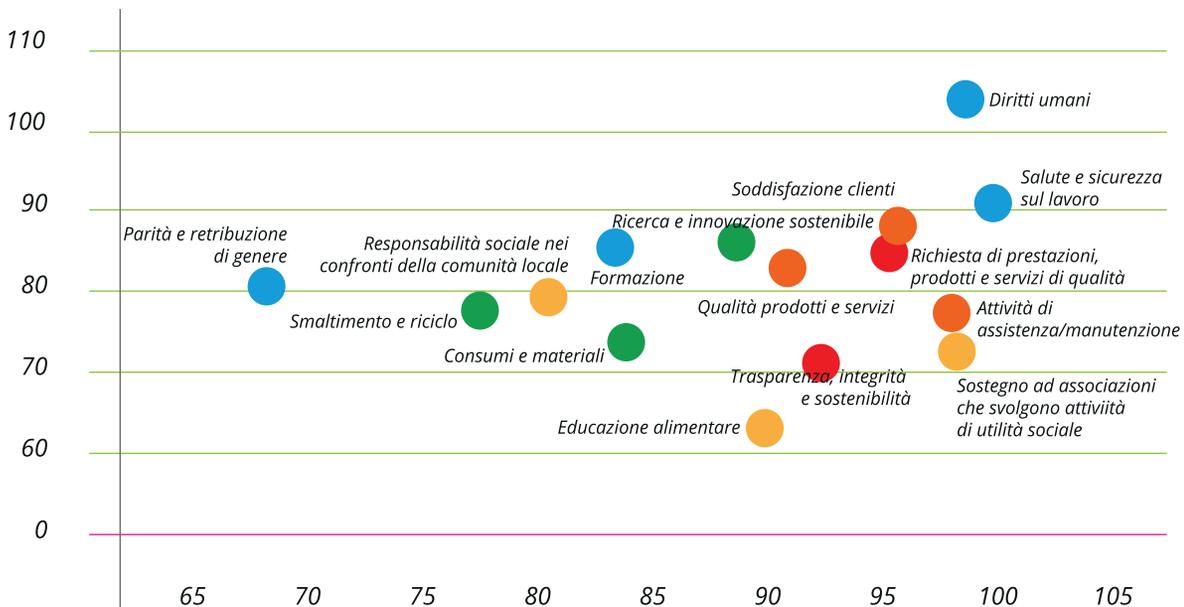
Si riporta di seguito una tabella che mostra quali sono stati i canali di ascolto attivati nel corso del 2017 per ogni stakeholder al fine di individuare le tematiche di maggior interesse per ciascuna categoria.

Canali di ascolto attivati per ogni stakeholder

Clienti	Servizio Clienti
	Call center
	Carta dei servizi di Confida
	Social Network e sito web
Dipendenti	Programmi di formazione
	Iniziative volte a promuovere la salute e la sicurezza
Fornitori	Incontri periodici
	Attività di qualifica e verifica dei fornitori
Comunità	Condivisione di valori e codice di comportamento
	Prestazione di attività a supporto del territorio
	Progetti con enti pubblici tesi al reinserimento sociale e lavorativo
	Sviluppo e promozione di uno stile di vita sano
Ambiente	Sostegno a progetti e associazioni solidali
	Monitoraggio e controllo di consumi e rifiuti prodotti
	Adozione di impianti e attrezzature tese a migliorare l'efficienza energetica
Associazioni di Categoria	Incontri di informazione periodica sulla situazione del Gruppo
	Incontri negoziali su tematiche aziendali e di stabilimento per promuovere il miglioramento dei risultati

L'attivazione dei canali di ascolto ha portato all'individuazione di 15 tematiche rilevanti sulle quali è stata poi effettuata un'analisi di materialità. Ad ogni tematica è stato quindi assegnato un punteggio su una scala da 1 a 100, sulla base della priorità e dell'interesse mostrato dagli stakeholder in materia.

L'analisi di materialità si è conclusa con la cosiddetta matrice di materialità, che è stata costruita ponendo come valori in ascissa la rilevanza delle tematiche per Miami Ristoro e in ordinata la rilevanza delle tematiche per gli stakeholder. Per facilitarne la lettura, ad ogni tematica è stato assegnato un colore diverso in relazione allo stakeholder a cui è riconducibile.



In conformità con quanto indicato dallo Standard GRI, i contenuti da inserire nel Report di Sostenibilità sono stati quindi identificati sulla base dei seguenti principi:

- > *inclusività degli stakeholder*
- > *contesto di sostenibilità*
- > *materialità*
- > *completezza*

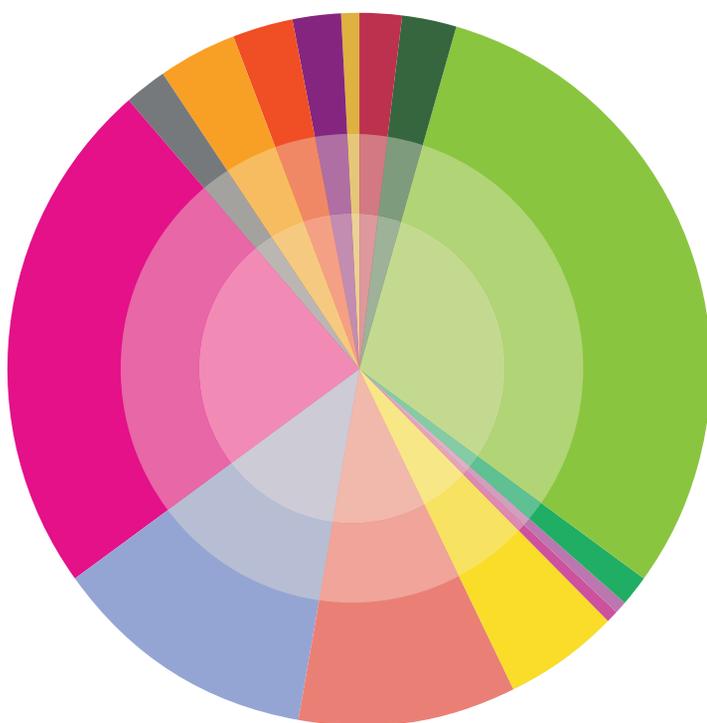
2.2

I clienti

[G4-4; G4-8; G4-DMA-PR; G4-PR8]

Miami Ristoro è sempre stata una realtà flessibile. Questo le ha permesso di gestire negli anni differenti tipologie di clienti. La clientela della Società oggi è infatti composta da grandi aziende, piccoli uffici e famiglie, per un totale di 3.179 soggetti.

Tipologie clienti 2017



2,61% Associazioni culturali e aggregazioni

30,51% Attività commerciali

1,51% Enti e uffici pubblici

0,57% Fitness/piscine

0,41% Forze dell'ordine

5,35% Grande distribuzione

10,07% Grandi aziende

12,30% Piccoli uffici

23,59% Privato

1,76% Ristorazione

3,77% Sanità

2,67% Scuole

2,20% Servizi

0,72% Università

1,95% Altro

Oltre alla flessibilità, un altro punto di forza di Miami Ristoro è l'innovazione: la capacità di anticipare i desideri del consumatore finale permette all'azienda di proporre soluzioni sempre più adatte alle esigenze del cliente.

Al fine di soddisfare al meglio le aspettative e le esigenze del consumatore finale, Miami Ristoro ha avviato nel 2016 un progetto insieme al Consorzio Coven, attraverso il quale si propone di profilare i soggetti che utilizzano le macchinette del caffè ed i distributori automatici. Grazie infatti **all'App Coven Matipay** il consumatore può pagare direttamente tramite l'app, senza più aver bisogno delle monetine e contemporaneamente, grazie alla profilazione, il cliente ha la possibilità di avere un rifornimento studiato ad hoc, usufruire di sconti e promozioni pensate per lui. Ciò riduce la quantità di prodotti invenduti ed eventuali sprechi, garantendo una maggior soddisfazione del consumatore.

Miami Ristoro si impegna, con il proprio consulente e responsabile, la Società Net Patrol Italia, a garantire il rispetto della normativa sulla protezione dei dati personali (D.Lgs. 196/03, c.d. "Codice Privacy). I dati in questione vengono rilevati unicamente previo il libero ed esplicito consenso dei clienti utilizzatori dell'App Coven.

Miami Ristoro dall'anno scorso ha aperto il Miami Caffè Point, uno spaccio di vendita diretta di capsule, cialde e tantissimi altri prodotti, presso la propria sede di Varedo. Lo spaccio è aperto tutti i giorni, compreso il sabato mattina. Tutti i clienti e i dipendenti Miami Ristoro usufruiscono di promozioni e sconti speciali per i loro acquisti.

2.2.1 *I principali marchi distribuiti*

[G4-FP-1]

Al fine di soddisfare al meglio le esigenze dei consumatori finali, Miami Ristoro garantisce all'interno dei propri distributori la presenza di alcuni noti marchi. Nella tabella seguente, si riportano i principali marchi distribuiti, suddivisi per tipologia prodotto.

Principali marchi distribuiti, suddivisi per tipologia prodotto.

Prodotti aggregati che rappresentano almeno il 50% delle vendite della categoria (pezzi)	2017
Bevande	San Pellegrino, Energade, Santal, Yoga, San Benedetto
Acqua in bottiglia	San Benedetto
Bevande in lattina	Coca-cola, Fanta, Sprite
Snack dolci	Ferrero, Milka, Snickers, Mulino Bianco, Misura, Riso Scotti
Snack salati	Tuc, Fonzie, Snack Pata, SanGiorgio
Panini e piatti pronti	Scotti, Bonduelle
Prodotti salutistici	Melinda, Germinal Bio, Chini, Noberasco, EnerZona, Misura, Baule Volante, Ecor, Fiorentini, OrtoRomi, New Factor, Vipiteno
Capsule e chicchi	Lavazza, Varanini

2.2.2 Customer Satisfaction

[G4-PR5]

L'obiettivo di Miami Ristoro è quello di creare e condividere valore con i clienti attraverso i propri prodotti e servizi. Importante quindi mantenere un dialogo costante per capire e anticipare le loro richieste e lavorare insieme per fondare una partnership solida e duratura. In quest'ottica viene effettuata la customer satisfaction, sia tramite visite ispettive sia telefonicamente.

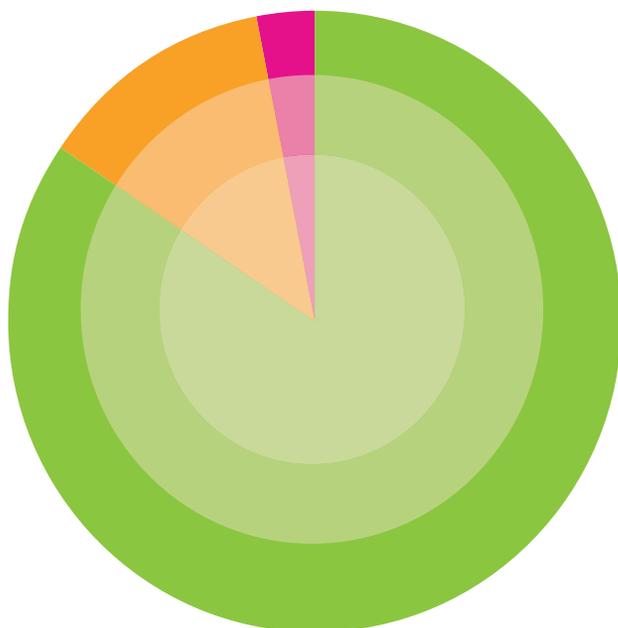
Quest'anno Miami Ristoro ha effettuato l'analisi di soddisfazione presso 286 clienti del canale tradizionale (distributori automatici), non sono inclusi i clienti OCS (Office Coffe Service).

Ai clienti è stato chiesto di esprimere un giudizio (buono, sufficiente, scarso) su cinque aspetti fondamentali che determinano la qualità del servizio:

- > *la pulizia dei distributori all'interno, all'esterno e nell'area circostante*
- > *l'assortimento e la qualità dei prodotti*
- > *il livello di rifornimento dei distributori*
- > *il rispetto del giro settimanale*
- > *la cortesia del personale che effettua la manutenzione e dell'ufficio*

L'analisi dimostra che l'85% dei clienti considera buono il servizio di Miami Ristoro. Un risultato in continua crescita nell'ultimo triennio, infatti nel 2015 era il 69%.

Customer Satisfaction



84,6% *Buono*

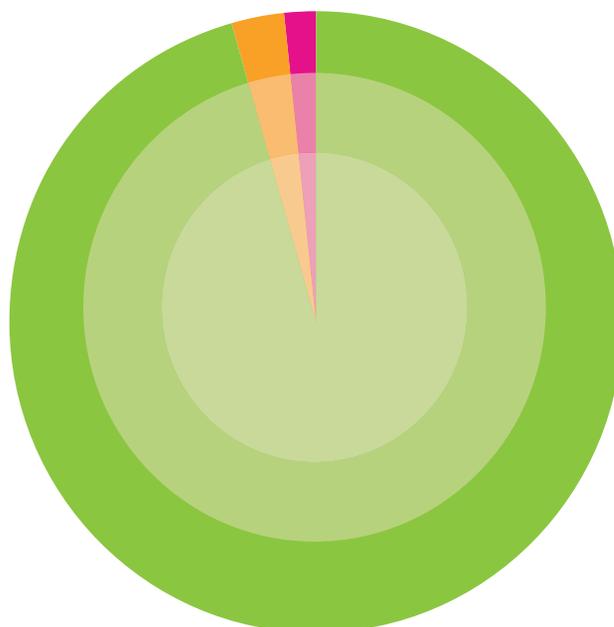
12,5% *Sufficiente*

2,9% *Scarso*

Miami Ristoro quest'anno, per avere un quadro più approfondito sulla valutazione di alcuni clienti ha scelto di isolare i dati del test dei 50 clienti TOP, ovvero i clienti più grandi, quelli che garantiscono cumulativamente il 70% del fatturato.

Facendo questo approfondimento emerge che il 96% dei clienti TOP considera BUONO il servizio di Miami Ristoro. Le voci che hanno ottenuto i risultati migliori sono l'assortimento dei prodotti e la cortesia del personale.

Risultati test - 50 clienti top



95,6% *Buono*

2,8% *Sufficiente*

1,6% *Scarso*

2.2.3 Numero Verde

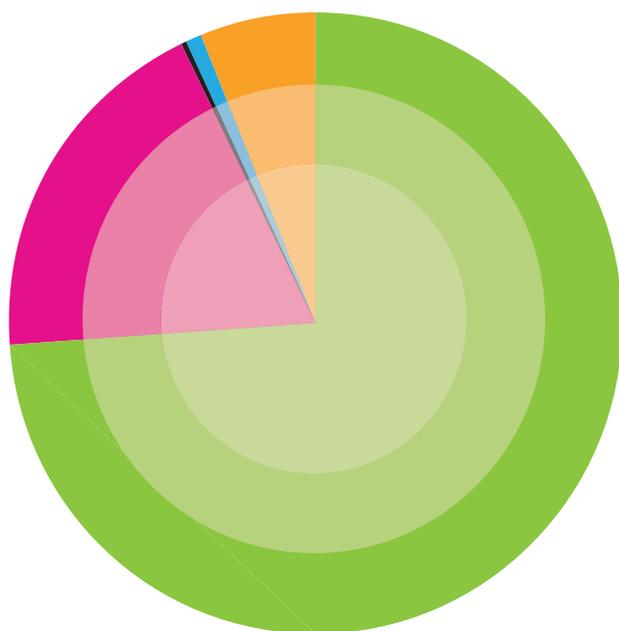
Tutti i clienti Miami Ristoro hanno a disposizione un Numero Verde che possono contattare in caso di necessità. Una volta ricevute, le telefonate vengono tempestivamente dirottate agli uffici di competenza, che provvedono ad intervenire per poter risolvere al meglio l'esigenza presentata.

Nel 2017 il call center di Miami Ristoro ha ricevuto 20.917 chiamate, la maggior parte delle quali ha avuto per oggetto richieste di rifornimento (74.33%).

Tipologia telefonate

Rifornimento	Fermo macchina	Disservizio	Commerciale	Altro	Totale
15.548	3.870	45	125	1.329	20.917

Tipologia telefonate call center 2017



74% Rifornimento

19% Fermo macchina

0,3% Disservizio

0,7% Commerciale

6% Altro

2.3 I fornitori

[G4-41; G4-PR-6; G4-EC-9; G4-DMA-SG]

Sostenibilità, integrità e trasparenza sono i principi su cui Miami Ristoro instaura i rapporti commerciali con i propri fornitori.

Nel 2017 Miami Ristoro ha effettuato acquisti dai propri fornitori per un totale di 2.299.102 euro, **comprensivi dei leasing per l'acquisto di distributori automatici e automezzi.**

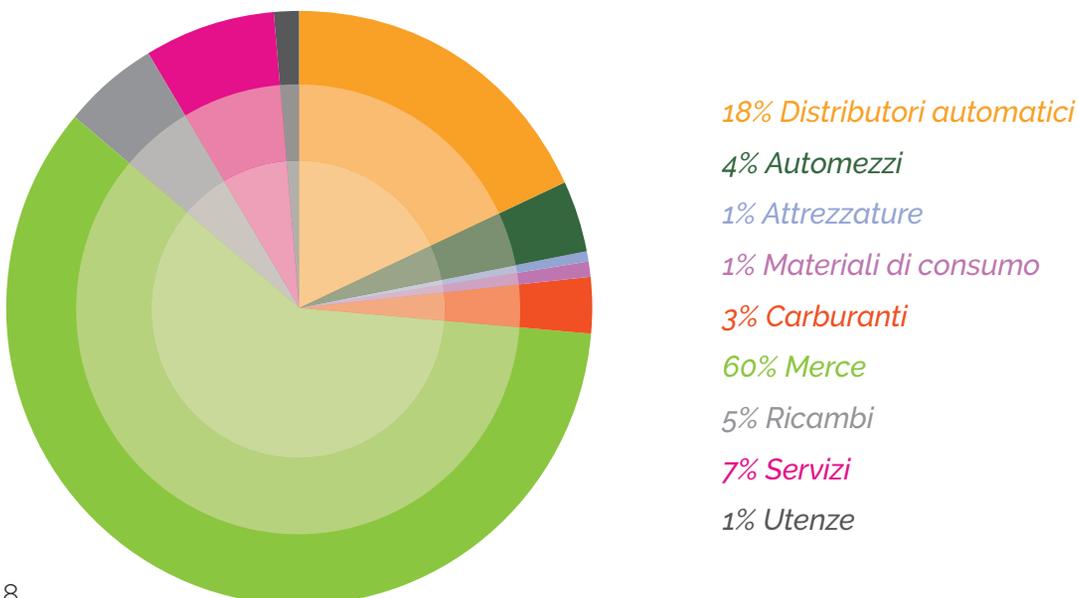
Come evidenziato dal grafico sottostante i principali fornitori sono quelli relativi alla merce, quindi prodotti alimentari e bevande, e ai distributori automatici.

È di conseguenza proprio su queste due tipologie di fornitori che si concentrano le scelte di Miami Ristoro in ambito di responsabilità sociale e soprattutto ambientale, a parità di performance e di qualità offerta, Miami Ristoro predilige fornitori che garantiscano un approccio responsabile per l'ambiente e la società, come per esempio **San Benedetto** per la fornitura di bottigliette *Easy*, **Flo** per la fornitura di bicchieri biologici di carta proveniente da foreste certificate FSC e di bicchieri *Hybrid*, **Necta** per i distributori in classe energetica superiore alla A+ e con innovazioni tecnologiche che mantengono bassi i consumi, **Drink Cup**, **Blu** e **Cosmetal** per i boccioni d'acqua e le colonnine a rete idrica (vedi cap. 4).

Inoltre Miami Ristoro, oltre alla partnership con il brand internazionale **Lavazza**, a cui è dedicato il prossimo box, ha scelto come fornitore il produttore locale a km0 **Varanini**.

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

Fornitori 2017



La partnership con Lavazza

LAVAZZA

TORINO, ITALIA, 1895

Miami Ristoro fin dagli inizi della sua attività ha stretto un rapporto di partnership con Lavazza, consapevole che grazie a questo brand avrebbe garantito ai propri clienti prodotti e servizi eccellenti. Infatti è sicuramente anche grazie a Lavazza se Miami Ristoro è cresciuta negli anni ed è diventata una delle aziende del Vending più riconosciute per la qualità dei prodotti e dei servizi offerti, su tutto il territorio lombardo.

Miami Ristoro ha iniziato utilizzare il sistema Espresso Point, garantendo ai propri clienti un'ampia varietà di aromi in capsula, a cui negli anni si sono aggiunti tutta una serie di bevande nuove, come il ginseng e la camomilla, per soddisfare tutti i gusti del consumatore. Negli anni, nel segmento OCS (Office Coffe Service) al sistema Espresso Point si sono aggiunti il sistema Blu e il sistema Firma, caratterizzati, oltre che dall'ampia scelta di miscele e gusti, dal design e dallo stile italiano delle macchinette.

Grazie a questi tre prodotti Miami Ristoro ha avuto un grande sviluppo nel mercato dell'OCS, confermato dall'apertura due anni fa del Miami Caffè Point, per la vendita diretta delle capsule. Ma la partnership con Lavazza per Miami Ristoro è di fondamentale importanza anche per tutto il settore dei distributori automatici, sia per la vendita delle capsule blu, con tutte le loro miscele, sia per i distributori di bevande calde, totalmente brandizzati Lavazza e con il caffè in grani, in grado di mantenere inalterate le proprietà organolettiche fino all'erogazione.

La scelta di avere Lavazza come fornitore principale, per Miami Ristoro non è soltanto una scelta di business, ma è anche una scelta legata ai temi di responsabilità sociale, infatti Lavazza è un'azienda che da tantissimi anni si occupa di CSR e ha attivi una serie di progetti locali e mondiali a sostegno delle comunità. Grazie alla partnership con Lavazza, Miami Ristoro in questi anni ha potuto portare avanti alcune sue attività di responsabilità sociale, ottenendo ottimi risultati e garantendo un sostegno maggiore alle realtà con cui collabora, per esempio Lavazza contribuisce a sostenere la campagna "Una bilancia per Avis". Inoltre mette a disposizione per il progetto "Officine del Caffè" al Carcere di Bollate, i suoi tecnici per fare formazione ai detenuti che lavorano in officina (vedi cap. 5)

Il legame con Lavazza quindi va oltre l'interesse economico, è un rapporto che nasce agli esordi di Miami Ristoro e che è durato per tutti questi anni, collaborando alla crescita di Miami Ristoro, non solo in termini di business, ma anche in merito alla consapevolezza di aver scelto un fornitore attento anche ad altri temi cari all'azienda.

2.4 Associazioni di categoria

[G4-15; G4-16]

Miami Ristoro riconosce nella forza associativa un valore fondamentale del "fare impresa". A tal proposito la Società è associata alla Confartigianato di Monza, ad Assolombarda e a Confida. Miami Ristoro è inoltre tra i soci fondatori del Consorzio Coven, di cui Massimo Ferrarini è il Presidente. L'obiettivo del Consorzio è quello di attuare iniziative collettive mirate al consumatore finale e alle sue reali esigenze al fine di valorizzare le medie aziende indipendenti del settore del Vending italiano.



COVEN
Consorzio Vending




Confartigianato
Imprese




ASSOLOMBARDA




CONFIDA
Associazione Italiana Distribuzione Automatica

Obiettivi di miglioramento

- ↘ *L'attività di ascolto che Miami Ristoro ha intrapreso con i propri stakeholder ci ha permesso quest'anno di concentrare la redazione del Report di Sostenibilità sui temi richiesti dai nostri interlocutori, per realizzare un strumento di comunicazione sempre più reale ed efficace.*
- ↘ *Sicuramente continueremo ad affinare questo strumento di ascolto, per andare sempre più incontro ai nostri stakeholder e costruire insieme a loro i nostri futuri Report di Sostenibilità.*
- ↘ *Sempre in quest'ottica continueranno le giornate di "azienda aperta" e i test di soddisfazione rivolti ai clienti, per raccogliere più materiale possibile al fine di perfezionare i nostri servizi.*
- ↘ *Proseguirà la ricerca di fornitori attenti alle tematiche sociali e ambientali, certificati Fair Trade e legati ai valori di sana alimentazione.*

3

Risorse Umane

[G4-10; G4-11, G4-22; G4-DMA-LA; G4-LA-1; G4-LA-2; G4-LA-3; G4-LA-12; G4-LA- 16; G4-FP-3]

29%

*dell'organico
composto da
donne*

96%

*contratti
a tempo
indeterminato*

378

*ore di
formazione*

3.1 *Analisi e descrizione del personale*

Miami Ristoro in tutti questi anni ha dimostrato di credere fortemente che la principale risorsa dell'azienda fossero i propri dipendenti. Infatti, anche quando la situazione economica ha richiesto una leggera diminuzione del personale, Miami Ristoro ha sempre voluto, mantenere invariata la politica di assunzione, garantendo ai suoi dipendenti un lavoro a tempo indeterminato.

Con questa politica Miami Ristoro permette ai suoi dipendenti di lavorare stabilmente e in serenità e di conoscere approfonditamente i clienti e i loro gusti, assicurando un servizio efficiente e di qualità.

Forme contrattuali

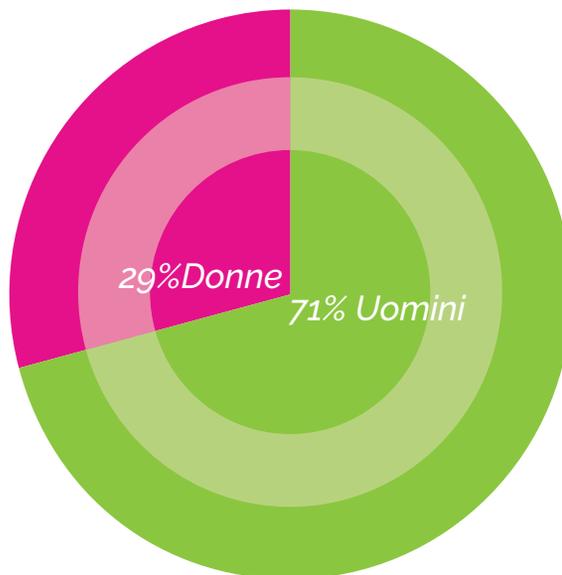
	2015	2016	2017
dipendenti totali	27	30	31
dipendenti a tempo indeterminato	26	29	30
<i>di cui part time</i>	3	3	2
dipendenti a tempo determinato	1	1	1
<i>di cui part time</i>	0	0	1

Rispetto all'anno scorso rimane invariata la percentuale di uomini e donne.

Nessuna delle donne che lavora in Miami Ristoro ha usufruito o è rientrata nel 2017 dal congedo di maternità.

Tutti i dipendenti in Miami Ristoro godono degli stessi privilegi: non c'è differenza di remunerazione e di trattamento fra uomini e donne.

Uomini e donne sul totale dei dipendenti



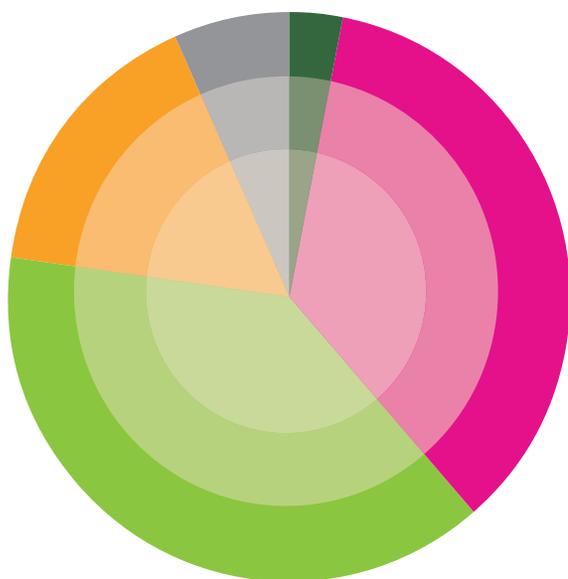
La tipologia di lavoro degli operatori, tecnici e magazzinieri, richiede mansioni prettamente fisiche, questo comporta che tutte le donne svolgano mansioni di ufficio.

Qualifica per genere

	2015			2016			2017		
	M	F	TOT	M	F	TOT	M	F	TOT
Dirigenti	1	0	1	1	0	1	1	0	1
Impiegati	2	7	9	2	9	11	2	9	11
Operatori	10	1	11	11	0	11	12	0	12
Tecnici	4	0	4	5	0	5	5	0	5
Magazzinieri	2	0	2	2	0	2	2	0	2
Totale	19	8	27	21	9	30	22	9	31

Anche nel 2017 la qualifica più rappresentata è quella degli operatori, seguita dagli impiegati. La fascia d'età in cui si concentra il maggior numero di dipendenti è quella dai 30 ai 45 anni ed è anche la fascia in cui sono avvenute cessazioni e nuove assunzioni.

Qualifica personale 2017



3% Dirigenti

36% Impiegati

39% Operatori

16% Tecnici

6% Magazzinieri

Quest'anno in Miami Ristoro ci sono stati 2 nuovi assunti e 1 rapporto cessato.

L'indice di turnover rappresenta il rapporto fra entrate e uscite di personale dell'anno, con il totale del personale presente in azienda. Negli ultimi anni Miami Ristoro ha avuto una crescita costante che l'ha portata a passare da 27 a 31 dipendenti negli ultimi 3 anni.

Indice turnover dipendenti

	Dip. medi	Assunti	Cessati	Totale	Turnover
2015	27	5	7	9	44.44%
2016	30	8	5	13	43.30%
2017	31	2	1	3	10.00%

Il tasso di compensazione indica invece il rapporto tra assunti e cessati nel corso dell'anno. Se il tasso supera il 100% indica un aumento del personale.

Dalla tabella sottostante e dal grafico si conferma un andamento in crescita dell'ultimo triennio, con un aumento del personale costante a partire dal 2016.

Tasso di compensazione

	Assunti	Cessati	Differenza	Tasso compensazione
2015	5	7	-2	71%
2016	8	5	3	160%
2017	2	1	1	200%



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.

In Miami Ristoro lavorano 1 lavoratore straniero e 1 con disabilità.

Nel 2017 non sono state registrate vertenze dei dipendenti o interruzioni del lavoro causate dal rifiuto di massa a svolgere l'attività.





3.2 **La formazione**

[G4-LA-9]

La formazione del personale nel mercato del Vending gioca un ruolo strategico, perché permette di gestire al meglio i cambiamenti significativi che interessano il mercato. Le normative, le innovazioni tecnologiche e le abitudini culturali cambiano frequentemente e un personale formato e aggiornato sa adattarsi più facilmente a questi cambiamenti, garantendo al cliente un servizio di alta qualità. Miami Ristoro negli ultimi anni ha curato molto la formazione del proprio personale, aggiungendo ogni anno ai corsi obbligatori, molte ore di corsi facoltativi. Nel 2017 i corsi di formazione facoltativa hanno puntato a migliorare ancora di più le capacità tecniche e relazionali degli ARD (addetti rifornimento distributori)

Gli ARD sono infatti il tramite fra l'azienda e il cliente, sono coloro i quali riforniscono e controllano i distributori e devono conoscere al meglio i gusti e le esigenze dei consumatori. Garantire loro una formazione aggiornata sugli aspetti tecnici e soprattutto sulla gestione dei rapporti, aumenta la *brand awareness* nei confronti di Miami Ristoro, perché significa che il cliente si troverà sempre di fronte a personale altamente formato e in grado di gestire qualsiasi sua richiesta.

Gli altri due corsi facoltativi hanno invece coinvolti tutti i dipendenti e hanno trattato il tema della motivazione sul lavoro e della comunicazione in azienda. I due corsi hanno anche in questo caso l'obiettivo di fornire più strumenti possibili al personale per creare un team di lavoro solido e riconoscere nella propria mansione il valore aggiunto rispetto a tutta l'attività aziendale.

Miami Ristoro ha scelto di offrire ai propri dipendenti la possibilità di partecipare a questi corsi, perché in questi 3 anni di redazione del Report di Sostenibilità è cresciuta fra i dipendenti la consapevolezza di fare parte di un'azienda che va oltre il suo *core business* e lo fa proprio grazie alla collaborazione e alle competenze di tutti i suoi dipendenti.

In virtù di questi corsi facoltativi le ore di formazione nel 2017 sono state 378.

Corsi di formazione

	2015	2016	2017	Partecipanti
	Ore			
Rischio correlato alla mansione			44	Aggiornamento
Sicurezza sul lavoro			44	Aggiornamento
Rischio correlato alla mansione	9	16	8	Nuovi assunti
Sicurezza sul lavoro	36	64	8	Nuovi assunti
HACCP ai sensi dei regolamenti Ce852/2004, ce178/2002 e delle leggi regionali vigenti	62			Tutti i dipendenti
Primo soccorso aggiornamento	8		8	Addetto primo soccorso aggiornamento
Rappresentante dei lavoratori (RLS) aggiornamento	4	4	4	Addetto RLS aggiornamento
Corso antincendio	40			Addetti antincendio aggiornamento
Formazione gestione rifiuti		3		Addetto sorveglianza
Decreto legge 31/05/2010 normativa sullo spesometro	2	4		Responsabile amministrativo
Bilancio di gestione	12	12		Responsabile amministrativo + reparto amministrazione
Addetti al rifornimento dei distributori automatici			76	Addetti al rifornimento D.A. e consegna cialde
La motivazione al lavoro			93	Tutti i dipendenti
La comunicazione in azienda			93	Tutti i dipendenti
Formazione preposti				Responsabile qualità
Totale	173	103	378	



3.2.1 Infortuni sul lavoro

[G4-LA-6; G4-LA-7]

Nell'ultimo triennio Miami Ristoro non registra infortuni sul lavoro, si ritiene quindi che l'impegno dimostrato dall'azienda nella formazione del personale, incida positivamente su questo dato. Sicuramente il rischio più elevato è quello connesso alla guida degli automezzi e alla gestione del magazzino, non vi sono invece rischi per i dipendenti di contrarre malattie derivanti dal proprio lavoro.

Nonostante questa valutazione dal 2013 non si registrano incidenti stradali che abbiano determinato giornate di infortunio.

Incidenza giornate infortunio

	2015	2016	2017
giornate totali lavorate	7.163	7.618	8.547
giornate infortunio	0	0%	0
N° infortuni	0	0%	0
% gg infortunio su tot	0%	0%	0%

Grazie al sostegno di Avis Milano da parte di Miami Ristoro e soprattutto alle giornate di Unità Mobile che l'azienda organizza durante l'anno (vedi cap 5), molti dipendenti sono diventati donatori di sangue, che è un bene per la comunità, ma è anche un bene per il donatore stesso, perché tiene costantemente monitorato il proprio stato di salute e viene sottoposto regolarmente a check up completi. Inoltre anche chi non è donatore, durante le giornate di Unità Mobile, può fare degli esami preliminari.

Sempre in un'ottica di assicurare un ambiente di lavoro stimolante e permettere ai dipendenti di sentirsi a proprio agio durante le ore di lavoro, in un clima favorevole e familiare, tutti i prodotti dei distributori installati in azienda sono erogati gratuitamente e ci sono promozioni sui prodotti in vendita nel Miami Caffè Point.

3.3

I Diritti Umani

[G4-DMA-HR; G4-HR-3; G4-HR-5; G4-HR-6, G4-HR-10; G4-HR-12]

Miami Ristoro, nel pieno rispetto degli aspetti sanciti nella Dichiarazione Universale dei Diritti Umani dell'ONU e delle legislazioni vigenti:

- > *non discrimina e non penalizza professionalmente un lavoratore per etnia, sesso, orientamento sessuale, ceto sociale, nazionalità, religione, appartenenza sindacale e politica*
- > *non impiega persone di età inferiore ai 18 anni*
- > *non ottiene prestazioni lavorative sotto minaccia o intimidazioni*
- > *non esercita nessuna forma di punizione corporale, coercizione mentale o violenza verbale*
- > *garantisce il rispetto degli orari di lavoro e gli accordi salariali previsti dai CCNL*

Miami Ristoro, in relazione agli aspetti legati ai Diritti Umani, non ha ricevuto alcun tipo di sanzione né ne ha comminate ai suoi dipendenti.

Nel corso del periodo di rendicontazione non è stata svolta un'analisi dei rischi legati ai diritti umani, tuttavia, il Codice Etico di Miami Ristoro riconosce le risorse umane quale fattore fondamentale e irrinunciabile per lo sviluppo della società e disconosce ogni principio di discriminazione basato sul sesso, sulla religione, sulla nazionalità, sulle opinioni politiche, sull'età sulla salute e sulle condizioni economiche dei propri interlocutori, ivi inclusi i propri fornitori.



Obiettivi di miglioramento

- ↘ *Da due anni Miami Ristoro raggiunge l'obiettivo di aumentare il numero delle assunzioni rispetto ai rapporti cessati ed è un trend che si prefigge di mantenere anche nel prossimo triennio.*
- ↘ *Quest'anno è stato anche raggiunto l'obiettivo di intensificare le ore di formazione, con corsi facoltativi volti a garantire un servizio di massima qualità e fornire nuove skill agli ARD, ai commerciali e a tutti i dipendenti.*
- ↘ *Rimane da raggiungere come obiettivo la certificazione TQS Vending di Confida, specifica per il settore della distribuzione automatica, che certifica il rispetto dei requisiti indicati nel disciplinare e la certificazione OHSAS 18001 che attesta l'applicazione volontaria di un Sistema per la Sicurezza e la Salute dei Lavoratori, con standard superiori da quanto previsto dalle norme vigenti.*
- ↘ *Aumentare i benefit e le attività di welfare per i propri dipendenti.*