



# REPORT DI SOSTENIBILITA' 2018





## Miami Ristoro

**33**  
*Dipendenti e collaboratori*

**4.430**  
*Locazioni pubbliche e private*

**3.256**  
*Clienti serviti*

**25**  
*Aree ristoro*

Miami Ristoro nasce nel 2004 e in questi 15 anni, con lungimiranza, si è sempre occupata di fare scelte consapevoli per l'ambiente e per le comunità nelle quali opera.

Queste caratteristiche l'hanno portata a diventare uno dei principali player sul territorio lombardo ed essere considerata una delle prime aziende, nel settore del Vending, ad essersi interessata a questi temi.

Essere un'impresa socialmente responsabile significa declinare le proprie politiche e integrare nella propria strategia gli interessi di tutti gli

stakeholder, non solo quelli economici, ma anche quelli ambientali e sociali.

Prestare attenzione a queste tematiche e migliorare la propria attività in funzione degli obiettivi che si vogliono raggiungere è un passo fondamentale che Miami Ristoro ha deciso di intraprendere anni fa, quando ha capito che, per aumentare la propria reputazione e per conquistare la fiducia dei clienti, era necessario andare oltre alle logiche dei soli aspetti economici.

# Mission & Vision

The *smart break* è il claim adottato negli ultimi anni.

Miami Ristoro vuole offrire ai propri clienti l'opportunità di una "pausa intelligente", un momento di puro relax, in cui prendersi cura di se stessi. Si occupa di allestire luoghi dedicati alla pausa per le piccole, medie e grandi comunità, in cui promuovere e sostenere il cambiamento culturale e di prodotto che il mondo del Vending sta attraversando.

## Innovazione

Tecnologie avanzate per permettere un servizio più veloce ed efficiente

## Flessibilità

capacità di soddisfare le esigenze di tutti i consumatori e ascoltare le loro richieste

## Responsabilità

Attività mirate a migliorare l'ambiente di lavoro, progetti a sostegno della comunità, rispetto per l'ambiente.

THINK  
OUTSIDE  
THE BOX

L'evoluzione del mondo del Vending negli ultimi anni ha interessato principalmente 2 canali, quello dell'innovazione tecnologica e di prodotto.

I nuovi trend di consumazione e di stile di vita, improntati al salutistico e alla salvaguardia dell'ambiente, sono stati i fattori di questa evoluzione.

Secondo le recenti ricerche (Ipsos 2019) il mondo del Vending dovrà continuare in questa direzione, puntando, in termini di comunicazione, sulla qualità dei prodotti erogati, sull'igiene della macchina, sulla sostenibilità e sulla tecnologia.

Miami Ristoro, nel 2015 ha scelto di redigere il suo primo Report di Sostenibilità, proprio per questi motivi, perché vuole comunicare ai suoi stakeholder tutte le attività che non sono visibili all'acquisto, ma che rendono il servizio differente, assicurando qualità e trasparenza.

Miami Ristoro, in ogni capitolo del Report, mostrerà come il suo approccio prudenziale l'ha portata negli anni a migliorare e avviare una serie di azioni volte alla riduzione dei rischi insiti nello svolgimento quotidiano del proprio operato, legati agli aspetti sociali e ambientali.

La sfida più importante oggi per il mondo del

Vending è quella relativa alla plastica, è nata molta confusione in merito, dopo la direttiva europea, soprattutto fra i consumatori.

Il mondo del Vending ha delle linee molto precise da seguire, che riguardano in particolare il riciclo e non l'eliminazione totale della plastica.

Miami Ristoro ha da subito aderito al Progetto Rivending, di cui si parlerà ampiamente nel capitolo 4.

Continua l'impegno di riduzione delle emissioni di Co2, attraverso l'installazione di distributori di ultima generazione e l'utilizzo di automezzi in classe energetica 6B.

In crescita anche l'interesse per la promozione di uno stile di vita sano, attraverso la vendita di prodotti salutari e una comunicazione improntata a sostenere una corretta alimentazione anche fuori casa.

Grazie alla sua FLESSIBILITÀ, all'attenzione per l'INNOVAZIONE e alla considerazione attribuita alla RESPONSABILITÀ, Miami Ristoro è oggi in grado di fornire un servizio capace di creare valore per tutti i suoi stakeholder e per l'ambiente in cui opera.

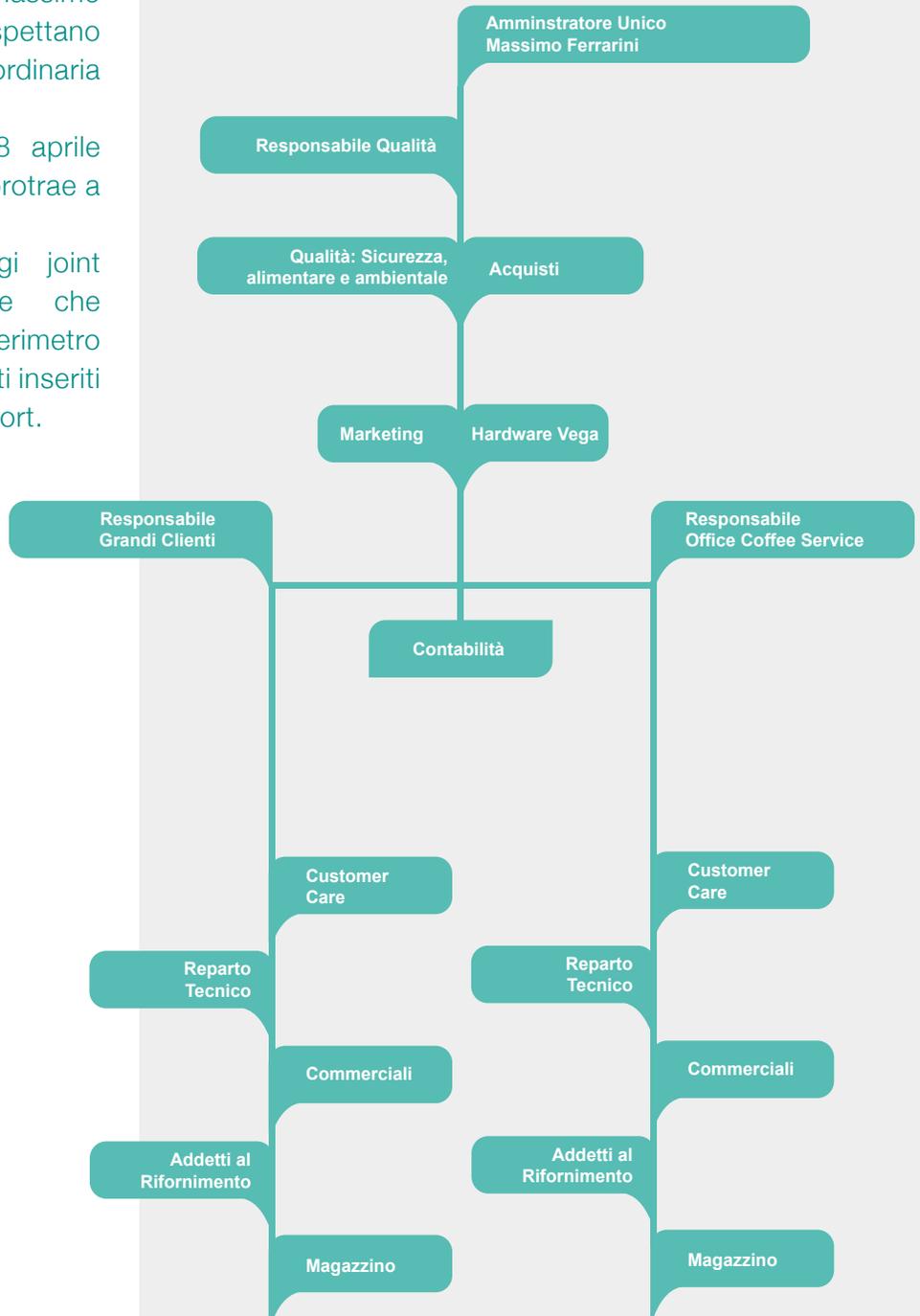
# 1.1

## Struttura organizzativa e Governance

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

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

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



# 1.2

## Codice Etico

Dal 2016 Miami Ristoro ha provveduto alla definizione e adozione del Codice Etico, nella consapevolezza che l'etica delle attività aziendali dipenda dalle condotte e dai comportamenti di tutti i componenti dell'azienda stessa.

Il Codice Etico rappresenta la "carta dei diritti e dei doveri fondamentali" attraverso cui l'azienda chiarisce le proprie responsabilità etiche e sociali, nei confronti dei diversi portatori di interessi interni ed esterni.



I principi su cui si basa il Codice Etico di Miami Ristoro sono i seguenti:

### 01

Comportamento dell'Azienda e dei suoi diversi interlocutori eticamente corretto e conforme alle leggi  
Lealtà dei

### 02

dipendenti e collaboratori nei confronti dell'Azienda

### 03

Correttezza, Cortesia e Rispetto nei rapporti fra colleghi



04

Professionalità  
e diligenza  
professionale

05

Rispetto  
dell'ambiente

06

Rispetto della  
salute e sicurezza  
dei dipendenti  
e collaboratori

Gli standard etici di comportamento che l'Azienda intende perseguire sono i seguenti:

01

Equità ed uguaglianza nel trattamento e nel riconoscimento del valore delle risorse umane

02

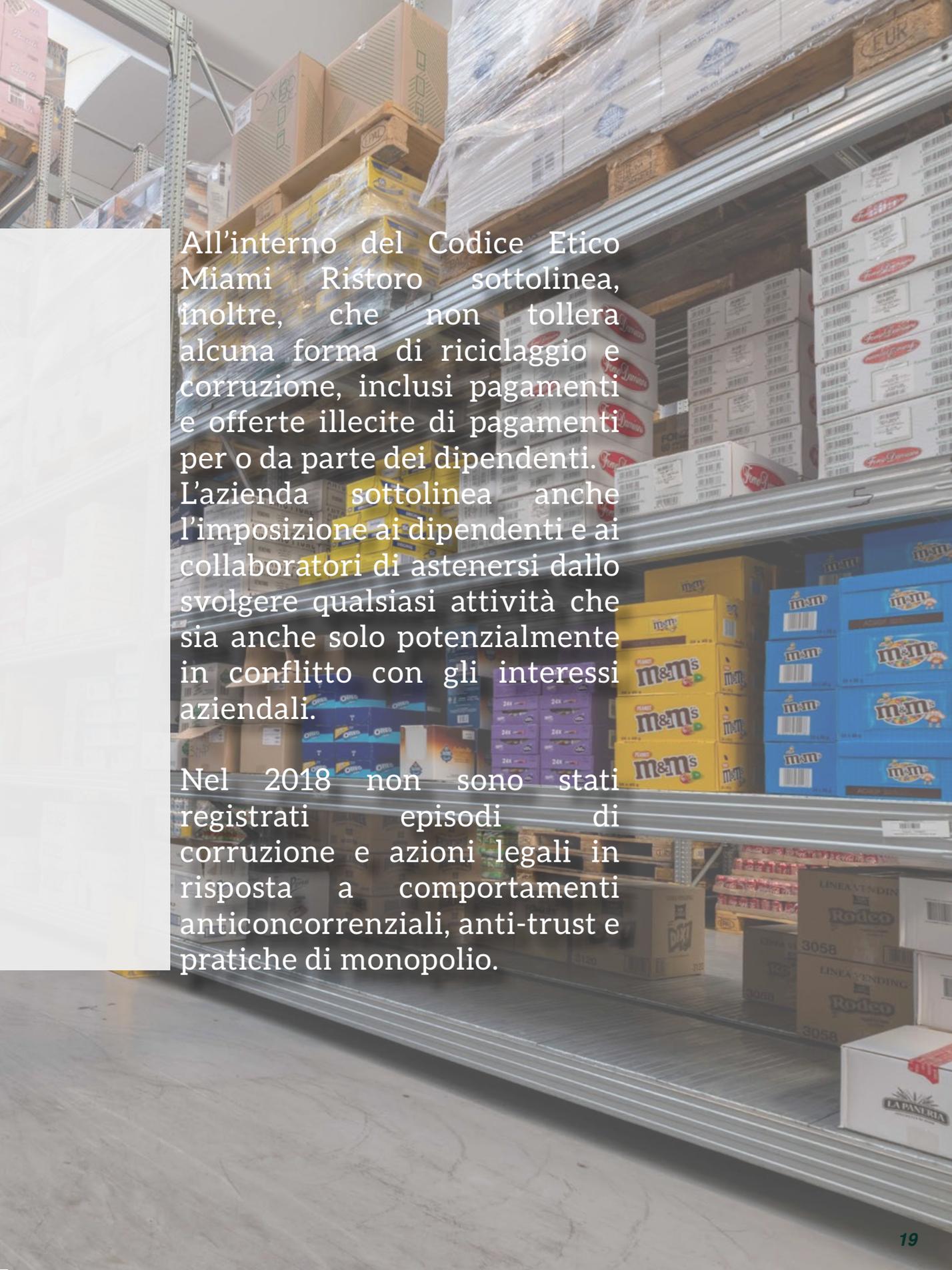
Diligenza, trasparenza, onestà, riservatezza e imparzialità nello svolgimento delle attività d'impresa

03

Tutela della persona

04

Tutela dell'ambiente



All'interno del Codice Etico Miami Ristoro sottolinea, inoltre, che non tollera alcuna forma di riciclaggio e corruzione, inclusi pagamenti e offerte illecite di pagamenti per o da parte dei dipendenti. L'azienda sottolinea anche l'imposizione ai dipendenti e ai collaboratori di astenersi dallo svolgere qualsiasi attività che sia anche solo potenzialmente in conflitto con gli interessi aziendali.

Nel 2018 non sono stati registrati episodi di corruzione e azioni legali in risposta a comportamenti anticoncorrenziali, anti-trust e pratiche di monopolio.