

Relazione di Impatto

2019

Panino Giusto SPA
Società Benefit

PANINO  GIUSTO

Questa è la nostra prima relazione d'impatto come Società Benefit.

Il 30 settembre 2019 abbiamo trasformato la nostra ragione sociale in società Benefit e il 20 gennaio 2020 abbiamo ottenuto la certificazione come prima B Corp della ristorazione italiana rilasciata dall'ente B Lab.

Questo documento rendiconta i risultati raggiunti con il conseguimento della certificazione di B Corp e definisce gli obiettivi e i parametri per misurarli che abbiamo fissato per il 2020.



Milano, 30 Marzo 2020

L'emergenza del Covid19 ci sta dimostrando con forza quanto siamo tutti interdipendenti, a prescindere dalla distanza geografica, sociale ed economica che ci può separare. Siamo tutti uguali di fronte a questa minaccia perché condividiamo tutti la stessa "casa". La responsabilità del nostro futuro non riguarda solo le istituzioni e la politica, ma coinvolge tutti noi. Come cittadini, come consumatori e come imprenditori possiamo influenzare la direzione nella quale andremo. Il futuro che verrà dipenderà dalle scelte che faremo noi e dalle scelte che faranno gli altri. Dobbiamo fare in modo che il futuro che desideriamo diventi reale. Le imprese sono protagoniste imprescindibili nel progettare questo futuro, perché svolgono da sempre un ruolo sociale importante nei confronti del proprio territorio e della propria comunità. Oltre alla domanda di occupazione, rispondono alla necessità di beni e servizi utili per la comunità e alla trasmissione di valori, che possono contribuire alla creazione di una società più giusta e inclusiva. E' importante avere una visione a lungo termine, che tenga in considerazione l'impatto delle nostre azioni oltre l'immediato e che ci possa guidare anche in senso prospettico nelle scelte che facciamo. Per questo Antonio ed io abbiamo aderito con entusiasmo al movimento globale delle B Corp, aziende che credono che il bene dell'impresa e il bene comune non siano in contrapposizione, ma possano influenzarsi a vicenda in maniera virtuosa. Aziende che scelgono volontariamente di rispettare rigorosi standard, decisivi sul piano sociale e ambientale e che contribuiscono alla creazione di un nuovo modello di business, basato sulla responsabilità e sulla trasparenza, oltre che sul profitto. Oggi, più che mai, non pensiamo alla nostra come ad una scelta coraggiosa ma all'unica possibile. Il prossimo obiettivo è rendere consapevoli di questo anche le aziende a noi più vicine, in primis i nostri fornitori e poi anche gli altri Brand del food con cui condividiamo questo mercato.

Elena Riva
Elena Riva

Sommario:

Chi siamo	4
Cosa sono le B Corp e le Società Benefit	8
Cambio Statuto di Panino Giusto	11
Il nostro impegno	14
Valutazione di impatto 2019	17
Obiettivi 2020 & kpi di monitoraggio	19



Chi
Siamo

Chi Siamo

Milano

Siamo una impresa italiana del casual – dining che ha rivoluzionato negli anni '80 l'abitudine del pranzo dei milanesi, proponendo il Panino come concetto gastronomico di alta qualità, capace di sostituire il pasto tradizionale. È a Milano, l'8 febbraio 1979 in Corso Garibaldi, nel quartiere Brera, che apriamo il nostro primo locale.

Il successo è immediato, grazie alla selezione delle materie prime, le ricette, il servizio e l'ambiente che vengono premiati dall'esigente clientela milanese.

La nostra impresa cresce e diffonde la cultura del Panino Italiano, espressione di eccellenza del territorio, di maestria, di creatività e artigianalità.

Accademia

Forti della necessità di un cambiamento anche culturale nel 2015 abbiamo promosso la nascita dell'Accademia del Panino Italiano, una fondazione culturale che valorizza e tutela il Panino Italiano come espressione autentica del made in Italy.

Nel gennaio 2016 la Fondazione nomina un Advisory Board che riunisce le migliori competenze sul campo, atte a definire attraverso incontri periodici, le linee strategiche dell'Accademia, a partire dalla stesura del primo Manifesto del Panino Italiano, che ne definisce l'identità.

Scelte

Le scelte che Panino Giusto fa ogni giorno determinano e condizionano il mondo in cui viviamo. Consapevoli di questo, ormai da anni agiamo in una precisa direzione che abbraccia l'ambiente, la sostenibilità e il sociale.

Materie Prime

Dalla selezione delle materie prime alla preparazione dei panini, ogni cosa è fatta pensando alla qualità e alla sostenibilità. Per questo utilizziamo materie prime che provengono da produttori che hanno fatto dell'eccellenza e del rispetto dei tempi della natura i loro punti di forza e ispirazione. Piccole aziende familiari, che di generazione in generazione tramandano la maestria del fare e la consapevolezza di quanto sia importante preservare l'ambiente e l'ecosistema.

Società Benefit

La preparazione dei panini, fatti al momento e con ingredienti freschissimi, ci permette di garantire una qualità eccellente e al tempo stesso di ridurre al minimo gli sprechi alimentari, tipici del settore della ristorazione.

Nel settembre 2019 abbiamo cambiato la nostra ragione sociale e ci siamo trasformati in Società Benefit, inserendo all'interno del nostro statuto oltre agli obiettivi di profitto anche delle finalità di impatto positivo sull'ambiente e sulla comunità che ci circonda.

B Corp

Il 20 gennaio 2020 siamo diventati la prima B Corp della ristorazione italiana, come riporta la nostra Presidente, Elena Riva, "per poter rendere misurabile l'impatto che il nostro lavoro ha in termini sociali ed ambientali perché anche noi vogliamo fare la nostra parte. Vogliamo essere un'impresa solida e solidale che si adopera non solo per il bene economico ma anche per il bene comune".

8 Febbraio 2020

L'8 febbraio 2020, il giorno del nostro quarantunesimo compleanno, abbiamo annunciato la nostra nuova Vision, una trasformazione radicale perché, come spiega il CEO Antonio Civita, *“più che i proprietari io ed Elena ci sentiamo i “custodi”* di questa impresa e durante il tempo in cui avremo il timone vogliamo poterla arricchire ancor di più, lasciando qualcosa di migliore a chi verrà dopo di noi.

Da oggi il nostro obiettivo sarà quello di integrare la nostra sostenibilità con quella del sistema nel quale operiamo, orientando le scelte al miglior grado di bene comune raggiungibile. Un orientamento che esprimiamo nella nostra nuova Vision:

“Rendere il mondo più giusto attraverso un panino.”



RENDERE IL MONDO PIÙ
giusto
ATTRAVERSO UN PANINO



Cosa sono le B Corp e le Società Benefit

B Corp

B Corp

La community B Corp è un movimento globale che vuole diffondere un paradigma più evoluto di business, innovandosi continuamente per massimizzare il proprio impatto positivo verso i dipendenti, le comunità in cui opera, l'ambiente e tutti gli stakeholder.

Le B corp rispettano i più alti standard di performance sociale e ambientale, trasparenza e responsabilità.

Ad oggi ci sono più di 3.200 B Corp al mondo operanti in 150 settori e presenti in 71 Paesi diversi. Per ottenere la certificazione di B Corp bisogna superare un rigoroso processo di valutazione e controllo che coinvolge tutte le funzioni aziendali, il benefit impact assessment (BIA).

A partire da un punteggio pari a 80/200, già considerato un'eccellenza, si può ottenere lo status di B Corporation rilasciato dall'ente no profit B Lab.

La valutazione finale coinvolge quattro aree principali:

1. Governance

Il modello valoriale di riferimento dell'impresa in termini di trasparenza, correttezza e competenza;

2. Persone

Il sistema di relazioni con i propri dipendenti per il rispetto dei loro diritti e la valorizzazione di competenze e aspirazioni individuali;

3. Comunità

La capacità di interpretare l'impresa come parte attiva della realtà sociale, impattante su fornitori, clienti e comunità locale;

4. Ambiente

Il monitoraggio di tutte le fasi della filiera produttiva in relazione al livello di sostenibilità ambientale di processi e prodotti.

Il processo di certificazione utilizza standard credibili, comprensibili, trasparenti e indipendenti di performance sociale e ambientale.

B Lab è un'organizzazione no profit che serve un movimento globale di persone che usano il business come forza per il bene:

- Certifica le B Corp
- Promuove la forma giuridica di Benefit Corporation
- Diffonde gli strumenti di misura
- Comunica il paradigma Benefit

Società Benefit

Questa è una nuova forma giuridica d'impresa, introdotta a partire dal 2010 come Benefit Corporation negli USA. Il paradigma di Benefit Corporation è ora in fase di diffusione in vari Paesi ed è una nuova forma giuridica d'impresa in Italia, primo Paese al mondo fuori dagli USA, a partire da gennaio 2016.

Le Società Benefit rappresentano un'evoluzione del concetto stesso di azienda. Mentre le società tradizionali esistono con l'unico scopo di distribuire dividendi agli azionisti, le società benefit sono espressione di un paradigma più evoluto: integrano nel proprio oggetto sociale, oltre agli obiettivi di profitto, lo scopo di avere un impatto positivo sulla società e sulla biosfera.

Una Società Benefit è un nuovo strumento legale che crea una solida base per l'allineamento della missione nel lungo termine e la creazione di valore condiviso.

Le società benefit proteggono la missione in caso di aumenti di capitale e cambi di leadership, creano una maggiore flessibilità nel valutare i potenziali di vendita e consentono di mantenere la missione anche in caso di passaggi generazionali o quotazione in borsa.

Non si tratta d'Imprese Sociali o di un'evoluzione del no profit, ma di una trasformazione positiva dei modelli dominanti d'impresa a scopo di lucro, per renderli più adeguati alle sfide e alle opportunità dei mercati del XXI secolo.

Dal gennaio 2016 l'Italia ha introdotto, primo Stato sovrano al mondo, le Società Benefit come forma giuridica d'impresa per consentire a imprenditori, manager, azionisti e investitori di proteggere la missione dell'azienda e distinguersi sul mercato rispetto a tutte le altre forme societarie in maniera virtuosa e innovativa.

Cambio Statuto Panino Giusto

Cambio statuto Panino Giusto

Società Benefit

Le società Benefit sono una nuova forma giuridica d'impresa introdotta nel 2016 in Italia. Le società Benefit inseriscono nel loro statuto, oltre agli obiettivi di profitto, una finalità di impatto positivo sulla società e sull'ambiente.

Il 30 settembre 2019 Panino Giusto è diventata una società Benefit integrando questi obiettivi nel proprio statuto giuridico:

«... La società, ai sensi della Legge 28 dicembre 2015 n. 208, commi 376-384, persegue finalità di beneficio comune operando in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed altri portatori di interesse. In particolare la società intende favorire:

- la promozione del "made in Italy" attraverso la selezione di materie prime e fornitori italiani e di qualità con attenzione all'utilizzo di colture biologiche e non intensive e il benessere degli animali;*
- la promozione del talento individuale delle persone, l'appoggio e l'implementazione di programmi dedicati alla diversità e inclusione con particolare focus al talento femminile e l'integrazione di persone con barriere all'occupazione;*
- il costante miglioramento del profilo di sostenibilità aziendale attraverso lo sviluppo di pratiche e processi di innovazione sostenibile...»*

Il Nostro Impegno

Il Nostro Impegno

Ci siamo impegnati in particolar modo su tre aree, attraverso dei progetti concreti:

Persone

Crediamo nelle persone e nei loro sogni. Ci impegniamo in progetti che valorizzano i talenti e la diversità.

Progetto “Fabbrica dei sogni”:

La Fabbrica dei Sogni è un percorso di apprendimento dedicato a giovani talenti di Panino Giusto che si sono distinti per entusiasmo, impegno e desiderio di crescita. L'obiettivo è far emergere il desiderio di imparare e voler crescere, per mettere a fuoco il proprio progetto di sviluppo personale e professionale, come condizione abilitante per l'ingaggio in un percorso reale di crescita. Negli anni, la Fabbrica dei Sogni si è modellata per supportare sempre più efficacemente la crescita delle persone e per offrire ai partecipanti stimoli sempre nuovi e in linea con i propri desideri di sviluppo. Siamo giunti alla sesta edizione, e fino ad ora sono stati coinvolti 120 ragazzi, di cui 15 hanno raggiunto il loro sogno.

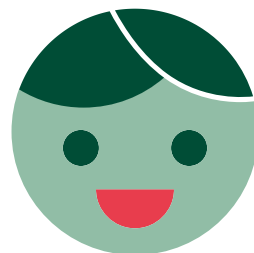
Progetto “Cucinare per ricominciare”:

È un progetto promosso da Panino Giusto che ha come obiettivo quello di offrire ai giovani migranti che hanno trovato rifugio nel nostro Paese, una reale possibilità di integrarsi attraverso il lavoro.

Giunto oramai alla sua quarta edizione il percorso prevede una formazione specifica e un tirocinio cui segue l'assunzione nel settore della ristorazione. Punto di forza del progetto è la sinergia tra competenze e talenti dell'impresa privata e organizzazioni no profit che mettono in condivisione il loro know-how specifico e le loro risorse per aiutare i giovani rifugiati a inserirsi nell'ambito lavorativo. Panino Giusto ha ottenuto il riconoscimento “Working for refugee integration” per l'anno 2018 da UHNCR per il rilevante impegno dimostrato nella promozione di programmi specifici per l'inserimento lavorativo dei rifugiati.

Progetto “Diversity& Inclusion”:

Crediamo che l'inclusione e la diversità siano un punto di forza per la nostra azienda. Per questo abbiamo creato e promosso dei percorsi formativi per i nostri ragazzi che abbiano a cuore la scoperta di come le differenze di genere, di cultura, di lingua, possano creare un impatto positivo sia nell'ambiente lavorativo sia in quello privato. L'obiettivo di questo percorso è quello di sostenere la crescita del talento individuale di ogni persona in azienda, valorizzando e integrando tra loro le diversità di origini, cultura, età, orientamento sessuale, capacità fisica. In particolare nel 2019 abbiamo ideato un percorso sul talento femminile grazie anche al supporto di professionisti esterni che hanno aiutato le partecipanti nel riconoscerlo e valorizzarlo, sul lavoro e nel privato, superando pregiudizi e stereotipi di genere.



Il Nostro Impegno

Ambiente

Diamo valore al rispetto della natura e all'importanza del territorio perché crediamo nel futuro del nostro Pianeta.

Energie 100% rinnovabili:

Abbiamo scelto l'energia 100% Green. Questo significa che tutti i nostri locali sono alimentati da energie rinnovabili, fonti inesauribili in grado di rigenerarsi senza alcun impatto negativo sull'ambiente. Ma non solo l'energia, anche la scelta dei materiali di imballaggio nei nostri locali è importante. Per questo, alla plastica preferiamo il vetro, che ha un minore impatto ambientale.

Pack biodegradabili e riciclabili:

Da sempre siamo in prima linea per la lotta allo spreco, espressa in particolar modo dalla nostra scelta di fare solo panini al momento. Inoltre, per ridurre l'impatto ambientale utilizziamo un packaging per l'asporto al 90% biodegradabile e riciclabile e all'interno dei nostri locali utilizziamo solo bottiglie di vetro, anche per l'acqua.

Codice etico con i nostri fornitori:

Privilegiamo l'utilizzo di materie prime italiane di filiera e tracciabili, di piccoli produttori locali. Coinvolgiamo i nostri fornitori in un processo di selezione di prodotti che ci assicurino il massimo della qualità e una filiera di produzione tutelata e controllata. Incentiviamo e sosteniamo il consumo di prodotti biologici e di prodotti stagionali.



Il Nostro Impegno

Panino Italiano

Consideriamo il Panino Italiano espressione unica di Territorio, Maestria e Creatività italiana. Per questo sosteniamo la Fondazione Accademia Panino Italiano.

Qualità materie prime:

Da quando siamo nati abbiamo sempre ricercato la qualità delle materie prime, selezionate accuratamente da aziende artigianali del territorio. Per questo abbiamo ottenuto anche la certificazione ISO 9001.

Maestro del Panino:

Il Maestro del Panino è una figura professionale che nasce con noi e con esso la voglia di far vivere ai nostri clienti un'esperienza ogni volta unica. I nostri Maestri si ispirano a tre valori fondamentali: Maestria, Rigore, Passione. La formazione dei Maestri del Panino avviene all'Accademia del Panino Italiano, un luogo di conoscenza e approfondimento dove il "sapere" incontra il "saper fare" e l'arte della preparazione si affina in tutti i suoi dettagli.

Panini certificati:

Come Panino Giusto abbiamo certificato presso l'Accademia del Panino Italiano 3 panini che abbiamo creato e ideato: Siciliano, Intenso, Inedito Lombardo. Queste 3 ricette rispettano i valori dell'autentico Panino Italiano.



Valutazione di Impatto

—
2019

Valutazione di Impatto 2019

Valutazione di impatto 2019

Il processo di certificazione di Panino Giusto è iniziato a giugno 2018 e si è concluso a gennaio 2020 con un punteggio di 87,1, superando la soglia di 80/200 che permette l'ingresso nel mondo delle B Corp.

L'assessment ha coinvolto tutte le sedi dirette di Panino Giusto in Italia e all'estero e la certificazione conseguita rimane valida per i prossimi tre anni, al seguito dei quali occorre sottoporsi nuovamente al processo di valutazione.

Le aziende certificate devono pubblicare ogni anno un bilancio di trasparenza nel quale specificano le azioni intraprese e i risultati raggiunti per il conseguimento degli obiettivi dichiarati.

Roberta Pontrelli, CFO Panino Giusto Italia e Impact manager del progetto B Corp dichiara:

“Abbiamo raggiunto in meno di un anno il punteggio indispensabile alla certificazione (80) e lo abbiamo superato, siamo infatti oggi a 87,1 punti, ricavati da un assessment composto da **4 macro-aree: governance, persone, community, ambiente.**

Ci ha aiutato avere già nel nostro DNA la vocazione B Corp, dalla lotta allo spreco espressa dalla scelta di fare panini solo al momento, alle pratiche formative e inclusive per i lavoratori sottoccupati come i giovani migranti, fino al grande spazio occupato dalle donne in azienda (80% store manager).

Il cambio di governance è stata la prima grande spinta ad agire, poiché ora la nostra mission sarà protetta dai titolari dell'azienda e dal nuovo statuto di Società Benefit da loro messo a punto.

Il punteggio a oggi totalizzato è riferito a molti ambiti, cominciando dalle persone: smart working e programmi dedicati all'empowerment femminile, ma con persone intendiamo anche i clienti pertanto è nei nostri prossimi obiettivi istruire i nostri store manager con corsi di disostruzione delle vie aeree, un incidente che può essere fatale e può accadere in ogni luogo della ristorazione, così come man mano installeremo defibrillatori nei nostri locali, a beneficio della clientela e delle persone nelle vicinanze.

Riferendoci alla community abbiamo avviato delle survey con i nostri collaboratori esterni e un codice condotta per i nostri fornitori, perchè con le nostre scelte possiamo influire sulle loro.

In campo ambientale stiamo implementando la scelta bio, la politica di acquisti locali (entro gli 80 km), il monitoraggio del consumo delle acque ed usiamo già un tipo di energia 100% rinnovabile, per la quale ci riforniamo presso una **B Corp**, rendendo sempre più virtuoso il circuito. Per quanto riguarda la plastica abbiamo già scelto la bottiglia di vetro a rendere in tutti i nostri locali, che diventano plastic free.

Il progetto ci entusiasma per la consapevolezza che genera in tutti noi dipendenti di poter essere parte del cambiamento, applicando le regole che ci hanno dato e praticandole, anche a carattere personale. Coinvolgeremo i clienti rendendoli parte degli obiettivi raggiunti con review triennali e permettendo loro, attraverso la realtà aumentata, di scoprire nei locali che cosa si cela dietro ogni nostro panino, scannerizzando i simboli di questo nostro percorso presenti nei menu e alle pareti, che rivelano la nostra realtà attraverso video e grafiche.”

Obiettivi & Kpi di Monitoraggio

2020

Obiettivi 2020 & Kpi Di Monitoraggio

L'**emergenza sanitaria** che stiamo tutti vivendo a causa del **Covid19** ci ha costretti a rivedere e immaginare nuovi obiettivi ed azioni legati principalmente al bene comune, alla solidarietà e alla vicinanza con la comunità locale.

Per questo motivo abbiamo avviato innanzitutto una serie di attività, nel momento dell'emergenza, che elenchiamo qui di seguito:

01 - Come prima B Corp della ristorazione italiana ci siamo sentiti in dovere di dare un segnale di presenza e supporto alla nostra città di Milano.

Per rimanere a fianco dei cittadini, presi dal panico nei primi giorni della diffusione del virus, abbiamo creato una associazione di aziende, a carattere temporaneo, che rappresenta circa 1.000 attività della ristorazione per un totale di 10.000 lavoratori sul territorio, chiamata Unione dei Brand della Ristorazione Italiana.

02 - Con l'Unione dei Brand della Ristorazione abbiamo devoluto un sostegno economico a favore di Croce Rossa, Anpas e Ospedale Sacco, per un totale di 100.000 euro.

03 - Per garantire la sicurezza dei nostri collaboratori ci siamo assunti la responsabilità di chiudere tutti i nostri locali prima che entrasse in vigore il Decreto Regionale Lombardia relativo alle chiusure delle attività di ristorazione.

04 - Tramite un'operazione con Croce Rossa Milano siamo riusciti a distribuire tutta la merce dei nostri locali, che sarebbe andata persa, ad associazioni che si prendono cura dei più emarginati e ad operatori dell'Ospedale Sacco di Milano.

05 - Ci siamo sentiti in dovere di stare al fianco dei nostri collaboratori anche attraverso la creazione di un percorso formativo dedicato, svolto in streaming, e ai nostri clienti, attraverso una comunicazione social semplice ma che potesse portare un po' di allegria e di sostegno alla community.

Di seguito invece riportiamo obiettivi e KPI
che verranno sostenuti durante il corso dell'anno 2020.

A. GOVERNANCE

01.

**Implementazione KPI relativi
alle performance sociali o
ambientali nella governace**

KPI: 20%

02.

**Trasparenza delle informazioni
finanziarie**

KPI: incontri trimestrali
con prima linea

03.

**Relazione sostenibilità al Cda da
parte dell'Impact Manager**

KPI: incontri annuale
con tutto il Cda

B. DIPENDENTI

01.

**Sviluppo professionale e processo
di valutazione dei lavoratori:
introduzione dell'appraisal, un
processo formale di feedback
semestrale sia per il back che per
il front office**

KPI: appraisal semestrale per i lavoratori
dell'azienda al 60%

02.

**Politiche e pratiche legate allo
sviluppo professionale: introduzione
dell'induction, un processo formale
di formazione iniziale dei nuovi
lavoratori, e di piani formativi per
consentire una formazione continua
sulle responsabilità lavorative di
base dei lavoratori**

KPI: Induction e piani formativi per
i lavoratori dell'azienda nella misura
del 60%



Di seguito invece riportiamo obiettivi e KPI
che verranno sostenuti durante il corso dell'anno 2020.

03.

**Maggior accessibilità dei
lavoratori allo smartworking
rispetto agli anni precedenti**

KPI: accessibilità dei lavoratori e del
back-office allo smartworking nella
misura del 50%

04.

**Formazione a tutti i lavoratori
sul tema dell'Inclusion e
Diversity al fine di creare un
ambiente di lavoro equo ed
inclusivo.**

KPI: workshop e materiale di
e-learning sull'argomento del 10%
superiore a quelli del 2019

05.

**Formazione ai dipendenti
riguardo la mission sociale e
ambientale con l'obiettivo di
sensibilizzare e improntare una
cultura nuova all'azienda**

KPI: inserimento su Docebo di moduli
e video relativi alla sostenibilità, test,
newsletter aziendali

06.

**Implementazione MBO dei
manager legati alla sostenibilità**

KPI: inserire 1 obiettivo legato ad
attività di sostenibilità nell'MBO dei
manager



Di seguito invece riportiamo obiettivi e KPI
che verranno sostenuti durante il corso dell'anno 2020.

C. COMUNITÀ

01.

Incremento in % di fornitori prodotti/servizi più sostenibili

KPI: 20% ingaggio fornitori a basso consumo e controllo ambiente - utilizzo assessment con raccolta dati

02.

Green Policy per acquisti

KPI: 20% packaging, materiale di consumo e pulizia

03.

Controllo dei fornitori per raccolta di informazioni in ottica di sostenibilità ambiente, sistema e persone

KPI: survey al 100% fornitori

04.

Creazione di un Codice Condotta con i fornitori

KPI: applicazione a 100% dei fornitori, pena recesso contratto

05.

Implementazione questionario conflitti di interessi per i fornitori

KPI: 100% raccolta dati fornitori attraverso assessment

06.

Essere un esempio virtuoso per la comunità diventando un punto di attrattiva di talenti e giovani

KPI: creazione di un HASTAG sulle persone di Panino Giusto (Giusto People), valorizzazione della maggior parte dei nostri dipendenti raccontando storie su di loro sui canali web di Panino Giusto



Di seguito invece riportiamo obiettivi e KPI
che verranno sostenuti durante il corso dell'anno 2020.

07.

**Aprire sempre di più al dialogo
con i nostri clienti
per la definizione di prodotti
e servizi, per sostenere e
appoggiare i bisogni della
nostra comunità**

KPI: campagne specifiche, newsletter,
focus group, survey, NPS digitale

08.

**Panino Giusto come
rappresentante del mondo
sportivo, salute e benessere**

KPI per il 2020 sostegno alla salute:
sostegno alla ricerca di cure del diabete
infantile attraverso sponsorizzazione
di un panino durante il mese del
diabete, possibilità ai clienti di
prendere visione del menu con valori
nutrizionali, supporto iniziative del
mese sui social/sito

09.

**Supportare, sostenere e
valorizzare attività della
Fondazione Accademia del
Panino Italiano per contribuire
allo sviluppo economico e sociale
del territorio**

KPI: comunicazione e valorizzazione
delle attività dell'Accademia attraverso
tutti i nostri canali instore e web

10.

**Sostenere e valorizzare le piccole
imprese locali dopo il coronavirus
con prodotti a KM 0**

KPI: storytelling ad hoc sulla
territorialità dei prodotti



Di seguito invece riportiamo obiettivi e KPI
che verranno sostenuti durante il corso dell'anno 2020.

11.

**Sensibilizzare clienti e fornitori
sull'essere diventati una B Corp
e che benefici questo porta**

KPI: Pubblicazione sul sito del risultato
della certificazione B Corp, newsletter
ad hoc, campagne di comunicazione,
storytelling instore

D. AMBIENTE

—

01.

**Monitoraggio consumi
ed emissioni:**

KPI: survey con i nostri fornitori per
capire stato attuale + monitoraggio del
nostro servizio delivery che viene fatto
con provider che utilizzano impatto 0

02.

Aggiungere defibrillatori

KPI: 1 defibrillatore sul locale Liberty

03.

**Installazione contatore
dell'acqua sui locali**

KPI: su 5 locali di Milano installeremo
i contatori per monitorare il consumo
dell'acqua



Di seguito invece riportiamo obiettivi e KPI
che verranno sostenuti durante il corso dell'anno 2020.

04.

Ridurre il consumo di Gas

KPI: su 6 locali di Milano toglieremo
il contatore gas in 3 locali (50%)

05.

Ridurre consumo Luce

KPI: campagna di sensibilizzazione
del personale per ridurre gli sprechi;
nel locale in Cordusio installazione di
meccanismi che ottimizzano il consumo
della luce

06.

**Logistica a minor impatto
ambientale**

KPI: survey con i fornitori per verifica
stato attuale

07.

**Corsi di disostruzione sia per i
dipendenti che aperti al pubblico**

KPI: 5%



Dichiarazione di interdipendenza delle B Corp

La nostra visione è un'economia globale che usa il business come forza positiva. Questa economia comprende una nuova forma di azienda - la B Corporation - che ha uno scopo più alto e che crea benefici per tutti i portatori di interesse, non solo per gli azionisti.

Come B Corporation e leader di questa economia nuova emergente, crediamo che: dobbiamo essere il cambiamento che vogliamo vedere nel mondo;



che tutte le aziende dovrebbero essere gestite in modo da creare benessere per le persone e per il pianeta;
che le aziende attraverso i propri prodotti, servizi, pratiche e profitti dovrebbero ambire a non causare danni, e a creare un beneficio per tutti; per fare questo dobbiamo agire avendo compreso che siamo tutti dipendenti gli uni dagli altri e perciò responsabili gli uni verso gli altri e verso le generazioni future.



**Un gusto
più giusto.**

Danino Gusto