

Ada Vending S.r.l.

Bilancio di Sostenibilità 2024

Indice

- Lettera agli Stakeholder 1
- Nota metodologica..... 2
- 1. Chi Siamo 3
 - 1.1. Radici solide, visione lungimirante 4
- 2. Analisi di materialità..... 9
 - 2.1. Il processo di determinazione dei temi materiali 10
 - 2.2. Il percorso di sostenibilità e gli SDGs..... 12
- 3. Responsabilità Etica..... 14
 - 3.1. La struttura di governance e il valore generato e distribuito 15
 - 3.2. La catena di fornitura..... 17
 - 3.3. La centralità del servizio al cliente..... 18
- 4. Responsabilità sociale 20
 - 4.1. Le persone in Ada Vending..... 21
 - 4.2. Salute, sicurezza e formazione dei lavoratori 23
- 5. Responsabilità ambientale 25
 - 5.1. Utilizzo delle risorse ed economia circolare..... 26
 - 5.2. Consumi energetici ed emissioni 29
- Indice dei contenuti GRI..... 32

Lettera agli Stakeholder

GRI 2-22

Cari Stakeholder,

è con grande soddisfazione che vi presentiamo il primo Bilancio di Sostenibilità di Ada Vending S.r.l., un documento che rappresenta per noi un punto di partenza, ma al tempo stesso un traguardo importante nel percorso di trasparenza, responsabilità e innovazione che da sempre guida le nostre scelte.

Nel corso del 2024 abbiamo voluto mettere nero su bianco il nostro impegno verso un modello di sviluppo sostenibile, capace di coniugare crescita economica, rispetto per l'ambiente e centralità delle persone. Questo bilancio, redatto su base volontaria secondo gli standard GRI, racconta in modo strutturato come intendiamo generare valore nel tempo per tutti i nostri interlocutori: clienti, dipendenti, fornitori, comunità locali e istituzioni.

Siamo un'azienda con radici solide e una storia che affonda nel 1973, ma con una visione sempre rivolta al futuro. L'esperienza maturata nel settore della distribuzione automatica ci ha insegnato che la qualità del servizio non può prescindere da un'attenzione concreta agli impatti ambientali, alla sicurezza alimentare, alla valorizzazione delle persone e all'efficienza tecnologica. In questi anni abbiamo saputo costruire relazioni di valore con altre imprese del nostro settore, promuovendo sinergie e collaborazioni orientate all'innovazione, alla qualità del servizio e al miglioramento continuo. Allo stesso tempo, investiamo costantemente in tecnologie che rendano i nostri distributori sempre più intuitivi, accessibili e vicini alle nuove abitudini di consumo dei nostri clienti.

Sappiamo che la sostenibilità non è un punto di arrivo, ma un processo continuo, che richiede ascolto, trasparenza e capacità di innovare. Per questo ci impegniamo fin d'ora a rendicontare ogni anno i nostri progressi, mantenendo un dialogo aperto e costruttivo con tutti voi.

A nome di tutto il Consiglio di Amministrazione, desidero ringraziarvi per la fiducia e il supporto dimostrati. Continueremo a lavorare ogni giorno per essere all'altezza delle vostre aspettative e per costruire, insieme, un futuro più responsabile, inclusivo e sostenibile.

Con stima,



Matteo Amoruso

Amministratore Delegato

Ada Vending S.r.l.

Nota metodologica

GRI 2-1, 2-2, 2-3

Il Bilancio di sostenibilità di **Ada Vending S.r.l.** (di seguito anche “Ada Vending”, la “Società”, o “l’Azienda”) è stato redatto in forma **volontaria** al fine di fornire agli Stakeholder una visione della gestione degli impatti materiali generati nei confronti dell’economia, dell’ambiente e delle persone nel contesto in cui opera.

Il presente documento è stato realizzato seguendo l’approccio “**with reference to**” dei **GRI Sustainability Reporting Standards** definiti dal **Global Reporting Initiative**. In appendice al documento è riportato il **GRI Content Index**, che fornisce una sintesi degli standard considerati nella strutturazione dei capitoli, facilitando l’interpretazione dei dati e delle informazioni qualitative da parte degli stakeholder.

L’analisi delle **tematiche materiali** di Ada Vending e il processo di **identificazione, valutazione e prioritizzazione** di tali temi, è stato descritto nel **Capitolo 2** in conformità ai requisiti dei **GRI Standard**.

Il perimetro di rendicontazione del documento si riferisce alla sola Ada Vending S.r.l. per l’**esercizio 2024**, dal 1° gennaio al 31 dicembre, e trattandosi del primo bilancio realizzato da Ada Vending non sono presenti dati e raffronti relativi agli anni precedenti. In caso di ricorso a stime numeriche, ciò è stato segnalato tramite commenti all’interno dei paragrafi di riferimento.

Dopo l’approvazione da parte dell’organo amministrativo, il Bilancio di Sostenibilità verrà pubblicato sul sito aziendale, in modo da essere consultabile per tutti gli stakeholder.

Per maggiori informazioni in merito, è possibile rivolgersi al seguente indirizzo e-mail: amministrazione@adavending.it

1. Chi Siamo



1.1. Radici solide, visione lungimirante

GRI 2-6

Un'eccellenza che cresce con il territorio

Ada Vending è un'azienda storica con sede a **Olgiate Olona (VA)**, attiva nella gestione di servizi di ristoro tramite distributori automatici. Con oltre cinquant'anni di esperienza, opera principalmente sul territorio lombardo, fornendo soluzioni personalizzate a una clientela diversificata che include aziende, uffici, ospedali, scuole, università e centri sportivi.

L'offerta di Ada Vending si contraddistingue per l'elevata **qualità del servizio**, la **cura nella selezione dei prodotti** e l'adozione di **tecnologie innovative**. Il team, composto da professionisti altamente specializzati, garantisce un'assistenza puntuale e un monitoraggio costante dei distributori installati.

Ada Vending si propone di ripensare il concetto di ristoro automatico, integrando qualità, innovazione e sostenibilità. L'Azienda punta ad offrire soluzioni di ristoro che migliorino l'esperienza delle persone e, allo stesso tempo, riducano l'impatto ambientale lungo tutta la catena del valore. Attraverso un approccio orientato alla responsabilità sociale e alla tutela delle risorse, Ada Vending intende contribuire attivamente alla costruzione di un modello di sviluppo più equilibrato e rispettoso dell'ambiente.

La *mission* dell'azienda è garantire un servizio **affidabile, efficiente e personalizzato**, basato su valori di trasparenza, innovazione e sostenibilità. Ada Vending si impegna a costruire relazioni solide e durature con clienti e fornitori, promuovendo una gestione responsabile delle risorse e un miglioramento continuo delle proprie performance **ESG** (ambientali, sociali e di governance).

Ada Vending affonda le proprie origini nel 1973, quando un gruppo di dirigenti provenienti da Faema – storica azienda produttrice di macchine da caffè – intuì le **potenzialità del nascente settore della distribuzione automatica**. L'attività prese avvio a Milano, per poi trasferirsi prima a Busto Arsizio e infine, nel 1999, stabilirsi a Olgiate Olona (VA), sede operativa attuale.

Nel 2013, il rebranding in **Ada Vending** ha segnato una tappa strategica nel percorso aziendale, rafforzando l'identità del marchio e consolidando la sua presenza nel mercato del vending, in un'ottica di crescita sostenibile e innovazione continua.

Nel 2019, nell'ambito di una strategia di **sviluppo e diversificazione del business**, Ada Vending dà vita a **Greatfood Ciboulette**, una società specializzata nel **catering per il settore aereo, ferroviario e per eventi**. L'iniziativa rappresenta una tappa significativa nel percorso di crescita dell'azienda, segnando l'ingresso in un comparto complementare ma distinto rispetto al core business della distribuzione automatica.

Con la creazione di Greatfood, Ada Vending avvia un processo di **integrazione verticale** volto a presidiare direttamente le fasi legate alla preparazione alimentare, garantendo **maggiore**

controllo sulla qualità e capacità produttiva personalizzata. Al tempo stesso, questa scelta consente di **ampliare il perimetro operativo dell'azienda**, rafforzandone la **resilienza strategica** e aprendo nuove opportunità in ambiti adiacenti al vending.

In tale percorso di crescita e innovazione, l'Azienda ha aderito al **Consorzio Coven**, un'importante rete di aziende operanti nel settore della distribuzione automatica. Questo consorzio nasce con l'obiettivo di garantire standard elevati di qualità del servizio, efficienza operativa e innovazione tecnologica. L'adesione a Coven consente a Ada Vending di beneficiare di sinergie con altre realtà del settore, di accedere a soluzioni avanzate e di contribuire attivamente alla diffusione di un modello di vending più etico ed ecologico.

Negli anni, Ada Vending ha sempre mantenuto il suo carattere dinamico e orientato all'innovazione, introducendo **soluzioni tecnologiche avanzate**, migliorando la qualità del servizio e investendo in iniziative di **sostenibilità ambientale e sociale**.

Prodotti e servizi per un'esperienza di ristoro completa

Nel corso degli anni, Ada Vending ha sviluppato una proposta articolata e flessibile, capace di rispondere alle esigenze più diverse in ambito di **distribuzione automatica**. L'offerta spazia dai tradizionali distributori di **bevande** a soluzioni innovative per la somministrazione di **snack, alimenti freschi, prodotti salutari e dispositivi di protezione individuale (DPI)**. Ogni installazione è progettata per integrarsi armoniosamente negli spazi e per offrire un servizio efficiente, sicuro e facilmente accessibile.

I distributori sono forniti in comodato d'uso gratuito e gestiti in modo completo, assicurando la piena operatività del servizio. Le macchine installate sono distributori automatici di ultima generazione, progettati per garantire un'esperienza d'uso moderna e intuitiva: sono dotati di **sistemi di pagamento elettronico, interfacce touch** e funzionalità per l'**ottimizzazione energetica**, che li rendono al tempo stesso accessibili, versatili e a ridotto impatto ambientale. Tutte le attività di gestione sono svolte nel rispetto delle normative igienico-sanitarie e del sistema HACCP, garantendo elevati standard qualitativi. L'offerta alimentare di Ada Vending si distingue per varietà e attenzione alla qualità dei prodotti:

- **Bevande calde e fredde:** caffè, tè, cioccolata, succhi, bibite e energy drink;
- **Snack confezionati:** dolci e salati, selezionati tra i principali marchi del settore;
- **Prodotti freschi:** panini farciti, tramezzini, croissant, muffin e pasticceria prodotta quotidianamente nel laboratorio di Greatfood;
- **“Cassetto della Salute”:** alimenti **bio, senza glutine, senza lattosio, vegani, ipocalorici** ed **equo-solidali**, pensati per chi ricerca un'alimentazione più **sana e sostenibile**.

A completare l'offerta, Ada Vending garantisce una gamma di servizi orientati alla qualità e all'efficienza:

- **Installazione e gestione completa dei distributori** in comodato d'uso;
- **Rifornimento giornaliero e pulizia periodica**, nel rispetto delle norme igienico-sanitarie;
- **Manutenzione tecnica e assistenza rapida** tramite personale specializzato e call center dedicato;
- **Consulenza personalizzata** per l'individuazione delle soluzioni più adatte in base al contesto;
- **Sistemi automatici per la distribuzione di DPI**, utensileria e cancelleria: accesso immediato ai prodotti, **monitoraggio dei consumi**, gestione delle scorte e tracciabilità.

Grazie a una **struttura organizzativa snella** e a un **team di oltre 50 collaboratori**, Ada Vending assicura **prossimità al cliente, interventi tempestivi**, e una gestione efficiente e responsabile delle risorse. Questo approccio consente all'Azienda di consolidare relazioni di fiducia durature, basate su qualità, affidabilità e attenzione alle esigenze di ogni realtà servita.

Una rete integrata per generare valore

La **catena del valore di Ada Vending** si struttura attraverso il contributo sinergico di **diversi attori strategici**, ognuno dei quali riveste un ruolo chiave all'interno del processo. Queste figure collaborano in modo coordinato per garantire l'erogazione di un servizio efficiente, personalizzato e di elevata qualità, rispondendo alle aspettative dei clienti finali e agli obiettivi di sostenibilità dell'azienda. L'articolazione della catena del valore comprende:

- **Approvvigionamento di materiali:**

- **Fornitori di materie prime:** I fornitori di snack, caffè, bibite e altre consumabili costituiscono uno degli attori principali nella catena del valore di Ada Vending. L'Azienda seleziona fornitori che garantiscono **prodotti di alta qualità**, compatibili con le **preferenze e le richieste dei clienti**. Questi fornitori sono fondamentali per assicurare la varietà e la freschezza degli articoli distribuiti attraverso i distributori automatici. Inoltre l'adesione al consorzio Coven consente di **raggiungere economie di scala, migliorare le condizioni di fornitura** e accedere a **soluzioni tecnologiche condivise**, rafforzando così l'efficienza dell'approvvigionamento e la competitività dell'intera filiera.
- **Fornitori di distributori automatici:** La Società acquista i distributori da **aziende specializzate** nella produzione e distribuzione di macchine vending. Tali fornitori sono responsabili per la **qualità**, la **funzionalità** e l'**affidabilità** dei dispositivi, garantendo che i distributori siano dotati delle tecnologie necessarie per offrire un servizio efficiente ai consumatori, come la gestione elettronica dei pagamenti e il monitoraggio remoto delle scorte.



- **Coordinamento e gestione delle attività per l'offerta del servizio:**

Come attore centrale della catena del valore, **Ada Vending** si occupa di coordinare tutte le operazioni, dalla **scelta del distributore** più idoneo, alla **logistica e manutenzione** dei distributori. L'azienda è responsabile della scelta delle location più idonee per **l'installazione**, dell'approvvigionamento dei prodotti e della gestione delle relazioni con i clienti. La sua funzione è quella di integrare le risorse e le competenze degli altri attori della catena, assicurando che i distributori funzionino in modo efficiente e che il servizio offerto sia di alta qualità.

- **Gestione diretta della logistica e degli incassi**

All'interno della propria catena del valore, **Ada Vending gestisce internamente le attività di rifornimento dei distributori automatici**, garantendo un servizio puntuale ed efficiente. Le operazioni includono la ricarica dei prodotti, il monitoraggio delle scorte e la sostituzione tempestiva degli articoli, con l'obiettivo di evitare interruzioni del servizio e assicurare la freschezza dell'offerta. Parallelamente, l'azienda si occupa anche del **ritiro degli incassi**, della loro **contabilizzazione** e della gestione degli **adempimenti fiscali previsti dal settore**, assicurando trasparenza e conformità normativa. Questa gestione diretta consente ad Ada Vending di **controllare l'intero processo distributivo**, migliorando l'efficienza operativa, la tracciabilità e la qualità complessiva del servizio offerto.

- **Erogazione del servizio**

Clienti finali: Rappresentano un attore cruciale nella catena del valore, i quali utilizzano i distributori automatici. La loro esperienza diretta con i distributori influisce sulla reputazione e sul successo del servizio. Ada Vending monitora costantemente i **feedback** dei consumatori per adattare l'offerta e migliorare continuamente la **qualità del servizio**.

- **Assistenza e manutenzione**

Servizio clienti e supporto: Ada Vending gestisce internamente l'intero processo di **assistenza tecnica** e **customer care**, grazie a un team qualificato di **tecnici** e **operatori specializzati**. Questo gruppo garantisce la **manutenzione ordinaria e straordinaria** dei distributori automatici, intervenendo con prontezza in caso di guasti e curando l'aggiornamento delle apparecchiature. Parallelamente, il **servizio clienti** assicura **supporto tempestivo** e **personalizzato**, contribuendo a un'**esperienza d'uso** soddisfacente e rafforzando il **rapporto di fiducia** con la clientela. L'**efficienza** e la **professionalità** di questi reparti sono centrali per la **qualità del servizio offerto** e per la **continuità operativa** delle macchine.

L'azienda opera attraverso una **catena del valore integrata**, in cui ogni attore, grazie alle proprie **competenze specialistiche**, contribuisce in modo sinergico al raggiungimento di elevati standard di **qualità, affidabilità** e **sostenibilità ambientale**. Dai **fornitori qualificati** ai team interni, ciascun soggetto apporta il proprio valore specifico, assicurando un servizio efficiente, responsabile e orientato al miglioramento continuo.

2. Analisi di materialità



2.1. Il processo di determinazione dei temi materiali

GRI 3-1, 3-2

Il concetto di materialità

Ada Vending ha svolto l'analisi di materialità singola, focalizzandosi sulla **materialità d'impatto**, ovvero ha sugli effetti delle proprie attività sulle persone e sull'ambiente. Questo approccio permette di individuare gli aspetti ESG (*Environmental, Social, Governance*) più significativi per gli **stakeholder** e di orientare la definizione delle **strategie aziendali**.

L'analisi di materialità si è articolata in più fasi, con l'obiettivo di individuare e valutare gli impatti di sostenibilità più rilevanti, al fine di ottenere una **lista delle tematiche prioritarie** per guidare la rendicontazione di sostenibilità e le future azioni aziendali.

Comprendere il contesto dell'organizzazione è stato il primo passo per avviare il percorso di analisi della sostenibilità. In questa fase, l'azienda ha esaminato attentamente i **trend e le best practices di settore** relative al mondo del vending e della distribuzione automatica di alimenti. Allo stesso tempo attraverso il coinvolgimento di una rappresentanza degli *stakeholder* interni di Ada Vending sono state raccolte e integrate le considerazioni rispetto ai temi ambientali, sociali e di governance (**ESG**). Sulla base di tali elementi sono stati poi individuati gli impatti rilevanti per l'azienda. A partire da questo inquadramento, si è passati alla **identificazione e valutazione degli impatti ESG**. Gli impatti rilevati sono stati discussi e validati all'interno del **Gruppo di lavoro ESG**, con l'obiettivo di assicurare un coinvolgimento diretto e trasversale delle competenze aziendali. L'analisi ha portato all'individuazione di **19 impatti preliminari**.

Per ciascun impatto sono state valutate due variabili fondamentali:

- **Rilevanza** — in base a entità, portata e difficoltà di mitigazione;
- **Probabilità** di manifestazione.

Sulla base di questi parametri è stata condotta una classificazione che ha distinto gli **impatti materiali** da quelli **non materiali**, applicando una soglia di materialità. Questo processo ha portato all'individuazione di **13 impatti materiali**, distinti in:

- **6 ambientali;**
- **4 sociali;**
- **3 di governance.**

Infine, nella terza fase, si è proceduto con la **prioritizzazione** degli impatti materiali, **raggruppandoli in 11 temi ESG** coerenti con la strategia aziendale e collegandoli agli Standard GRI di riferimento. Ogni tema materiale sarà oggetto di rendicontazione secondo i relativi GRI, con un focus specifico sulla gestione dei temi materiali. L'analisi di materialità ha permesso di individuare le priorità strategiche di Ada Vending in ambito ESG. I temi materiali emersi guideranno le future azioni dell'azienda, garantendo un'integrazione efficace della sostenibilità nelle decisioni operative e strategiche.

Tabella 1: Elenco dei temi materiali ordinati per priorità

Area	Tema	Descrizione impatto	Positivo/ negativo	Potenziale / effettivo
E	Approvvigionamento e utilizzo di materie prime	Uso efficiente delle risorse naturali attraverso iniziative innovative come il progetto Re-Hybrid	+	Effettivo
G	Gestione della catena di fornitura	Ottimizzazione degli approvvigionamenti tramite consorzi d'acquisto, favorendo economie di scala e costi ridotti	+	Effettivo
S	Attrazione e fidelizzazione dei dipendenti	Implementazione di politiche ed iniziative per attrarre e fidelizzare il personale attraverso coinvolgimento e sviluppo professionale	+	Effettivo
E	Gestione dei rifiuti	Adozione di pratiche avanzate per la gestione e il monitoraggio del ciclo di vita dei rifiuti	+	Effettivo
G	Soddisfazione del cliente	Miglioramento della soddisfazione del cliente grazie a prodotti di alta qualità e servizi di assistenza rapidi ed efficienti	+	Effettivo
S	Benessere dei lavoratori	Incremento del benessere lavorativo attraverso iniziative che supportano l'equilibrio tra vita lavorativa e personale	+	Effettivo
S	Salute e sicurezza dei lavoratori	Presenza della certificazione di conformità agli standard di qualità e sicurezza igienico-sanitaria del prodotto	+	Effettivo
E	Gestione dell'acqua	Sistema di gestione efficiente delle risorse idriche collegate alla rete idrica dei clienti e conseguente riduzione nell'utilizzo di bottiglie in PET	+	Effettivo
G	Sicurezza dei dati	Continuo aggiornamento per mantenere la conformità alle normative GDPR e garantire la protezione e la gestione corretta dei dati personali	+	Effettivo
E	Emissioni di GHG	Riduzione delle emissioni legate ad iniziative di miglioramento della logistica interna ed esterna	+	Effettivo
E	Emissioni di GHG	Produzione di emissioni dirette e indirette legate alle attività aziendali	-	Effettivo
E	Gestione dei rifiuti	Generazione di rifiuti elettronici che richiedono metodi di smaltimento specifici	-	Effettivo
S	Formazione dei dipendenti	Implementazione di programmi formativi diversificati per lo sviluppo delle competenze dei dipendenti	+	Effettivo

2.2. Il percorso di sostenibilità e gli SDGs

GRI 3-3, 2-22

In coerenza con i risultati dell'**Analisi di Materialità**, Ada Vending ha definito il proprio **Piano Strategico ESG**, articolato in tre **Pillar** fondamentali: **Governance**, **Ambiente** e **Sociale**. Il Piano rappresenta l'impegno dell'azienda a integrare sistematicamente i principi della sostenibilità all'interno delle proprie strategie operative e decisionali, ponendo l'accento su responsabilità, innovazione ed efficienza.

Pillar	Cluster	Iniziative principali	SDGs
G	Gestione dei rischi	Sistema integrato di gestione rischi ESG	
	Business responsabile	Definizione politiche ESG e formazione interna	
E	Gestione e riduzione delle emissioni	Logistica sostenibile, rinnovo macchine vending	
	Gestione e riduzione dei rifiuti	Raccolta differenziata, gestione rifiuti RAEE	
	Gestione e ottimizzazione delle risorse	Riduzione consumo bottiglie PET, gestione acqua	 
S	Benessere lavorativo e sviluppo professionale	Politiche di attrazione, formazione continua	
	Salute e sicurezza	Miglioramento standard di sicurezza alimentare e lavorativa	
	Soddisfazione dei clienti	Monitoraggio feedback e innovazione del servizio	

Il primo pilastro, Governance, si concentra sul rafforzamento dell'**etica aziendale** e sulla gestione responsabile dei rischi ambientali, sociali ed economici. Attraverso cluster come la **gestione dei rischi** e il **business responsabile**, Ada Vending si impegna a integrare le tematiche ESG nei processi organizzativi, definendo ruoli, responsabilità e politiche chiare. Parallelamente,

l'azienda punta a diffondere una **cultura della sostenibilità** tra i propri dipendenti, rendendoli protagonisti del cambiamento.

Il secondo pilastro, Ambiente, abbraccia l'obiettivo di ridurre gli impatti ambientali generati dalle attività operative. La strategia ambientale si articola in cluster specifici che riguardano la **gestione e riduzione delle emissioni**, la **gestione e riduzione dei rifiuti** e la **gestione e ottimizzazione delle risorse**. Le iniziative prevedono l'adozione di soluzioni tecnologiche innovative per ridurre le emissioni di gas serra, migliorare la gestione dei rifiuti – inclusi i rifiuti elettronici – e ottimizzare l'uso dell'acqua, riducendo il consumo di bottiglie in PET.

Il terzo pilastro, Sociale, mette al centro le persone e il loro benessere. L'impegno dell'azienda in quest'area si traduce in azioni concrete per migliorare il **benessere lavorativo** e favorire lo **sviluppo professionale** dei dipendenti, attraverso programmi di formazione continua e politiche di attrazione e fidelizzazione. Viene inoltre dedicata particolare attenzione alla **salute e sicurezza** sui luoghi di lavoro, garantendo ambienti sicuri e standard igienico-sanitari elevati. Infine, un cluster specifico è dedicato al monitoraggio della **soddisfazione dei clienti**, con l'obiettivo di migliorare costantemente la qualità dei servizi offerti. Questa struttura consente ad Ada Vending di agire in modo organico, affrontando le sfide ESG in maniera integrata e trasformandole in leve strategiche di crescita e innovazione sostenibile.

L'attuazione del **Piano Strategico ESG** di Ada Vending si fonda su un percorso **strutturato e flessibile**, capace di adattarsi alle dinamiche del contesto interno ed esterno. L'integrazione dei **criteri ESG** nei processi decisionali quotidiani rappresenta il primo passo, accompagnato dalla **definizione di obiettivi chiari, misurabili e condivisi**. Ogni funzione aziendale è chiamata a contribuire in modo attivo al raggiungimento di tali obiettivi, attraverso una responsabilizzazione diffusa. Il monitoraggio costante dei progressi, supportato da **indicatori di performance** aggiornati annualmente, assicurerà trasparenza e permetterà di orientare l'azienda verso un **miglioramento continuo**, facendo della sostenibilità un vero **motore di innovazione e competitività**.

Attraverso il proprio **Piano Strategico ESG**, Ada Vending si impegna a dare un contributo al raggiungimento degli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)** promossi dalle **Nazioni Unite**. Le iniziative intraprese si collegano direttamente a temi fondamentali come la salute e il benessere delle persone, la gestione responsabile delle risorse naturali, la riduzione delle emissioni e la promozione della governance etica. Con queste azioni, Ada Vending intende costruire un futuro più equo, resiliente e sostenibile, in cui crescita economica, rispetto per l'ambiente e valore per la società procedano di pari passo.

3. Responsabilità Etica



3.1. La struttura di governance e il valore generato e distribuito

GRI 2-6 2-26, 201-1

Ada Vending è un'impresa a **socio unico**, dotata di un **consiglio di amministrazione** composto da sei membri, di cui tre ricoprono la carica di amministratore delegato per la gestione delle aree amministrativa, commerciale e assistenza clienti, mentre un consigliere ha funzioni consultive in merito al coordinamento dei rifornimenti dei distributori e dei servizi di assistenza; i restanti due amministratori fondatori, infine, risultano attualmente inattivi. La struttura organizzativa include uffici amministrativi e operativi, un ufficio conteggi, magazzini per le scorte e le componenti di ricambio, un'officina e, infine, il reparto che gestisce gli interventi esterni. Coerentemente con le dimensioni aziendali, non sono presenti figure dirigenziali o quadri, ma esclusivamente **responsabili delle funzioni**. Ogni reparto operativo viene fornito di **specifici manuali interni**, così da calibrare le procedure di adesione alle politiche aziendali.

A conferma del proprio impegno verso una gestione trasparente, responsabile e conforme ai principi etici, Ada Vending ha adottato un sistema di **segnalazione interna (Whistleblowing)** volto a prevenire e contrastare eventuali comportamenti scorretti o illeciti all'interno dell'organizzazione. Questo strumento consente a dipendenti, collaboratori, fornitori e altri soggetti con rapporti professionali con l'azienda di segnalare, in modo **riservato e protetto**, situazioni che possano costituire violazioni di legge, frodi, condotte discriminatorie o irregolarità gestionali. La procedura adottata mira a tutelare i segnalanti e a garantire che ogni comunicazione sia trattata con attenzione e imparzialità, senza il rischio di ritorsioni o discriminazioni. Le segnalazioni possono essere effettuate attraverso **canali dedicati**, previsti dal sistema aziendale e accessibili tramite il portale interno, il cui **manuale operativo** è stato condiviso con tutto il personale.

La gestione delle segnalazioni è affidata a un soggetto esterno qualificato, selezionato per assicurare massima neutralità e competenza. Questo consente una valutazione indipendente delle situazioni segnalate, con la possibilità di attivare tempestivamente gli approfondimenti e le azioni correttive eventualmente necessarie. Il sistema di Whistleblowing rafforza così il quadro di buon governo e la cultura aziendale dell'integrità, contribuendo a creare un **ambiente di lavoro sicuro, equo e trasparente**, in linea con i principi di responsabilità che guidano l'azione di Ada Vending.

L'azienda persegue una **crescita sostenibile**, credendo in una visione che possa coniugare la **generazione di profitto** economico con l'attenzione alle **tematiche sociali**; in particolare, il benessere dei dipendenti viene ritenuto un fattore competitivo chiave dalla direzione aziendale. La strategia di crescita viene attuata tramite acquisizioni e diversificazione delle attività, pur mantenendo un elevato grado di sinergia tra i vari comparti: in tale progettualità si inserisce il lancio, nel 2019, di **GreatFood Ciboulette**, società specializzata nel catering aereo e ferroviario e dedicata all'organizzazione e allestimento di **catering e ristorazione per eventi privati**. L'obiettivo del management è portare la società ad acquisire una posizione di prestigio e raggiungere un **ruolo di riferimento** nel settore, caratterizzato da un mercato molto

concentrato che vede la maggior parte del valore creato nelle mani di pochi player di grandi dimensioni.

Ada Vending crede in un modo di fare impresa che sappia generare valore non solo economico, ma anche sociale. Per questo motivo, l'azienda monitora con attenzione come viene creato e distribuito il valore economico nel corso dell'anno, cercando di garantire un equilibrio tra crescita aziendale, benessere delle persone e sviluppo del territorio.

Nel 2024 l'azienda ha generato un valore economico complessivo di oltre **8,1 milioni di euro**, confermando la solidità raggiunta negli ultimi anni. Una parte importante di questo valore – oltre **5,3 milioni di euro** – è stata redistribuita verso l'esterno, sotto forma di pagamenti a fornitori, salari per i dipendenti e altri impegni economici. In particolare, il **costo del lavoro** rappresenta uno degli investimenti più rilevanti: i salari versati ai collaboratori hanno superato i **2,6 milioni di euro**, a testimonianza dell'impegno costante nel riconoscere il contributo di chi ogni giorno permette all'azienda di funzionare. Anche la spesa verso i fornitori è cresciuta, in linea con l'ampliamento e il miglioramento dei servizi offerti. La parte di valore **trattenuta dall'azienda**, pari a circa **2,8 milioni di euro**, rappresenta invece la quota destinata a sostenere la continuità dell'impresa: risorse che serviranno per investire, innovare e affrontare con maggiore solidità le sfide future. In questo modo, Ada Vending conferma il proprio impegno a costruire una crescita che sia **sostenibile, responsabile e condivisa** con tutti gli attori che ne fanno parte.

Il valore generato, distribuito e trattenuto:

Valore economico direttamente generato e distribuito (EVG&D)		al 31.12.2023	al 31.12.2024
Valore economico direttamente generato	Ricavi netti delle vendite	8.127.993	8.120.670
Totale Valore Economico direttamente generato		8.127.993	8.120.670
Valore economico distribuito	Valore distribuito ai fornitori di merci e servizi (spese verso fornitori)	2.343.743	2.551.264
	Valore distribuito ai dipendenti (salari)	2.638.024	2.675.838
	Altro (es, pagamenti a fornitori di capitale, pagamenti alla Pubblica Amministrazione)	102.843	81.785
Totale Valore Economico direttamente distribuito		5.084.610	5.308.887
Valore economico trattenuto		3.043.383	2.811.782

3.2. La catena di fornitura

GRI 2-28, 3-3, 204-1

La catena di fornitura rappresenta un elemento strategico per Ada Vending, non solo in termini operativi, ma anche come leva fondamentale per assicurare **qualità del servizio, sicurezza alimentare, innovazione tecnologica e responsabilità sociale**. In un settore come quello della distribuzione automatica, la selezione attenta e il monitoraggio continuo dei fornitori permettono di offrire un'esperienza affidabile, efficiente e in linea con le esigenze dei clienti finali. Per questo motivo, la società adotta criteri rigorosi di selezione e valutazione, con l'obiettivo di costruire una filiera solida e sostenibile.

Ada Vending si interfaccia con circa **1.500 fornitori**, di cui il **95% attivi sul mercato nazionale**, che concorrono al completamento del servizio offerto. L'approvvigionamento riguarda principalmente distributori automatici, prodotti alimentari confezionati, bevande, bicchierini da caffè e palette, tutti elementi necessari per garantire un'offerta completa e un ambiente di consumo ordinato e pulito.

Un altro aspetto fondamentale di cui l'azienda tiene conto risiede nel grado di **aggiornamento tecnologico**, che si traduce nella scelta dei metodi di pagamento da incorporare nelle macchine: una decisione di assoluta rilevanza strategica in un contesto dinamico, caratterizzato dal proliferare di nuovi sistemi bancari, **tag, carte e app**.

In questo contesto si inserisce la partecipazione di Ada Vending al **Consorzio COVEN**, una rete di imprese italiane operanti nel settore della distribuzione automatica, nata con l'obiettivo di valorizzare le competenze locali attraverso progetti comuni orientati all'**innovazione**, all'**efficienza operativa** e alla **centralità del consumatore**. Oltre al gruppo d'acquisto costituito tramite il consorzio, uno dei principali risultati di questa collaborazione è rappresentato dall'adozione della piattaforma **Matipay**, un sistema per pagamenti digitali da smartphone, monitoraggio da remoto delle macchine e raccolta dati per la profilazione degli utenti. Attraverso la piattaforma, che permette agli utenti di effettuare acquisti con pochi clic, accumulare punti fedeltà, accedere a promozioni e servizi aggiuntivi, migliorando l'esperienza di consumo e favorendo una gestione più intelligente dei distributori, Ada Vending può offrire un servizio più efficiente, personalizzato e orientato all'evoluzione delle abitudini digitali dei propri clienti.

Per garantire la qualità, la sicurezza e la conformità dei beni e servizi acquistati, Ada Vending ha adottato un **sistema strutturato di qualifica dei fornitori**, che consente di valutare e monitorare costantemente i propri partner commerciali. Questo sistema si applica in particolare ai fornitori coinvolti direttamente nell'erogazione del servizio, come quelli di prodotti alimentari, distributori automatici, componenti tecnici e materiali accessori. La qualifica tiene conto di diversi aspetti, tra cui il rispetto delle normative alimentari, la qualità certificata dei prodotti, la puntualità nelle consegne e l'affidabilità complessiva del fornitore. Eventuali criticità riscontrate sono gestite attraverso un meccanismo di segnalazione e miglioramento continuo. I fornitori che non rispondono ai requisiti minimi possono essere sottoposti ad azioni correttive o esclusi dal parco fornitori.

Attraverso questo approccio, Ada Vending mira a costruire una **catena di fornitura responsabile**, fondata su **trasparenza, qualità e sostenibilità operativa**, in linea con i propri valori e con le aspettative dei clienti.

3.3. La centralità del servizio al cliente

GRI 3-3, 418-1

Per Ada Vending, mettere il cliente al centro significa garantire un'esperienza **affidabile, continua e di qualità** in tutte le fasi del servizio: dalla consegna e gestione dei distributori fino all'assistenza post-vendita. La certificazione **ISO 9001** è il punto di riferimento di questo impegno, assicurando un sistema di gestione ed organizzativo basato su alti standard di qualità, prevenzione delle criticità e miglioramento continuo. In questo contesto, la **soddisfazione dell'utenza** rappresenta una leva strategica fondamentale, attentamente monitorata attraverso un insieme integrato di strumenti, procedure e comportamenti.

La raccolta dei **feedback** avviene principalmente durante le visite dei referenti commerciali o in occasione di modifiche e aggiornamenti ai distributori. Il metodo adottato prevede un colloquio diretto con il cliente, il cui giudizio viene classificato su una scala a quattro livelli: *scarso, sufficiente, buono, ottimo*. Tutte le valutazioni sono inserite nel portale gestionale, che consente un'analisi strutturata e costante dell'andamento del servizio, anche su base territoriale.

Le aree oggetto di valutazione si concentrano su tre aspetti chiave:

- **Qualità dei prodotti** distribuiti (freschezza, assortimento, gradimento),
- **Efficienza e pulizia del servizio** (rifornimenti, funzionamento, ordine),
- **Equità percepita del rapporto qualità/prezzo**.

Nel 2024 sono stati raccolti **921 feedback**, con un **tasso medio di soddisfazione del 91,75%**. In alcuni mesi si è superata la soglia aziendale del 95% di valutazioni positive, confermando un andamento in crescita rispetto agli anni precedenti. Questo risultato è frutto anche di una gestione attenta della manutenzione tecnica, affidata a personale dotato di dispositivi digitali e formato per eseguire controlli periodici su temperatura, igiene e funzionalità dei distributori.

Accanto alla rilevazione della soddisfazione, l'azienda ha implementato un sistema semplice ed efficace di **gestione dei reclami**, accessibile via e-mail o telefono. Le segnalazioni sono registrate e tracciate in Vega e vengono prese in carico dal team operativo con **tempi di risposta molto rapidi**: entro 24 ore per problematiche tecniche o logistiche, e **48 ore** per questioni di tipo commerciale. Nel 2024, **non sono stati registrati reclami formali**, a conferma dell'efficacia del modello adottato e della qualità percepita del servizio.

Particolare attenzione è riservata alla **protezione dei dati raccolti** nel corso delle attività. Le informazioni relative ai consumi, alle preferenze degli utenti e ai parametri tecnici delle macchine vengono trattate in conformità alla normativa sulla privacy, attraverso strumenti digitali sicuri, dotati di protocolli di protezione e accessibili solo al personale autorizzato. Tutti gli

operatori sono formati per garantire la riservatezza e l'integrità delle informazioni, a tutela della fiducia dei clienti e della **trasparenza** del rapporto. L'efficacia di tale sistema è testimoniata dall'assenza di reclami relativi a fughe o perdite di dati relativi ai clienti nel 2024.

Questo approccio integrato – fondato sull'ascolto attivo, sulla reattività operativa e sulla tutela dei dati – consente ad Ada Vending di **consolidare nel tempo relazioni di qualità**, basate su fiducia, continuità e rispetto, e di convertire ogni segnalazione in un'opportunità di miglioramento.

4. Responsabilità sociale



4.1. Le persone in Ada Vending

GRI 2.7, 2.8, 3-3, 2.30, 401-1, 401-2,

Le persone sono il cuore pulsante di Ada Vending: la crescita dell'organizzazione si fonda infatti sulla dedizione quotidiana dei propri collaboratori, sulla costruzione di un **ambiente di lavoro equo** e sull'impegno verso la **valorizzazione delle competenze**. Il rispetto dei diritti dei lavoratori, la **stabilità occupazionale** e il **benessere individuale** rappresentano i pilastri fondamentali delle politiche aziendali in ambito HR.

Al 31 dicembre 2024, l'azienda conta un totale di **57 dipendenti**, in crescita rispetto ai **56** del 2023, e tutti coperti dal CCNL commercio. La totalità dei rapporti di lavoro è a tempo indeterminato, dimostrando una forte propensione alla stabilità contrattuale. Di questi, 54 lavoratori sono impiegati a tempo pieno, mentre 3 prestano la loro attività in regime part-time.

Dipendenti per genere e contratto	UdM	2023			2024		
		Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Numero di dipendenti	n.	51	5	56	51	6	57
di cui contratto a tempo Indeterminato	n.	51	5	56	51	6	57
di cui contratto a tempo Determinato	n.	-	-	-	-	-	-
di cui Full-time	n.	51	3	54	51	3	54
di cui Part time	n.	-	2	2	-	3	3

Dal punto di vista della distribuzione di genere, l'azienda presenta una forza lavoro composta da **51 uomini** e **6 donne** nel 2024, con un lieve incremento della componente femminile rispetto al 2023, in cui le donne erano 5. Tale composizione riflette una tendenza ancora prevalente nel settore della distribuzione automatica, storicamente caratterizzato da una maggiore presenza maschile, soprattutto nelle funzioni operative e tecniche come la logistica, la manutenzione e il rifornimento dei distributori.

Nel biennio di riferimento, si registra un solo lavoratore non dipendente – un agente incaricato con contratto di agenzia. Tale figura ha mantenuto un rapporto continuativo e inalterato tra il 2023 e il 2024. Il lavoro è stato svolto con modalità assimilabili al tempo pieno, come indicato nella metodologia adottata per la rendicontazione. L'agente opera in stretta connessione con le attività aziendali, garantendo continuità operativa e supporto nella gestione dei clienti.

In Ada Vending, la **cura per il benessere delle persone** rappresenta un elemento centrale nella gestione delle risorse umane. L'organizzazione è consapevole che un ambiente di lavoro positivo, attento ai bisogni individuali e capace di valorizzare l'**equilibrio tra vita privata e professionale**, contribuisce non solo alla soddisfazione del personale, ma anche alla continuità operativa e alla fidelizzazione delle risorse.

Questa impostazione si riflette nei risultati del 2024, anno in cui si sono registrate **1 nuova assunzione** e **2 cessazioni**. Il numero contenuto di uscite evidenzia un tasso di **turnover** in

uscita particolarmente basso, confermando la solidità dell'organizzazione e l'efficacia delle politiche adottate in termini di stabilità occupazionale e attrattività. In un contesto caratterizzato da un mercato del lavoro dinamico, Ada Vending ha saputo preservare un elevato livello di **retention**, rafforzando allo stesso tempo la propria struttura attraverso inserimenti mirati e perfettamente allineati alle esigenze organizzative.

Numero totale delle nuove assunzioni							
Fascia di età	UdM	2023			2024		
		Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<30	n.	2	-	2	0	0	-
30-50	n.	4	-	4	0	1	1
>50	n.	1	-	1	0	0	-
Totale	n.	7	-	7	0	1	1

Numero totale delle cessazioni							
Fascia di età	UdM	2023			2024		
		Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<30	n.	-	-	-	-	-	-
30-50	n.	3	-	3	1	-	1
>50	n.	2	-	2	1	-	1
Totale	n.	5	-	5	2	-	2

Per sostenere e consolidare questi risultati, l'azienda ha definito un insieme di iniziative e condizioni agevolate che rispondono alle aspettative dei lavoratori, promuovendo un forte **senso di appartenenza** e contribuendo alla costruzione di un **clima aziendale partecipativo e inclusivo**.

I dipendenti di Ada Vending possono contare su una serie di misure pensate per tutelare e promuovere il loro benessere, sia nella sfera lavorativa sia in quella personale. L'azienda permette una **gestione flessibile degli orari**, laddove le condizioni operative lo permettano, al fine di garantire un migliore equilibrio tra vita privata e professionale. Tutti i dipendenti beneficiano, inoltre, dell'**iscrizione al Fondo EST**, che garantisce l'accesso a prestazioni sanitarie integrative e servizi di assistenza previsti dal contratto collettivo nazionale, contribuendo in modo concreto alla tutela della salute. Particolare attenzione è riservata anche al **clima aziendale**, che si contraddistingue per un approccio partecipativo: i dipendenti sono coinvolti nei processi decisionali e nella comunicazione interna, contribuendo attivamente al miglioramento continuo dell'organizzazione.

Queste iniziative non sono riservate esclusivamente al personale full-time: anche i lavoratori **part-time** ne possono usufruire, in funzione delle loro specifiche modalità contrattuali. L'impegno dell'azienda è chiaro: **nessuna discriminazione** basata sull'orario di lavoro, ma al contrario, una piena valorizzazione di tutte le risorse umane, assicurando a ciascuno **pari dignità e accesso equo alle tutele**.

4.2. Salute, sicurezza e formazione dei lavoratori

GRI 3-3, 403-1, 403-2, 403-5, 403-8, 403-9

La tutela della **salute** e della **sicurezza dei lavoratori** rappresenta una priorità assoluta per Ada Vending, coerentemente con la natura operativa del settore della **distribuzione automatica**, che prevede attività complesse e variegate: dal lavoro d'ufficio alla movimentazione manuale, passando per il rifornimento e la manutenzione tecnica dei distributori automatici.

L'azienda adotta un **sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro** certificato secondo la norma **ISO 45001**, che copre il 100% dei lavoratori. Il sistema garantisce l'adozione di procedure strutturate per l'identificazione, la valutazione e la gestione dei rischi, nonché l'aggiornamento costante in materia normativa. Tutti i dipendenti, indipendentemente dal ruolo o dalla tipologia contrattuale, sono inclusi nel perimetro di applicazione del sistema.

Le principali figure professionali aziendali sono: **personale amministrativo e commerciale, addetti al rifornimento, tecnici manutentori sia interni che esterni e magazzinieri**. Ciascuna di queste categorie è coinvolta in percorsi mirati di formazione e prevenzione, in base al profilo di rischio specifico.

Nel corso del 2024 si è verificato un solo infortunio sul lavoro, privo di gravi conseguenze, che ha coinvolto un operatore ed è stato gestito tempestivamente secondo le procedure previste dal sistema ISO 45001. A fronte di tale infortunio, il tasso di infortuni sul lavoro per il 2024 si attesta a 1,14 infortuni per 200000 ore lavorate; ciò conferma l'**efficacia delle misure preventive** e la consapevolezza diffusa tra i lavoratori rispetto all'importanza del rispetto delle regole di sicurezza.

Le attività di **prevenzione** sono supportate da una serie di misure strutturate, tra cui le **valutazioni periodiche dei rischi**, la **formazione specifica e generale** dei lavoratori, l'adozione di procedure operative per l'uso sicuro di attrezzature e mezzi, e il coinvolgimento diretto dei dipendenti nella segnalazione di situazioni pericolose. In quest'ottica, Ada Vending promuove attivamente la formazione in materia di salute e sicurezza, riconoscendola come uno strumento essenziale per prevenire i rischi e rafforzare la cultura aziendale.

Ore di formazione	2023			2024		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Impiegati	60	72	132	50	10	60
Operai	125	0	125	50	14	64
Totale	185	72	257	100	24	124

Nel 2024 sono state erogate complessivamente **124 ore di formazione** dedicate alle tematiche di **salute e sicurezza**, in calo rispetto alle **257 ore del 2023**. Tale riduzione è da attribuire principalmente al fatto che, dopo il completamento dei percorsi formativi iniziali avvenuti l'anno precedente, le attività del 2024 si sono concentrate prevalentemente su corsi di aggiornamento rivolti a personale già formato e relativi a primo soccorso, formazione RLS e rischio medio. Questa impostazione, unita alla stabilità dell'organico, ha permesso di mantenere

elevati i livelli di preparazione, pur con un numero inferiore di ore erogate, garantendo la continuità e l'efficacia dei programmi di prevenzione.

Le attività formative hanno riguardato: Formazione Generale e Specifica – Rischio Basso, Formazione Preposti, Formazione Antincendio, Corso HACCP, Corso per Carrellisti e Formazione FGAS. La distribuzione delle ore è avvenuta come segue: **60 ore per gli impiegati e 64 ore per gli operai.**

5. Responsabilità ambientale



5.1. Utilizzo delle risorse ed economia circolare

GRI 3-3, 301-2, 306-1, 306-3,

Ada Vending ha da tempo integrato nella propria gestione valori di sostenibilità ambientale, formalizzando all'interno della **politica aziendale** un impegno alla protezione di acqua e suolo impattati dalle sue attività. L'azienda, forte di un **sistema di gestione ambientale** certificato **ISO 14001** dal 2019, implementa iniziative di riduzione dei consumi energetici e dei rifiuti generati, sfruttando il proprio approccio pratico e concreto per sviluppare progetti ecologici paralleli all'offerta, che aggiungono valore per il cliente e non sottraggono focus alla qualità del servizio. Il *mindset* dell'azienda è elastico ma lungimirante, e prevede di adottare un grado sempre maggiore di **innovazione tecnologica** nelle apparecchiature, nel tracciamento dei prodotti e nell'attuazione di miglioramenti graduali.

Nel quadro delle iniziative per la sostenibilità ambientale, Ada Vending pone particolare attenzione alla **gestione efficiente delle risorse**, con un focus specifico sull'uso responsabile dell'acqua.

In tale ambito, l'azienda adotta sistemi di **lavaggio a ultrasuoni** per le componenti delle macchine distributrici, una tecnologia avanzata che garantisce prestazioni elevate sotto il profilo igienico-sanitario e contribuisce concretamente alla riduzione dell'impatto ambientale. Il lavaggio a ultrasuoni permette una pulizia profonda e uniforme anche delle parti più complesse, rimuovendo efficacemente residui senza l'uso di agenti abrasivi. L'azione combinata di onde sonore ad alta frequenza e micro-bolle consente di limitare il ricorso a detergenti chimici, migliorando la sicurezza del processo e riducendo il rischio di contaminazioni.

Tra i principali benefici si evidenziano: il minor consumo d'acqua rispetto ai metodi tradizionali, la possibilità di riutilizzo dell'acqua tramite sistemi di filtraggio, la riduzione dei tempi operativi e il mantenimento dell'integrità delle apparecchiature, con conseguente prolungamento della loro vita utile.

La gestione dei consumi idrici avviene nel rispetto delle normative vigenti e in conformità con la certificazione ambientale **ISO 14001**, attraverso un monitoraggio costante finalizzato all'ottimizzazione dei processi e alla minimizzazione degli sprechi. In linea con un approccio di miglioramento continuo, Ada Vending sta valutando l'adozione di ulteriori tecnologie a basso impatto idrico e l'implementazione di pratiche di riutilizzo delle acque reflue, a conferma del proprio impegno verso la tutela ambientale e l'economia circolare.

Con riguardo ai materiali utilizzati, invece, nel 2024 Ada Vending ha avviato un'attività strutturata di **monitoraggio degli imballaggi alimentari** utilizzati, con l'obiettivo di migliorarne progressivamente la composizione e la **riciclabilità**. In particolare, l'attenzione è rivolta all'incremento della percentuale di materiali riciclati presenti nel packaging, in linea con i principi dell'**economia circolare**, che l'azienda intende ottenere tramite scelte di fornitura responsabili e partnership mirate. In questa prima fase, in quanto primo Bilancio di sostenibilità dell'azienda, i dati raccolti fanno riferimento esclusivamente al **numero di pezzi in materiale riciclato** utilizzati nel packaging, e non rappresentano l'intero quantitativo di articoli complessivamente

impiegati. La rendicontazione per numero di pezzi rappresenta un primo passo verso la costruzione di un sistema più evoluto di raccolta e analisi dei dati relativi agli imballaggi. Nei prossimi esercizi, tale sistema sarà **progressivamente integrato** con informazioni più dettagliate e basate sul peso, al fine di garantire una rendicontazione sempre più **completa, accurata e allineata agli standard di rendicontazione**.

Categorie di materiali utilizzati (unità)	2024
	Totale materiali riciclati
Bottiglia Pet Acqua	30.047
Bottiglia Pet Bibite	5.793
Bottiglia Succhi	1.500
Bicchieri Ps	38.696
Bicchieri R-Hybrid	6.264
Paletta Plastica	9.936
Totale materiale - packaging	90.737

Già dal 2023 l'azienda ha inoltre promosso l'iniziativa **RiVending**, installando accanto a ciascun distributore automatico uno speciale **contenitore** progettato per la **raccolta facilitata** di **bicchieri da caffè** e **palette in plastica**. Il design semplice ma funzionale del sistema consente l'impilamento immediato degli oggetti grazie a tubi rigidi interni, aumentando la capienza dei contenitori fino al **150%** rispetto alla raccolta tradizionale. Inoltre, i sacchi utilizzati all'interno dei contenitori sono di un colore facilmente riconoscibile, facilitando le operazioni di raccolta da parte delle aziende incaricate e riducendo significativamente i tempi necessari per il conferimento e l'avvio al riciclo.

A completamento di queste azioni, Ada Vending ha integrato nel proprio piano strategico un impegno specifico allo scouting di soluzioni e partner industriali dotati di certificazioni ambientali, ad esempio **Fair Trade** o **Bio Agriculture**, per l'approvvigionamento di caffè e zucchero da inserire nelle macchine; oltre a ciò, tali partnership verranno orientate alla gestione ecosostenibile dei **fondi di caffè** con l'obiettivo di avviare processi di trasformazione degli scarti in **biomassa** da impiegare nella produzione di **energia pulita** a costi contenuti.

Ada Vending affida la gestione dei rifiuti a società terze che si occupano del ritiro e del conferimento in discarica in sua vece. Il ritiro avviene circa **due volte all'anno**, e include materiali di varia natura come imballaggi in carta e cartone, metalli, parti di distributori automatici, plastica, resine sature, neon, bombolette a gas, nonché umido e soluzioni acquose derivanti dai processi di lavaggio. In particolare, con riferimento alla gestione degli scarti di materiale plastico, la Società ha in programma l'individuazione di ulteriori **partnership** finalizzate a escogitare nuovi e più efficaci meccanismi di ritiro e smaltimento.

Rifiuti prodotti (Tonnellate)	2023	2024	Differenziale 2024/2023
Rifiuti pericolosi			
Tubi Fluorescenti ed Altri Contenenti Mercurio	5	20	75%
Imballaggi Metallici Contenenti Matrici Solide Porose. Contenitori a Pressione Vuoti	5	-	-
Altri Oli per Motori Ingranaggi e Lubrificazione	5	-	-
Componenti Pericolosi Rimossi da Apparecchiature Fuori Uso	340	610	44%
Apparecchiature Fuori Uso Contenenti Cfc, Hcfc, Hfc	900	270	-233%
Totale Rifiuti Pericolosi	1.255	900	-39%
Rifiuti non pericolosi			
Imballaggi Carta Cartone	10.760	14.390	34%
Residui Materiali di Sabbiatura	87	510	486%
Ferro e Acciaio	1890	6.900	265%
Componenti Rimossi da Apparecchiature Fuori Uso	2.010	610	-70%
Resine e Scambio Ionico Sature o Esaurite	800	830	4%
Altre Apparecchiature Fuori Uso	900	270	-70%
Toner per Stampa Esauriti	5	0	-100%
Rifiuti Ingombranti	1.500	1.160	-23%
Totale Rifiuti Non Pericolosi	17.952	24.670	37%
Totale Rifiuti (Pericolosi + Non Pericolosi)	19.207	25.570	33%

I rifiuti pericolosi prodotti dall'azienda, in particolare, includono prevalentemente **componenti meccaniche di scarto** provenienti da apparecchiature fuori uso: nel 2024, la quantità totale generata è diminuita del 39% rispetto all'anno precedente. Nonostante l'accentuato aumento dei rifiuti contenenti mercurio, passati da 5 a 20 tonnellate, le apparecchiature gettate contenenti gas refrigeranti come i fluorocarburi sono diminuite del **233%**.

Per quanto riguarda invece i **rifiuti non pericolosi**, la variazione registrata è un aumento del 37% il cui elemento di maggior rilevanza in termini di volume è rappresentato dagli **imballaggi**, che raggiungono le 14.390 tonnellate nel 2024 (+34 % rispetto all'anno precedente). A ciò si

accompagna **l'intensificazione degli scarti di ferro e acciaio** e dei **residui da sabbiatura**. A dispetto del generale andamento crescente, Ada Vending ha registrato un 70% in meno nei depositi di apparecchiature non pericolose fuori uso. Le variazioni rilevate tra i due esercizi analizzati rientrano nella normale operatività dell'azienda e sono riconducibili, in particolare, alle attività di ritiro dei distributori obsoleti e alla loro sostituzione con modelli di nuova generazione, che possono comportare oscillazioni significative nei dati di riferimento.

5.2. Consumi energetici ed emissioni

GRI 3-3, 302-1

L'impegno di Ada Vending nella gestione responsabile dell'energia si riflette nel monitoraggio costante dei consumi e nella ricerca di soluzioni per ridurre l'impatto ambientale delle proprie attività. I consumi energetici di Ada Vending sono principalmente di **natura indiretta**, e comprendono il carburante impiegato dalla flotta aziendale: si tratta di un parco di **52 mezzi**, quasi tutti a **gasolio**, tra auto impiegate dai commerciali, autocarri e furgoni dotati di celle refrigeranti per il trasporto alimentare. I dati sull'utilizzo di benzina, gasolio e gas naturale vengono raccolti tramite la consultazione delle **carte carburante**, che permettono il monitoraggio annuale dei consumi.

Consapevole della rilevanza ambientale dei propri spostamenti, l'azienda dal 2019 ha intrapreso un progetto di **rinnovamento** dell'intero **parco mezzi**. Tale iniziativa è stata configurata in vista delle nuove leggi europee sulle emissioni di CO₂, ed ha l'obiettivo di sostituire i veicoli maggiormente inquinanti con mezzi più moderni, dotati di motori Euro 6A e 6E, così da diminuire le emissioni nel medio e lungo termine. Nel 2024, sotto la guida del responsabile automezzi, l'iniziativa ha portato all'acquisto di 2 nuovi furgoni e al riscatto di 9 autocarri.

Anche sul piano logistico, l'azienda adotta accorgimenti per contenere le emissioni, **ottimizzando i percorsi** e coordinandosi con i clienti per concentrare le consegne nelle stesse aree. In un'ottica di efficienza e sostenibilità, gli addetti al rifornimento dei distributori non sono tenuti a riportare il mezzo aziendale in sede al termine del turno, ma possono trattenerlo presso la propria abitazione e ripartire direttamente da lì il giorno successivo. Questa scelta consente di **evitare spostamenti** casa-lavoro **non necessari**, contribuendo alla riduzione complessiva delle percorrenze e, di conseguenza, delle emissioni generate. Ada vending prevede di intraprendere un **monitoraggio** delle **emissioni di scope 1 e 2**, così da individuare le criticità principali nella generazione di emissioni legate alla sua attività ed elaborare efficaci e mirate misure di riduzione.

L'energia elettrica, proveniente da mix energetico nazionale, è utilizzata principalmente per le attività presso la sede operativa, come l'illuminazione e il funzionamento delle apparecchiature. Sebbene non siano ancora stati avviati interventi specifici per ridurre il consumo, Ada Vending riconosce l'importanza strategica dell'efficienza energetica, in particolare per i distributori automatici, dotati di tecnologie sempre più sofisticate. In quest'ottica, l'azienda intende

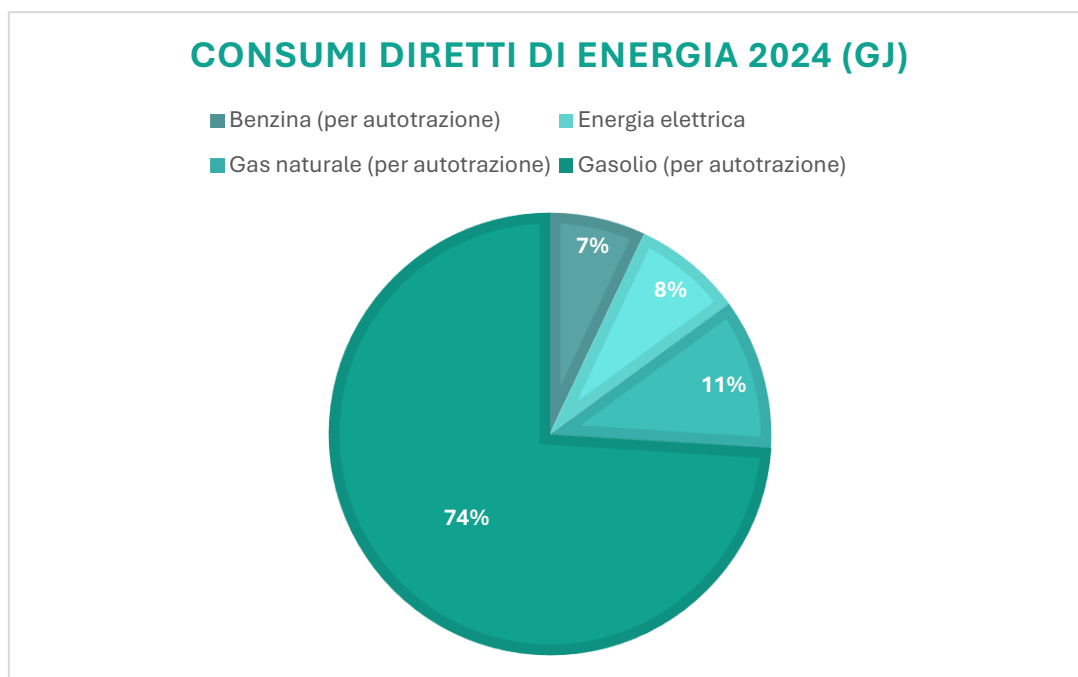
ottimizzare gradualmente le performance delle macchine, anche nelle fasce notturne, così da ridurre i consumi e contribuire alla transizione sostenibile.

Consumi diretti di energia				
Tipologia	UdM	2023	2024	Differenziale 2024/2023
Benzina (per autotrazione)	L	10.098	9.129	-9,59%
Gasolio (per autotrazione)	L	84.460	84.182	-0,33%
Gas Naturale (per autotrazione)	smc	11.788	12.342	4,70%
Consumi indiretti di energia				
Tipologia	UdM	2023	2024	Differenziale 2024/2023
Energia elettrica	KWh	86.933	84.910	-2,33%
% fonti rinnovabili	KWh	0%	0%	-

Nel confronto tra il 2023 e il 2024, i consumi energetici totali di Ada Vending evidenziano una lieve contrazione complessiva (-0,72%), esito di un percorso di ottimizzazione graduale delle risorse impiegate nelle attività operative. In particolare, si registra un **calo significativo del consumo di benzina** (-9,59%), attribuibile sia al rinnovo del parco mezzi che a una maggiore razionalizzazione degli spostamenti. Il **gasolio**, pur restando la **principale fonte di energia** per autotrazione, mostra una stabilità quasi invariata (-0,33%), mentre si osserva un **incremento contenuto del consumo di gas naturale** (+4,70%), che conferma l’interesse dell’azienda verso vettori energetici a minore impatto ambientale. Anche il consumo di energia elettrica, utilizzata prevalentemente presso la sede operativa, si riduce leggermente (-2,33%), a testimonianza di una crescente attenzione all’efficienza nei consumi. Questi dati costituiscono una base solida per l’evoluzione dei sistemi di misurazione ambientale, in particolare in vista della futura rendicontazione delle emissioni climalteranti.

Consumi diretti e indiretti di energia in GJ			
Tipologia	2023	2024	Differenziale 2024/2023
Benzina (per autotrazione)	336	304	-9,59%
Gasolio (per autotrazione)	3.019	3.009	-0,33%
Gas Naturale (per autotrazione)	428	448	4,70%
Energia elettrica	313	306	-2,33%
Energia totale consumata	4095	4066	-0,72%

Analizzando la composizione dei consumi energetici, emerge chiaramente come l'energia per autotrazione costituisca la parte predominante: oltre il 92% dell'energia consumata da Ada Vending nel 2024 è legata ai carburanti utilizzati per la mobilità aziendale. Il gasolio continua a rappresentare la voce principale, ma si conferma il ruolo crescente del gas naturale nel mix energetico. L'energia elettrica, pari a circa il 7,5% del totale, è impiegata quasi esclusivamente presso la sede operativa. Questa composizione riflette la forte incidenza delle attività logistiche sull'impronta energetica dell'azienda e sottolinea l'importanza strategica delle azioni intraprese sul parco mezzi.



Il **monitoraggio sistematico dei consumi energetici** rappresenta per Ada Vending la premessa necessaria per avviare un percorso di misurazione delle proprie emissioni di gas serra (Scope 1 e 2), con l'obiettivo di costruire un sistema strutturato di rendicontazione climatica. Questa evoluzione si inserisce nel più ampio impegno aziendale verso una gestione ambientale sempre più consapevole e orientata alla riduzione dell'impatto lungo tutta la catena del valore. La misurazione delle emissioni costituirà la base per individuare le principali criticità ambientali e definire azioni correttive mirate, rafforzando così l'affidabilità dei dati e la trasparenza del reporting nei futuri bilanci di sostenibilità.

Indice dei contenuti GRI

Informativa		Ubicazione		Omissioni
Nr	Descrizione	Capitolo	Pag	Ragione d'omissione
GRI 2 - Informative Generali - versione 2021				
	L'organizzazione e le sue prassi di rendicontazione			
2.1	Dettagli organizzativi	Nota Metodologica	2	
2.2	Entità incluse nella rendicontazione	Nota Metodologica	2	
2.3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota Metodologica	2	
	Attività e lavoratori			
2.6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	1. Chi siamo/ 1.1. Radici solide, visione lungimirante; 2. Responsabilità etica/ 2.1. La struttura di governance e il valore generato e distribuito	4-7; 15	
2.7	Dipendenti	4. Responsabilità Sociale/ 4.1 Le persone in Ada Vending	21-22	
2.8	Lavoratori non dipendenti	4. Responsabilità Sociale/ 4.1 Le persone in Ada Vending	21-22	
	Strategia, politiche e prassi			
2.22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera agli stakeholder	1	
2.26	Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare criticità	3. Responsabilità Etica/3.1 La struttura di governance e il valore generato e distribuito	15	
2.28	Appartenenza ad associazioni	3. Responsabilità Etica/ 3.2 La catena di fornitura	17	
2-30	Accordi di contrattazione collettiva	4. Responsabilità Sociale/ 4.1 Le persone in Ada Vending	21	
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021				
3.1	Processo di determinazione dei temi materiali	2. Analisi di materialità/ Paragrafo 2.1	10	
3.2	Elenco di temi materiali	2. Analisi di materialità/ Paragrafo 2.1	11	
Tema materiale	-			
	Standard GRI specifici			
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	3. Responsabilità Etica/3.1 La struttura di governance e il valore generato e distribuito	16	
Tema materiale	Gestione della catena di fornitura			
3.3	Gestione dei temi materiali	3. Responsabilità Etica/ 3.2 La catena di fornitura	17-18	
	Standard GRI specifici			

204-1	Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali	3. Responsabilità Etica/ 3.2 La catena di fornitura	17	
Tema materiale	Approvvigionamento e utilizzo di materie prime			
3.3	Gestione dei temi materiali	5. Responsabilità Ambientale/ 5.1 Utilizzo delle risorse ed economia circolare	26-27	
	Standard GRI specifici			
301-1	Materiali utilizzati per peso o volume	5. Responsabilità Ambientale/ 5.1 Utilizzo delle risorse ed economia circolare	27	Informazione sensibile
301-2	Materiali utilizzati provenienti da riciclo	5. Responsabilità Ambientale/ 5.1 Utilizzo delle risorse ed economia circolare	27	In assenza del dato sui materiali totali non è presente il dato percentuale sui materiali provenienti da riciclo
Tema materiale	Emissioni di GHG			
3.3	Gestione dei temi materiali	5. Responsabilità Ambientale/ 5.2 Consumi energetici ed emissioni	29-31	
	Standard GRI specifici			
302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	5. Responsabilità Ambientale/ 5.2 Consumi energetici ed emissioni	30	
Tema materiale	Gestione dell'acqua			
3.3	Gestione dei temi materiali	5. Responsabilità Ambientale/ 5.1 Utilizzo delle risorse ed economia circolare	26	
Tema materiale	Gestione dei rifiuti			
3.3	Gestione dei temi materiali	5. Responsabilità Ambientale/ 5.1 Utilizzo delle risorse ed economia circolare	27-28	
	Standard GRI specifici			
306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	5. Responsabilità Ambientale/ Paragrafo 5.1	27-28	
306-3	Rifiuti prodotti	5. Responsabilità Ambientale/ Paragrafo 5.1	27-28	
Tema materiale	Attrazione e fidelizzazione dei dipendenti			
3.3	Gestione dei temi materiali	4. Responsabilità Sociale/ 4.1 Le persone in Ada Vending	21	
	Standard GRI specifici			

401-1	Nuove assunzioni e turnover	4. Responsabilità Sociale/ 4.1 Le persone in Ada Vending	22	
Tema materiale	Benessere dei lavoratori			
3.3	Gestione dei temi materiali	4. Responsabilità Sociale/ 4.1 Le persone in Ada Vending	21-23	
	Standard GRI specifici			
401-2	Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	4. Responsabilità Sociale/ 4.1 Le persone in Ada Vending	22	
Tema materiale	Formazione dei dipendenti			
3.3	Gestione dei temi materiali	4. Responsabilità Sociale/ 4.1 Le persone in Ada Vending	23	
Tema materiale	Salute e sicurezza dei lavoratori			
3.3	Gestione dei temi materiali	4. Responsabilità Sociale/ 4.2 Salute, sicurezza e formazione dei lavoratori	23	
	Standard GRI specifici			
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	4. Responsabilità Sociale/ 4.2 Salute, sicurezza e formazione dei lavoratori	23-24	
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	4. Responsabilità Sociale/ 4.2 Salute, sicurezza e formazione dei lavoratori	23-24	
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	4. Responsabilità Sociale/ 4.2 Salute, sicurezza e formazione dei lavoratori	23-24	
403-8	Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	4. Responsabilità Sociale/ 4.2 Salute, sicurezza e formazione dei lavoratori	23	
403-9	Infortuni sul lavoro	4. Responsabilità Sociale/ 4.2 Salute, sicurezza e formazione dei lavoratori	23	
Tema materiale	Soddisfazione del cliente			
3.3	Gestione dei temi materiali	3. Responsabilità Etica/ 3.3 La centralità del servizio al cliente	18-19	
Tema materiale	Sicurezza dei dati			
3.3	Gestione dei temi materiali	3. Responsabilità Etica/ 3.3 La centralità del servizio al cliente	18-19	
	Standard GRI specifici			

418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	3. Responsabilità Etica/ 3.3 La centralità del servizio al cliente	18	
-------	--	--	----	--

