

A photograph of a dining area in a hotel room. In the foreground, a round black table is set with two grey upholstered chairs. On the table, there are plates, glasses, a vase with pink flowers, and a small basket of bread. The room has a wooden floor with a geometric pattern. In the background, a large arched window with dark curtains looks out onto a scenic view of a lake, a town, and mountains under a blue sky.

**RELAZIONE
D'IMPATTO E DI SOSTENIBILITÀ
2023**



INDICE

Lettera agli Stakeholder	PG 2
LarioHotels Società Benefit e le Finalità di Beneficio Comune	PG 4
La nostra storia	PG 10
Struttura societaria e governance	PG 12
Mission e Vision	PG 14
Hotel e Ristoranti	PG 18
Il successo di LarioHotels	PG 28
LarioHotels nel mondo e sui media	PG 34
Il futuro	PG 38
Lo sviluppo sostenibile	PG 41
Report di Beneficio Comune	PG 42
Le nostre Finalità di Beneficio Comune: rendicontazione	PG 44
Obiettivi 2023 e 2024	PG 72
Valutazione complessiva dell'impatto e B Impact Assessment	PG 76
Nota Metodologica	PG 80
Riconciliazione delle informazioni con Indicatori GRI e ESRS	PG 82

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Per prima cosa desidero ringraziare tutte le persone che lavorano in azienda, dal CEO a scendere, senza un lavoro di squadra ben orchestrato non avremmo raggiunto i risultati attuali.

È per me un piacere illustrare la relazione di impatto 2023. Lo è anzitutto per gli obiettivi e i progetti raggiunti quest'anno. Che si aggiungono a quelli centrati nel 2022. Ma lo è anche perché è un'analisi che per noi di LarioHotels ha assunto, nel tempo, un valore sempre più fondamentale e identitario.

Per noi è essenziale, infatti, informare in modo trasparente e chiaro tutti gli stakeholder delle responsabilità che guidano ogni nostra scelta di business. La sostenibilità credo sia una componente fondamentale del "crescer bene" e che si accompagna alla performance economica.

Qualcosa che ci definisce e insieme ci differenzia, posizionandoci sul mercato in modo chiaro.

Offrire questo documento significa portare avanti l'idea di fare impresa dei nostri fondatori basata sulla vocazione per la cura per gli ospiti e per le persone, per il territorio e per le comunità.

Vogliamo anzitutto essere sempre più attrattivi per i nuovi talenti: a confermarlo, quest'anno, il conseguimento del prestigioso riconoscimento "Great Place to Work". Segno che nelle strutture LarioHotels chi lavora è soddisfatto professionalmente e umanamente, e chi ancora non ci lavora ne è attratto.

Mi fa piacere citare come LarioHotels sia diventato un luogo di scambio generazionale dove chi è giovane viene per imparare da tutor esperti e allo stesso tempo porta loro energia positiva e visioni innovative. "Great Place to Work", appunto.

A proposito di ambiente, una novità di quest'anno è stata la misurazione della nostra "Carbon Footprint". Un dato numerico, trasparente, oggettivo che ci guiderà nel centrare i nostri obiettivi futuri.

Due le linee di business che nel 2023 si sono via via delineate in modo sempre più chiaro e che ci consentono di guardare al futuro. Tradizione e Sviluppo.

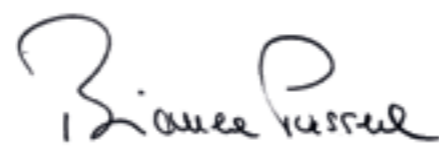
Tradizione intesa come storia: l'arte dell'ospitalità, il nostro DNA, nato a Como - dove Villa Flori, Terminus e Posta Design sono presenti con successo - e che poi ha varcato i suoi confini. E mi riferisco alla catena di boutique hotel, a Vista Lago di Como e Vista Verona a cui si aggiungerà presto Vista Ostuni.

La novità per il gruppo è infatti proprio la crescita di Vista. Un brand giovane, brillante e capace di coniugare lusso, tradizione e sostenibilità con innovazione e internazionalità. Portando la nostra idea di lusso e di accoglienza in luoghi di grande bellezza ma dove ancora manca un'offerta di alta gamma.

Non costruire, ma ristrutturare: questo, da sempre la sensibilità che ci guida.

Scegliamo edifici, che abbiano una storia e un'anima alle spalle, per rigenerarli e valorizzarli come meritano. Un esempio su tutti: il già citato Vista Ostuni, ex Manifattura Tabacchi già simbolo dell'ospitalità locale nell'800.

Desidero chiudere, infine, dicendo che vogliamo proseguire su questa strada, quello che abbiamo fatto fin qui ci serve per creare nuovi traguardi. Tener conto del proprio passato ma rivolgerlo al futuro: questo è ciò che intendo per "crescer bene", con piena soddisfazione di tutti gli stakeholder.



BIANCA PASSERA
Presidente di LarioHotels



LarioHotels è Società Benefit.

OLTRE IL PROFITTO

Nel 1932 il giurista americano E.M. Dodd scriveva: “Le attività di impresa sono permesse e incoraggiate dalla legge perché sono un servizio alla società piuttosto che fonte di profitto per i suoi proprietari”. Oggi, dopo quasi 80 anni, con le Società Benefit possiamo dire che la sua intuizione è stata portata a compimento.

LARIOHOTELS È SOCIETÀ BENEFIT

Le Società Benefit sono un fiore all'occhiello della realtà italiana: l'Italia è stato il primo Paese europeo a dotarsi di una normativa specifica (ai sensi della legge 28/12/2015, numero 208, commi 376 - 384), entrata in vigore nel 2016, che impegna le imprese - nell'esercizio del loro business - “a perseguire il duplice scopo di lucro e di Beneficio Comune”.

LarioHotels opera nel settore dell'ospitalità da oltre 100 anni. Siamo proprietari e gestori diretti di 5 boutique hotel tra il lago di Como e Verona, due con il brand Vista, per un totale di 151 chiavi.

Dal 2021 LarioHotels è diventata ufficialmente “Società Benefit”. L'attenzione per le nostre persone, per il nostro territorio e la comunità e per l'ambiente, da sempre nel nostro DNA, diventano una politica permanente. Ed entrano a far parte delle finalità statutarie e dell'oggetto sociale dell'impresa.

Rispetto per le persone, responsabilità, trasparenza, non spreco, cura per le risorse e per il territorio, risparmio energetico: questi, da sempre, i nostri valori.

UN'EVOLUZIONE NATURALE

Diventando Società Benefit abbiamo formalizzato la filosofia che da sempre ci guida.

Quella del fare impresa in modo responsabile, non solo per noi ma per tutte le persone che lavorano e vivono attorno a noi. Quella filosofia avviata dai nostri padri fondatori quando ancora di sostenibilità non si parlava (ma si era abituati a spegnere le luci prima di uscire da una camera).

Da pionieri, sapevamo già allora che solo un modello di sviluppo basato sulla creazione di valore condiviso poteva dar vita a un'azienda davvero sana e profittevole.

UNA SCELTA UFFICIALE

Infine, abbiamo scelto di diventare Società Benefit anche e soprattutto per un altro motivo. Ufficializzare e proteggere la nostra Mission e i nostri valori, impegnandoci a implementarli nel tempo. Diventare una Società Benefit significa infatti dare forma giuridica alla responsabilità sociale e ambientale che guidano, in ogni fase, il nostro business.



Queste le nostre Finalità di Beneficio Comune:

Target SDG e BES

1 - Per le nostre persone

Promuovere il **lavoro come fonte di riconoscimento sociale, dignità e realizzazione della singola persona**, che favorisca la partecipazione appassionata al progetto di impresa come fattore chiave di sviluppo e arricchimento per LH stessa.



- 1.1** Offrire **opportunità di crescita e un ambiente di lavoro stimolante** nel quale i dipendenti ed i collaboratori si sentano liberi di esprimere le proprie capacità e di investire su loro stesse, alimentando la passione per l'hôtellerie e condividendo una cultura di resilienza, gentilezza, sfida e coraggio.
- 1.2** Garantire **uguaglianza di trattamento e equità** a tutti i livelli dell'organizzazione, attraverso pratiche e politiche inclusive che valorizzino anche la meritocrazia.
- 1.3** Incoraggiare l'**inserimento lavorativo** attraverso programmi di formazione professionalizzante e lo sviluppo di carriera nel settore dell'hôtellerie, con attenzione particolare ai **giovani talenti** e alle persone appartenenti a categorie **svantaggiate** nell'accesso all'occupazione.

2 - Per la comunità e il territorio

Generare un impatto positivo sulla **comunità** locale e sostenere la cultura e la conservazione della bellezza dei luoghi dell'arte, promuovendo un **"turismo benevolo"** che offra anche opportunità di arricchimento culturale per gli ospiti.



- 2.1** Offrire agli ospiti occasioni di **arricchimento culturale**, attraverso la proposta della storia e tradizione del territorio italiano: culturale, artistica, artigianale, enogastronomica, imprenditoriale.
- 2.2** Valorizzare e sostenere **la cultura e la conservazione della bellezza dei luoghi dell'arte italiani**, sviluppando una visione aperta e innovativa dell'accoglienza, basata sullo scambio di cultura e competenze tra gli attori del territorio.

3 - Per l'ambiente

Promuovere un turismo che possa svilupparsi **in equilibrio e nel rispetto dell'ambiente**, mantenendo un rapporto armonioso tra l'essere umano e il territorio circostante e preservando la bellezza del paesaggio.



- 3.1** **Ridurre gli impatti ambientali** delle strutture e delle operations, utilizzando in modo efficiente e cosciente le risorse e puntando a una riduzione progressiva dei consumi.
- 3.2** Promuovere un meccanismo virtuoso che consenta di offrire il meglio in tavola, promuovendo **prodotti locali e da filiera corta**.
- 3.3** Operare in sinergia con gli altri stakeholder, per la diffusione di politiche e pratiche sostenibili che attivino **circoli virtuosi di evoluzione della filiera**.



LarioHotels è un'azienda che opera nell'ospitalità alberghiera da **oltre 100 anni**, detiene la proprietà immobiliare e la gestione diretta di sei strutture per un totale di oltre 180 camere. I più recenti 5*L Vista Como, Vista Verona e il **prossimo Vista Ostuni** in apertura nel 2025, ai quali si affiancano ai tre alberghi di tradizione localizzati sul Lago di Como.

LarioHotels un'azienda di famiglia che ha come unici azionisti la famiglia Passera, è arrivata alla quarta generazione imprenditoriale e nel 2021 è diventata una delle prime Società Benefit nel settore alberghiero in Italia .

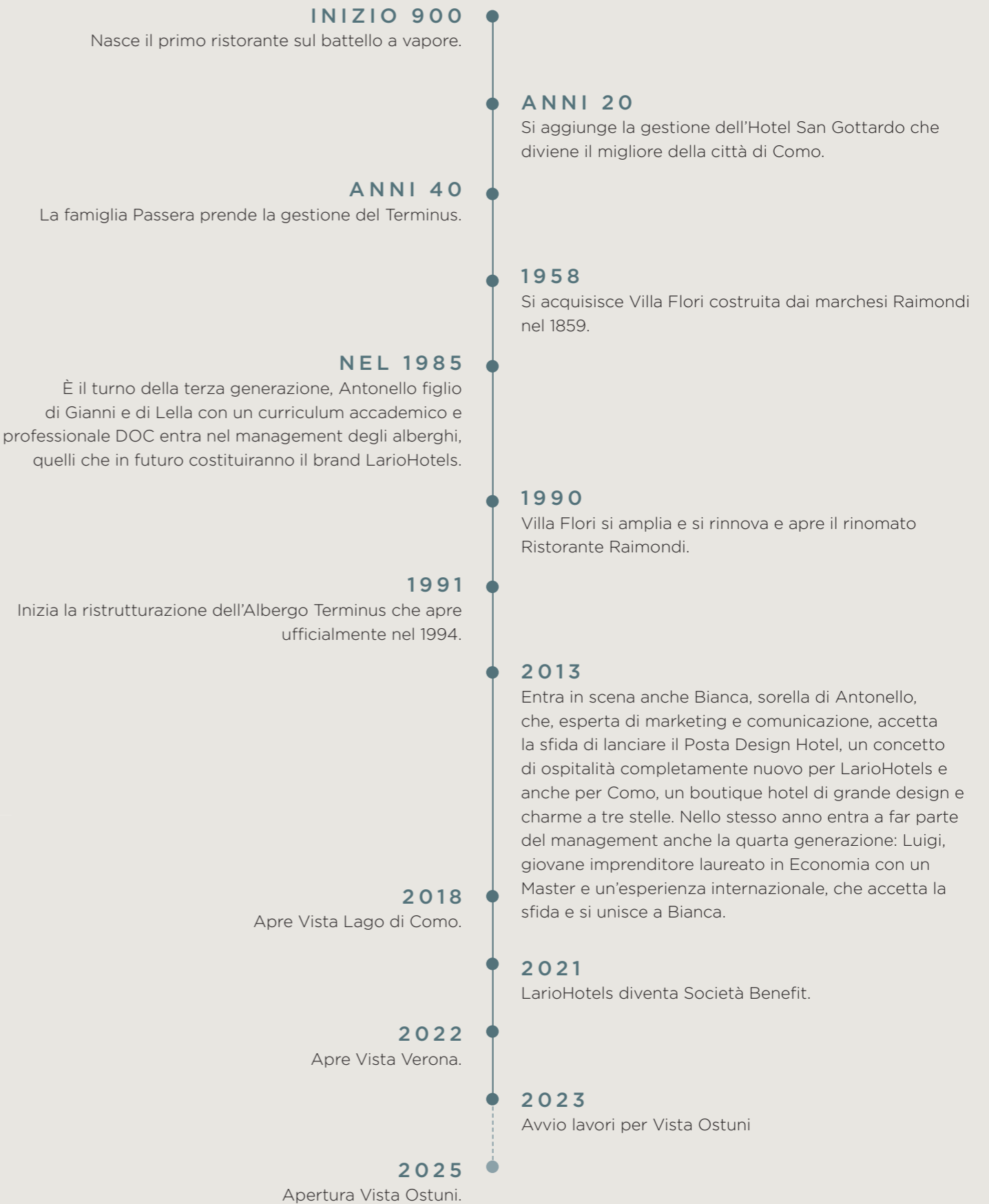
Conta **oltre 174 collaboratori**. L'azienda fa parte di Confindustria Alberghi e di Federalberghi. Nel 2023 è stata certificata Great Place to Work.

Una storia di famiglia che guarda lontano.

Quella della famiglia Passera è una lunga storia di accoglienza e ristorazione che inizia nei primi anni del '900 con il ristorante su un battello e che la porterà in un secolo scarso a diventare protagonista della scena lariana nell'ospitalità di alta gamma.

Quattro generazioni: prima Antonio, i suoi figli Corrado e Gianni, poi i nipoti, Antonello e Bianca e infine la nuova leva, il bisnipote Luigi.

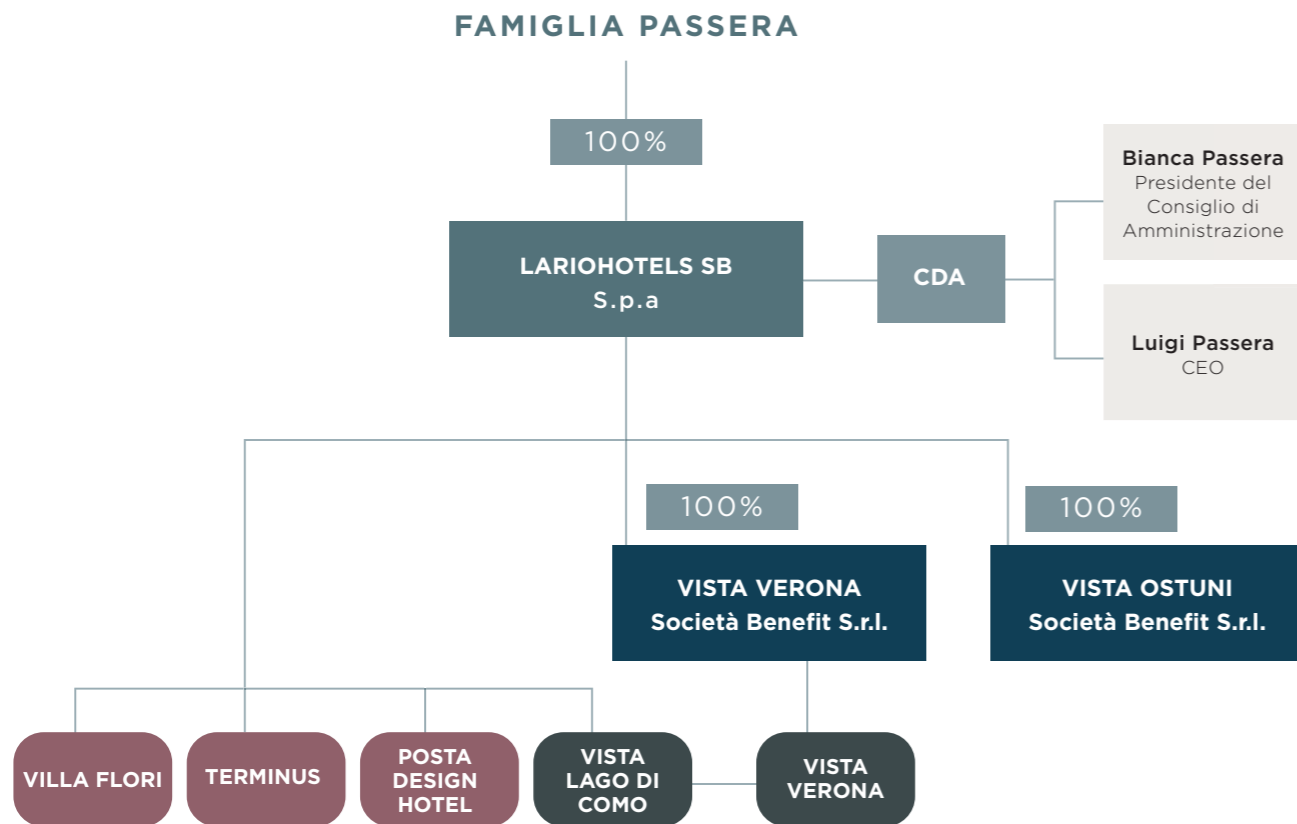
Sei boutique hotel, ognuno diverso per stile e offerta, ognuno rivolto a un target differente. Vista Lago di Como, Vista Verona, Terminus, Villa Flori e Posta Design Hotel. E oggi, la gestione a doppia generazione di Bianca Passera e del nipote Luigi, guarda avanti, oltre l'amato lago, con una forte attenzione allo sviluppo della catena Vista, oggi localizzati a Como, Verona e Ostuni.



MA LA STORIA CONTINUA E LA DOPPIA GENERAZIONE STA SCRIVENDO NUOVE PAGINE CHE PORTANO IL BRAND LARIOHOTELS ANCHE FUORI DAI CONFINI DELL'AMATO LAGO DI COMO.

Struttura societaria e governance.

Da più di 100 anni la famiglia Passera, fondatrice dell'azienda, detiene il totale controllo del Gruppo LarioHotels. Negli ultimi anni, in considerazione dello sviluppo che la catena Vista ha assunto nel Gruppo LH, è stato realizzato un processo di ridefinizione della struttura societaria che ha previsto la costituzione di nuove società per i progetti immobiliari nelle nuove città.



Bianca e Luigi Passera



La nostra mission.

Evolvere continuamente il concetto di accoglienza, aumentandone il valore.

La mission di LarioHotels è quella di evolvere continuamente il concetto di accoglienza, allargando lo spettro di attori su cui il valore generato dall'azienda si manifesta.

LarioHotels ha l'obiettivo di sviluppare un modello di business positivo per tutti i portatori di interesse, generando valore non solo per ospiti e azionisti, ma anche per tutta la catena di attori che permettono ogni giorno di fornire un servizio eccellente, e allo stesso tempo responsabile, inclusivo e positivo per la comunità, il territorio e l'ambiente.

Rendere LarioHotels un brand conosciuto in tutto il mondo per l'eccellenza del servizio, per la capacità di innovazione, per un nuovo modello di ospitalità, e per l'elevato livello di sostenibilità. Vista, il brand di catena 5 stelle lusso sul quale il Gruppo sta concentrando i suoi investimenti, deve diventare il primo hotel a cui si pensa quando si vuole visitare una città italiana.



Una vision che parte da “VISTA”.

L'ambizione di LarioHotels è quella di:

- portare, con Vista, il lusso dove ancora non c'è;
- sviluppare il modello del nuovo brand Vista in città italiane dove la bellezza storica si fonda con la bellezza paesaggistica e dell'ambiente circostante;
- offrire standard qualitativi di servizio eccellenti insieme a un forte tratto di ospitalità italiana in ambienti caratterizzati da un interior design moderno, sofisticato e molto confortevole;
- avere sempre una visione aperta e innovativa dell'accoglienza basata sullo scambio di cultura al fine di rendere l'esperienza del cliente indimenticabile;
- organizzare un ambiente di lavoro stimolante dove tutti i dipendenti si sentono liberi di esprimere le loro identità, capacità, e colgono opportunità di crescita, realizzazione personale, e di emancipazione;
- stimolare lo sviluppo del settore turistico garantendo l'equilibrio del territorio e dell'ambiente, rispettandolo.

Infine LarioHotels crede nell'unione di bellezza con sostenibilità e vuole che gli alti standard di servizio offerto possano essere riconosciuti come frutto dell'impegno riposto nell'adozione di politiche e pratiche sostenibili anche rivolte al contenimento dell'impatto sull'ambiente circostante.

Il nostro business model: un coinvolgimento totale in ogni dettaglio.

Due sono le linee di offerta ai nostri clienti: gli alberghi di “tradizione” - Villa Flori, Terminus e Posta Design - e Vista, boutique hotel 5*L oggi a Como, Verona e dal 2025 a Ostuni.

Il nostro modello di business attualmente si basa sulla proprietà immobiliare e sulla gestione diretta degli hotel, ma in previsione di un'espansione futura, LH sta prendendo in considerazione anche la pura gestione alberghiera. Per scelta, non costruiamo nuove strutture ma acquistiamo edifici storici, spesso iconici e di alto valore, e li rigeneriamo.

Oltre che nella gestione, la proprietà entra attivamente nella progettazione, ristrutturazione, manutenzione dell'hotel proprio per rendere le decisioni e l'operatività agili e veloci e stabilire fin da subito le linee guida e i valori di base del brand: attenzione alla qualità, rispetto per l'ambiente interno e circostante, sostenibilità economica di qualsiasi progetto e restituzione di un valore economico a tutti gli stakeholder.



I nostri hotel.

I nostri hotel si trovano tutti in Italia, in luoghi rinomati per le loro caratteristiche di bellezza naturale e paesaggistica e di elevato valore culturale, artistico e storico. Sono tutti all'interno di edifici d'epoca caratteristici, con uno stile e un'allure particolari, dove lo stile liberty, quello razionalista e quello ottocentesco sono mirabilmente protagonisti.

Sono inoltre situati in aree cittadine di altissimo pregio storico o estetico, e godono - ognuno di essi in un suo modo particolare - di una vista spesso talmente inaspettata da essere indimenticabile. Sono infatti inseriti in territori in cui cultura, bellezza e storia si fondono in modo naturale e perfetto con il paesaggio e una natura unica.

In particolare Vista è caratterizzato dall'attenzione al design, dallo stile e dal servizio eccellente: elementi che fanno di questi hotel non semplici alberghi in cui soggiornare ma vere e proprie esperienze di viaggio e naturali ambasciatori del territorio in cui si trovano. Le caratteristiche degli hotel Vista:

- posizione strategica, nel centro storico
- panorama straordinario: la vista come quinto senso per apprezzare dalla finestra il territorio circostante, che sia il Lago di Como, il vicolo di Verona, o la città bianca
- elegante accoglienza di charme, per generare una esperienza di benessere e relax
- stile esclusivo e riservato, per sostare in tranquillità e consentire la privacy
- interior design italiano, artigianale e di alta qualità
- servizio impeccabile

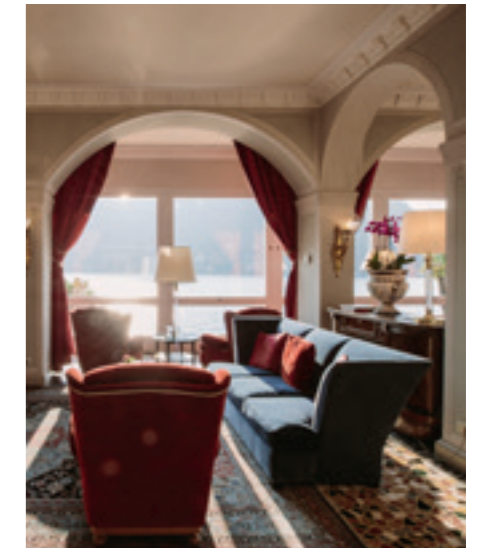
Attualmente il Gruppo LH conta **151 camere e suite**, e la villa sul lago all'interno del parco di Villa Flori, alle quali si aggiungeranno le **28** di Vista Ostuni.



VILLA FLORI

LAGO DI COMO

★★★★S



4 stelle superior. 51 camere, con terrazze a picco sul lago. Lo charme di una villa antica frutto dell'ampliamento di un edificio preesistente, costruita nel 1859 dal marchese Raimondi come dono di nozze per la figlia andata in sposa a Garibaldi. L'hotel conserva ancora gli arredi ottocenteschi nella stanza che ospitò l'"eroe dei due mondi". Nel 1865 viene venduta ad Alessandro Flori, marchese Serramezzana, e dal 1958, di proprietà della famiglia Passera, è diventato hotel. Dal 2024, il Ristorante Raimondi - completamente rinnovato - dà spazio a una cucina di alta qualità sotto la guida del nuovo chef Fabio Castiglioni.

TERMINUS

LAGO DI COMO

★★★★



Inaugurato nel 1920, con un nome che ricorda la sua funzione originale di “spa termale”, questo albergo da 50 camere si trova sul Lungo Lario Trieste, di fronte al lago e a due passi dal Duomo di Como. Lo stile Liberty si riflette in ogni dettaglio, dall’elegante facciata, allo spettacolare loggiato con delicati stucchi e decorazioni alle pareti. L’arredo originario conservato con cura, insieme alle ringhiere e alle lampade in ghisa, riportano in vita il fascino delle abitazioni dell’antica aristocrazia lombarda. Immane la torretta, con il soffitto a volta e una vista a 360 gradi sull’affascinante città. In perfetto equilibrio tra la bellezza del lago e la vita culturale di Como. Il Bar delle terme offre uno spazio intimo e raccolto al pian terreno dell’edificio, che d’estate si estende fino al giardino con una bellissima terrazza fronte lago.

POSTA DESIGN

LAGO DI COMO

★★★



L’hotel più smart della città, in un edificio progettato da Giuseppe Terragni, uno dei fondatori e massimo esponente del razionalismo italiano. Frutto di un compromesso estetico tra essenzialità moderna e eleganza neoclassica, presenta ancora elementi originali, come la scala in marmo giallo d’Istria e le lampade progettate dall’architetto stesso. In pieno centro storico, dall’eleganza minimal e dal design d’autore, offre agli ospiti un’esperienza informale e immersa nella vita cittadina.

VISTA

LAGO DI COMO

★★★★L



Vista Lago di Como si trova all'interno di Palazzo Venezia, prestigioso edificio costruito nel 1870 in stile neogotico, un unicum a Como. Ricavato da una ex-tintoria, testimonia la tradizione manifatturiera della produzione della seta, nonché la vocazione turistica della città. Elemento caratteristico è l'orologio affisso sullo spigolo del palazzo, il più antico di tutto il comune.

L'albergo è situato proprio nella zona dove sorsero i primi hotel di classe del 1800, sul lungolago, ed è impreziosito da un roof top con vista spettacolare che ospita l'Infinity Bar, il Ristorante Sottovoce e la library appartata e silenziosa per cene e piccoli meeting privati. Con 18 suite è il solo cinque stelle lusso di Como. Il nome è una suggestione dell'esperienza che offre agli ospiti: la vista per ciò che sta fuori e che riempie il cuore dentro e gli ampi spazi interni disegnati per garantire silenzio e riservatezza, come vero lusso del nuovo millennio. La bellezza del design italiano più raffinato si unisce a un'atmosfera accogliente, alla privacy totale garantita, a un servizio in linea coi migliori standard internazionali e a un'offerta di servizi su misura. Tutto questo, diventa la cifra de "l'esperienza Vista".

VISTA

VERONA

★★★★L



È il secondo arrivato nella famiglia Vista, aperto l'8 maggio 2022 dopo una completa ristrutturazione di un edificio storico nel centro medioevale di Verona, si compone di 16 suite arredate in stile eclettico, senza tempo e impreziosite con pezzi di design e arredamenti dei migliori artigiani italiani. Si tratta di un palazzo nel cuore del centro storico di Verona, città d'arte patrimonio dell'UNESCO dal 2000 per la sua struttura urbana e raffinata architettura. Qui si possono visitare importanti monumenti, dall'iconica Arena e il notissimo balcone di Romeo e Giulietta, alla misteriosa Verona sotterranea e il romantico Castel San Pietro, da cui godere di un'emozionante vista sulla città. Così come Vista Lago di Como anche Vista Verona è dotato di un roof top da cui ammirare un panorama mozzafiato che si estende dal centro di Verona ai colli circostanti. A completare l'offerta il Ristorante Sottovoce, una cantina per degustazioni di vino, l'Infinity Bar, una Spa con piscina interna, un beauty center e una private spa di 45 mq2.

VISTA

OSTUNI
★★★★L



Vista Ostuni rigenera l'ex Manifattura Tabacchi, luogo iconico della città che è stato per decenni fonte di lavoro per i cittadini locali. L'edificio è simbolo di accoglienza ed ospitalità già dal 1800, quando venne eretto per volere di Suor Maria Raimonda Fuentes con l'intento di riunirvi un orfanotrofio, una casa di riposo per anziani, e una scuola per l'educazione e il lavoro delle giovani in difficoltà. Attraverso la riqualificazione di questo storico building si vuole dare nuova importanza ad una struttura antica, rimasta chiusa per anni e un po' dimenticata. La totale ristrutturazione sarà tanto più di valore quanto più riuscirà a mantenere le caratteristiche architettoniche del luogo. Saremo particolarmente attenti al rispetto del chiostro centrale, che diventerà la hall di accoglienza. Saranno presenti 28 camere, un bar e due ristoranti, una spa, una terrazza panoramica sul tetto, circa due ettari di giardino con orti e ulivi, due piscine esterne e una interna. La fortunata posizione protesa verso il mare, tra la città bianca e la piana degli ulivi, fa vivere la tranquillità di una zona "verde" totalmente preservata, a due passi da uno dei borghi più affascinanti d'Italia.



I nostri ristoranti: il punto d'incontro tra tradizione locale e creatività.

L'ospitalità è la nostra mission, oltre che la fonte principale del nostro business. Ma accogliere, per noi, significa anche ristorazione e promozione delle eccellenze del territorio.

I ristoranti LarioHotels, aperti al pubblico e non solo agli ospiti, rappresentano, nel loro complesso, il 24% del fatturato. Le nostre regole sono poche, semplici ma irrinunciabili: freschezza e stagionalità degli ingredienti, privilegiando ove possibile la provenienza locale da colture biologiche e la denominazione di origine controllata dei prodotti, unitamente ad ambienti raffinati, di charme e di design.



SOTTOVOCE LAGO DI COMO

Segnalato dalla guida Michelin dal 2020, offre una cucina gourmet di altissimo livello che privilegia ingredienti legati al territorio italiano e in particolare quelli di provenienza locale. Lo chef Stefano Mattara propone sia piatti rivisitati, sia piatti innovativi dagli abbinamenti sperimentali e arditi. Mattara è impegnato anche nell'associazione "Gente di lago e di fiume" fondata dallo chef Marco Sacco per sostenere i pescatori di acqua dolce. Per questo motivo, la sua cucina predilige il pescato lacustre. L'**INFINITY BAR** invece, stupisce con drink d'autore e cocktail signature d'avanguardia.



RISTORANTE RAIMONDI - VILLA FLORI

Offre piatti della miglior tradizione italiana, realizzati con cura e attenzione e serviti pied dans l'eau nello scenario unico del Lago di Como. Completamente ristrutturato nell'inverno 2024, ha riaperto in marzo con un nuovo vestito e un bar nuovo per garantire un servizio di qualità anche agli ospiti che desiderano "vivere" il giardino. La filosofia dello chef Fabio Castiglioni è l'italianità, la tradizione, la semplicità, il gusto, la stagionalità e il rispetto della filiera. Il menù comunica il filo diretto con le realtà produttive del territorio Lariano e Italiano votate alla sostenibilità. L'obiettivo è che ogni piatto valorizzi gli ingredienti lavorandoli il meno possibile e preservando i loro sapori originali.



SOTTOVOCE VERONA

Unisce creatività e tradizione, sperimentazione ed eccellenze del territorio. Antichi sapori, rivisitati dallo chef Fabio Aceti in chiave gourmet, accompagnati da una accuratissima selezione dei migliori vini, italiani e di tutto il mondo. Situato all'interno di Vista Verona, l'**INFINITY BAR** offre una vasta scelta di vini e cocktail per tutti i gusti: a chi vuole andare sul sicuro, consigliamo la nostra cantina di vini del territorio, che non hanno bisogno di presentazioni. Rossi, bianchi e bollicine tra i più famosi del mondo vi aspettano, rassicuranti nella loro eccellenza. Ma se vi piace lasciarvi sorprendere, abbiamo in serbo per voi alcune specialità della Lessinia, antica terra a Nord est di Verona.



BAR DELLE TERME - ALBERGO TERMINUS

Propone piatti tipici, e ben caratterizzati, quasi iconici, che sanno farsi apprezzare per le loro caratteristiche locali dagli ospiti di ogni dove, ma sono molto amati anche dai locali. Uno fra tutti, le arcinote lasagne.



POSTA BISTROT

Il Posta Bistrot ha un menu informale e veloce, piatti semplici, fatti apposta per mangiare in poco tempo ed essere pronti a ripartire leggeri verso le proprie attività cittadine. Il bistrot dispone di un piacevole deck esterno e di un dehors appena rinnovato e apprezzato dai comaschi fin dalla sua riapertura.

Il successo LH.



*percentuali riferite al fatturato totale

BUSINESS KEY LARIOHOTELS

	2018	2019	2021	2022	2023
FATTURATO	9.971.000 €	12.298.870 €	8.724.871 €	20.195.957 €	22.830.665 €
EBITDA	3.006.112 €	3.572.284 €	1.785.997 €	6.909.982 €	7.838.004 €
DIPENDENTI* al 31.12.2023	68	93	106	128	174
N° HOTEL	4	4	4	5	5
CAMERE VENDUTE	28.843	35.558	18.284	34.951	32.920
OCCUPANCY %	69%	74%	52%	72%	74%

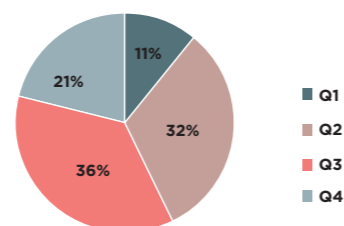
BUSINESS KEY VISTA

	2018	2019	2021	2022*	2023
FATTURATO	1.520.000 €	3.186.000 €	1.688.000 €	6.972.000 €	8.522.000 €
N° HOTEL	1	1	1	2	2
CAMERE VENDUTE	1.826	3.423	1.290	5.165	5.401
OCCUPANCY %	48%	52%	30%	53%	51%

Il calo del tasso di occupancy del 2023 rispetto all'anno precedente (51% nel 2023, 53% nel 2022) è dovuto alla strategia commerciale adottata da LarioHotels nel corso di quest'anno, caratterizzata da una precisa scelta di aumentare il valore delle camere, anziché perseguire maggiori volumi.

STAGIONALITÀ

	Q1	Q2	Q3	Q4
2021	7%	13%	46%	34%
2022	11%	29%	35%	25%
2023	11%	32%	36%	21%



Anche quest'anno, il secondo e terzo trimestre si sono dimostrati quelli con un più alto numero di presenze, mentre il calo dell'ultimo periodo dell'anno è dovuto alla chiusura straordinaria della struttura di Villa Flori, avvenuta con due mesi di anticipo per via della ristrutturazione.

Consapevoli delle possibilità che le nostre città offrono tutto l'anno, siamo impegnati nello sforzo di ridurre tale stagionalità con politiche e strategie dedicate.

* I dati si riferiscono agli ultimi 5 anni completi di attività al netto del 2020, anno anomalo a causa della pandemia da Covid-19. Nel 2022, sono riferiti all'attività di soli 7 mesi di Vista Verona
 ** Corrispondenti a circa 165 dipendenti in Full Time Equivalent

Migliorarsi: parola d'ordine per LarioHotels.

“Dedichiamo ogni singolo giorno ad abbracciare l'arte dell'ospitalità al fine di creare esperienze indimenticabili ed ogni sforzo è volto ad arricchire il viaggio e l'esperienza di coloro che attraversano le nostre porte. Migliorarsi è comunque un percorso continuo che richiede impegno e dedizione costante.”

Cristina Zucchi, General Manager

Abbiamo fatto della ricerca e del raggiungimento dell'eccellenza la vera chiave del nostro successo. Soggiornare da noi significa vivere un'esperienza unica nel suo genere. La filosofia di ospitalità di LH ci ha reso autentici protagonisti di questo settore di nicchia del mercato.

Vista Lago di Como e Vista Verona sono affiliati a “Small Luxury Hotels of the World”.

Gli hotel cui viene riconosciuta l'affiliazione devono avere requisiti precisi, oggetto di attenta valutazione: piccole dimensioni, location eccezionali, cura dei dettagli e i più alti standard di ospitalità. Il processo per entrare a far parte del network di eccellenza è particolarmente scrupoloso e prevede un team di specialisti che ispeziona ogni aspetto delle strutture: dal servizio offerto, dal design, alle amenities, stabilendo poi un punteggio finale. Per mantenere l'affiliazione a Small Luxury Hotels of the World è necessario un punteggio compreso tra il 75% e il 100%. Nel 2023, LH ha ottenuto un punteggio di 97.7% per il Vista Lago di Como e di 98.1% per il Vista Verona (migliorando di ben 4 punti percentuali rispetto all'anno precedente).

Inoltre, Vista Lago di Como è stato premiato come **Best Luxury Hotel 2023** – Lake Como nei Resorts and Retreats Awards, premio ricevuto dalla testata di settore LuxLife Magazine, e come **Italy's Leading Boutique Hotel 2023** nei World Travel Awards.

La **Luxury Spa** di Verona è entrata a far parte di Federspa a seguito dell'eccellente esito delle verifiche a cui è stata sottoposta, e della sua piena conformità con gli stringenti requisiti richiesti e con la normativa internazionale ISO 17679, che ne ha permesso la certificazione.

Inoltre, i clienti di **Biologique Recherche** (noto brand francese di cosmesi professionale con cui Vista Verona collabora) hanno spesso menzionato la Luxury Spa come una delle ragioni principali per l'acquisto dei loro prodotti, evidenziando l'alta qualità dell'esperienza di wellness vissuta.

Ma i veri protagonisti del nostro successo sono prima di tutto gli ospiti. Sono loro la testimonianza più importante del nostro impegno e motivo di grande orgoglio.

Complessivamente, nel 2023 abbiamo accolto **61.184 ospiti**.

Il tasso di **occupancy** delle nostre strutture è in costante crescita (74%, +2% rispetto all'anno scorso), trainato dalle presenze costanti negli alberghi di “tradizione”. Negli hotel Vista, più riservati ed esclusivi, è prevalsa la ricerca di valore piuttosto che della saturazione.

Dalla pandemia, Vista Lago di Como ha ripreso la sua linea di crescita (62% di occupancy rispetto al 52% del 2019), e Vista Verona, nel primo anno completo di attività, si è assestato al 39%.

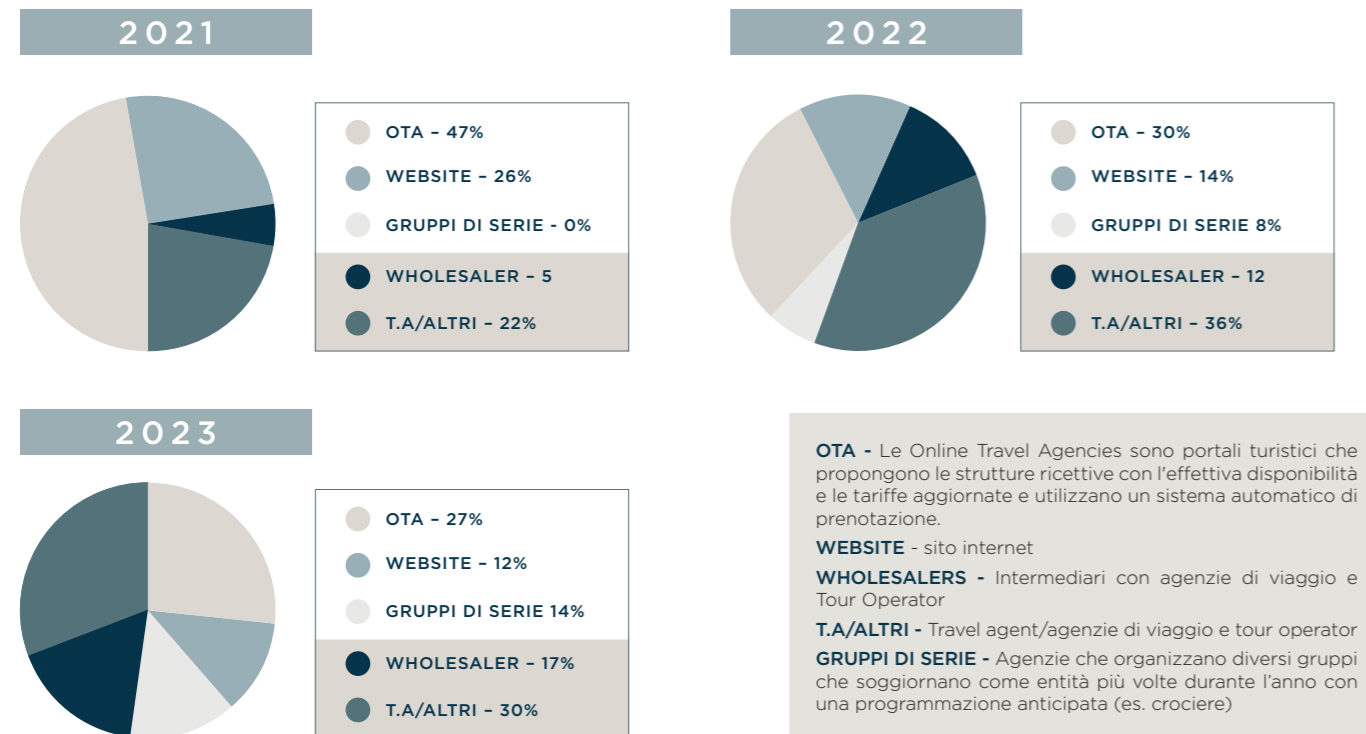
Entrambi gli alberghi hanno **raddoppiato il tasso di fidelizzazione dei clienti privati**, arrivando a 1% per Vista Lago di Como e 4% per Vista Verona: un risultato importante, di cui siamo fieri, considerata la provenienza internazionale della maggior parte degli ospiti.

ADR*	2023	2022	aumento
Terminus	327 €	282 €	16%
Villa Flori	574 €	406 €	41%
Posta Design Hotel	194 €	163 €	19%
Vista Lago di Como	1.455 €	1.264 €	15%
Vista Verona	1.154 €	937 €	23%
OCCUPANCY %	69%	74%	52%

I **check in** sono leggermente diminuiti (-7%), a causa di un periodo più lungo di chiusura per ristrutturazione di Villa Flori. E il numero di **camere vendute** è sceso del 5% rispetto al 2022. Grazie all'aumento della **ADR** (Average Daily Rate) in tutte le strutture, frutto della strategia di posizionamento in corso, il fatturato è aumentato rispetto all'anno precedente.

*L'ADR Average Daily Rate è la tariffa media giornaliera, spesa

Accommodation - Canali di vendita



I tre grafici rappresentano la distribuzione delle prenotazioni ricevute negli anni dai diversi canali di vendita. Si conferma anche per il 2023 la tendenza alla diversificazione di tali canali.

In quest'ottica, la strategia è stata quella di diminuire le camere acquistabili attraverso i canali digitali diretti (le **Online Travel Agencies** e il nostro **sito**), a favore di maggiori disponibilità su altri canali. In particolare, le **Online Travel Agencies (OTA)**, che solo qualche anno fa valevano la metà delle prenotazioni (47% nel 2021), oggi rappresentano circa un quarto del totale (27%). Le vendite dirette tramite i siti degli hotel si mantengono sostanzialmente stabili, seppur in leggero calo rispetto all'anno precedente (da 14% a 12%).

A fronte di ciò, il fatturato è comunque cresciuto del 13,3%, grazie all'aumento dei prezzi online, che ha premiato la nostra capacità di creare e mantenere un legame diretto con i nostri ospiti. L'ADR (Average Daily Rate) è infatti aumentata del 34% per le prenotazioni da sito diretto, e del 21.1% per prenotazioni da OTA.

La quota di prenotazioni realizzata tramite Wholesalers e Agenzie è rimasta stabile sul 47%, garantendo così una buona generazione di clientela, pur a fronte di un fatturato più contenuto.

Da segnalare infine l'importante e accurato lavoro di analisi e selezione dei canali più attivi, che ha portato LH a **dare più spazio alle agenzie e ai canali più efficaci** e migliorato il nostro bacino di intermediari.

“ Check in was great and they have parking on site. Our room was ready when we checked in a bit early which is always so helpful. The room was great, actually a small suite so we had lots of room and the bathroom was excellent. We had a view of the piazza next us, the ferry terminal and lake from our window. The maid service was among the best ever. They did a great job and seemed to know exactly when to show up - as well as turn down service. The breakfast was great, and the service even better. A great stay.

Recensione su Booking.com per il **Terminus** - Luglio 2023

“ The hotel, the location and the service was excellent. the view is unreal and the hotels waterside location means you wake up to the most incredible view of the lake and mountains. service was generally excellent but special mention to Mattia the concierge who is easily the best we've had anywhere. his service is exemplary and ensured we were very well taken care of. he is the difference maker who has ensured we will return. we get married on the lake later this year and have recommended Villa Flori to our guests. thanks to mattia and the team for taking such good care of us.

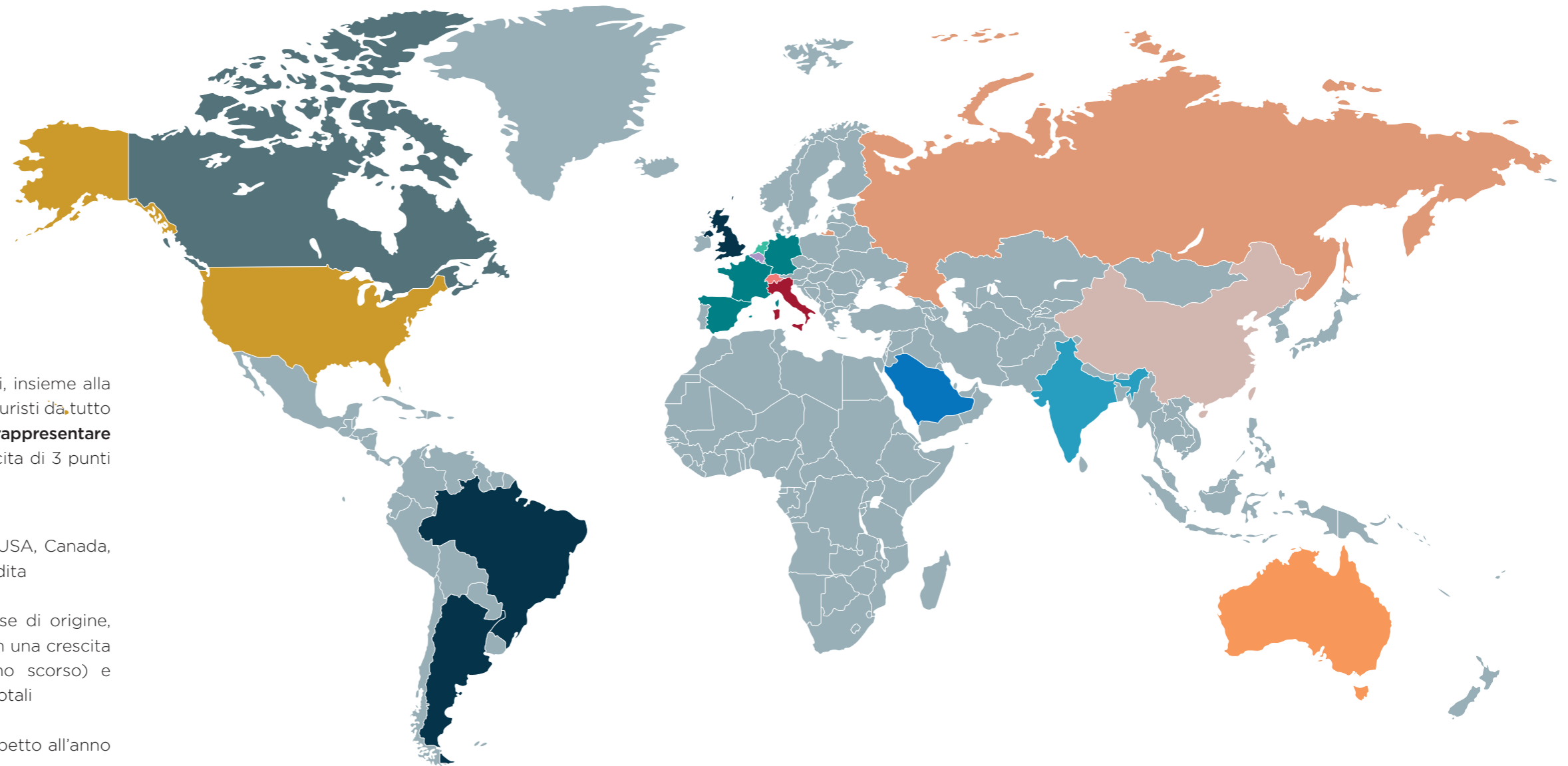
Recensione su Booking.com per **Villa Flori** - Aprile 2023

“ Seriously the best hotel we stayed at. Immaculate decor, exquisite attention and excellent service/facilities. The staff was incredibly nice, they couldn't do enough for us! We were very well taken care of, and from the room to the treats we received upon checkout this was the best experience ever! Breakfast was great with lots of options and the ladies at the restaurant are super friendly; we ordered room service for dinner and it was delicious, they recommended a bottle of wine for us and it was so good! Terrace has insane views and hotel is in a prime location. Spa is also great, massages were the best. We enjoyed everything, we couldn't have chosen a better place. If we come back to the city, we will definitely return to Vista Verona, we're in love, grazie mille!

Recensione su Booking.com per **Vista Verona** - Dicembre 2023



Gli ospiti LH nel mondo.



Le nostre strutture e l'eccellenza dei nostri servizi, insieme alla attrattività dei luoghi in cui operiamo, richiamano turisti da tutto il mondo. La **clientela internazionale è arrivata a rappresentare il 95% del nostro mercato**, con una ulteriore crescita di 3 punti percentuali rispetto al 2022.

- Oltre il 57% proviene da **Paesi oltre oceano**: USA, Canada, Australia, Argentina, Brasile, India, Arabia Saudita
- Gli **USA** rimangono in assoluto il primo Paese di origine, raggiungendo ormai il 47% della clientela (con una crescita di ben 6 punti percentuali rispetto all'anno scorso) e raggiungendo così quasi la metà degli ospiti totali
- Le presenze **australiane** sono raddoppiate rispetto all'anno passato, tornando ai livelli pre-pandemia
- Complessivamente, i clienti provenienti dall'**Europa** (principalmente UK, Francia, Germania, Spagna, Svizzera, Belgio e Olanda) sono pari al 28%, in calo rispetto al passato
- **UK** si conferma al secondo posto, mantenendo il 7% di presenze
- Gli ospiti **italiani** rappresentano il 5% del totale

I primi 10 Paesi di origine valgono il 78% del fatturato LH annuo. Nel 2023, LH ha avuto ospiti di 124 nazionalità diverse, in leggera diminuzione rispetto alle 132 del 2022, ma ben superiore ai 107 del pre-pandemia.

	2021	2022	2023
USA	17%	41%	47%
CANADA	1%	2%	2%
ARG/BRA	0%	1%	1%
AUSTRALIA	0%	2%	4%
INDIA	1%	1%	1%
CINA	0%	0%	0%
ARABIA SAUDITA	1%	2%	2%

	2021	2022	2023
UK	3%	7%	7%
FRA/GER/SPA	24%	11%	8%
RUSSIA	2%	1%	1%
ITALIA	16%	8%	5%
SVIZZERA	9%	4%	4%
BELGIO	4%	1%	1%
OLANDA	4%	1%	1%

Comunicazione e presenza digitale.

La strategia di comunicazione del 2023 si è focalizzata sul posizionamento del brand Vista come sinonimo di altissima qualità e allo stesso tempo di sostenibilità. A livello di gruppo, abbiamo condiviso la scelta benefit con i nostri interlocutori, valorizzando il percorso intrapreso e permettendo a chiunque di scoprire i nostri valori, il nostro impegno, i nostri risultati.

Abbiamo innanzitutto lavorato a **livello corporate**, per creare brand awareness e affermare la nostra identità di gruppo sostenibile, attraverso conferenze stampa a Milano, Verona e Como e attività stampa a livello nazionale e internazionale.

Sul fronte della comunicazione prodotto, l'intento è stato quello di distinguerci presentando in particolare **tre dei nostri servizi di eccellenza**:

- la **Luxury Spa** all'interno del Vista Verona, con i dettagli che la rendono unica: le piscine d'incanto sopra all'antico Pozzo di Romeo, i trattamenti di dermocosmesi di Biologique Recherche, la Spa Suite dove il vero plus è lo spazio per avere una privacy totale.
- il **Ristorante Sottovoce Vista Como**, con i numerosi riconoscimenti ottenuti, le cui creazioni hanno risvegliato l'interesse di critici gastronomici, e non solo.
- il **Ristorante Sottovoce Vista Verona**, entrato a far parte della Guida ai migliori ristoranti d'Italia dell'Espresso, con il riconoscimento di un cappello.

Sul fronte dei **media**, contiamo nell'anno **212 uscite stampa*** che raccontano di noi. Molti di questi contenuti valorizzano la nostra identità benefit, altri ci riconoscono Premi e riconoscimenti, altri ancora anticipano l'apertura di Ostuni.

92 articoli corporate	TEMA	36 articoli Vista Verona	TEMA	79 articoli Vista lago di Como	TEMA
31	Benefit e Sostenibilità	10	SPA Vista Verona	29	Ristorante Sottovoce Como
31	Apertura Vista Ostuni nel 2025	10	Ristorante Sottovoce Verona	10	Charity Dinner per Cometa
30	Gruppo LH: interviste ed eventi	16	Vista Verona	22	World Travel Awards
				18	Vista Lago di Como

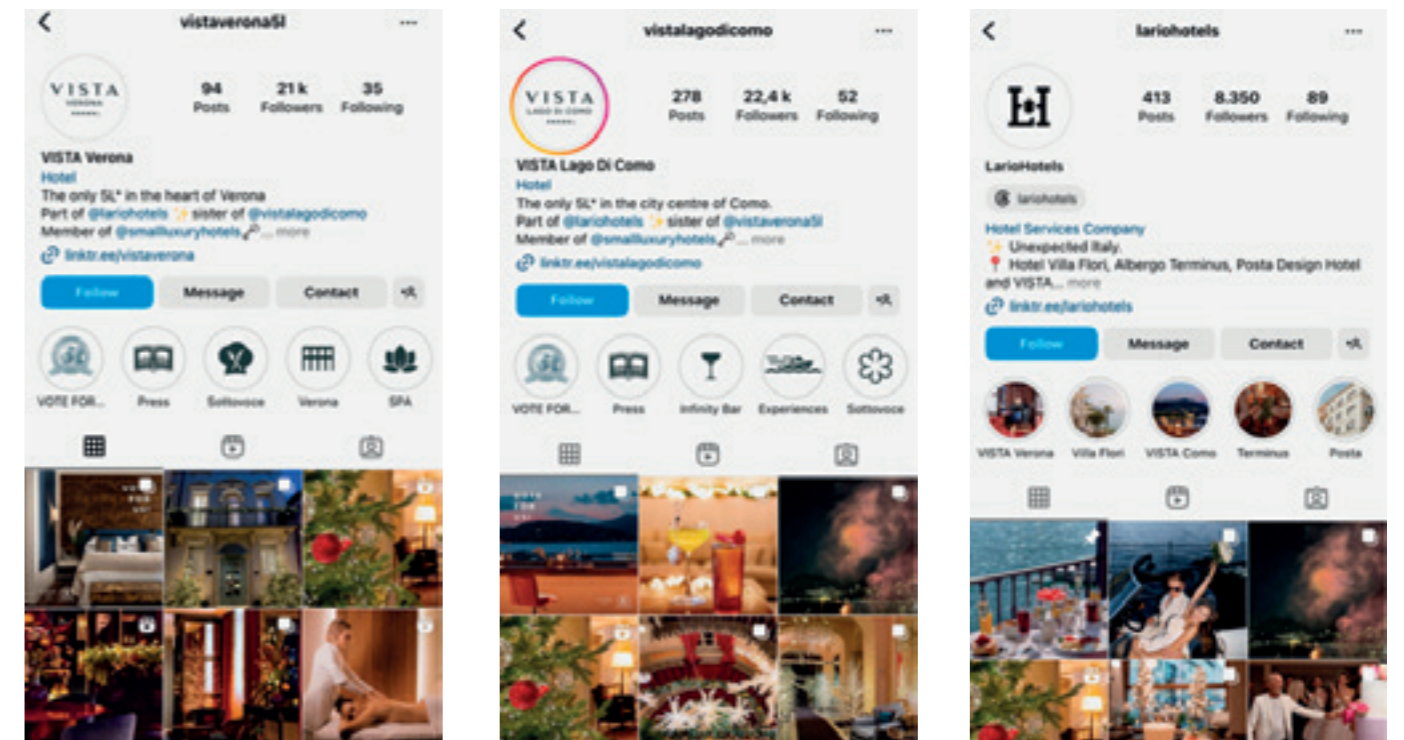


*tra cartaceo e online

Abbiamo rinforzato la nostra presenza sui **social media**, in continuità con l'importante lavoro avviato negli scorsi anni. Il risultato è stato un notevole aumento di engagement sulle nostre pagine.

La nuova pagina **Instagram** dedicata a Vista Verona, aperta a metà 2022, ha visto in poco tempo più che raddoppiati i propri lettori raggiungendo i 21 mila follower. Si è avvicinata così agli ottimi risultati raggiunti dalla pagina di Vista Lago di Como che ne vanta ormai più di 22 mila. Il profilo Instagram di gruppo presenta una crescita meno accentuata ma costante, guidata da contenuti corporate e dedicati alle destinazioni.

Mossi dal desiderio di far conoscere anche alle giovani generazioni la bellezza dell'Italia, abbiamo anche provato a sperimentare il canale di **TikTok**, promuovendo immagini e video delle nostre località.



		totale post ig	totale storie
LarioHotels	1 Gennaio - 31 Dicembre 2023	44	767
Como	1 Gennaio - 31 Dicembre 2023	37	360
Verona	1 Gennaio - 31 Dicembre 2023	36	400

Anche quest'anno, abbiamo preso parte ai principali **eventi** di settore:

- International Luxury Travel Market (ILTM), a Cannes in dicembre 2023: the flagship luxury travel trade show, la fiera più importante dell'hotellerie
- DUCO Travel Summit, a Firenze a marzo 2023: la fiera italiana che promuove agli advisor statunitensi le eccellenze dell'ospitalità italiana

Una stretta relazione digitale con i nostri clienti

Sul fronte della comunicazione digitale, il sito internet di gruppo, www.lariohotels.com, resta un punto di riferimento importante per il dialogo con i nostri stakeholder.



Grazie al nostro sistema di **review management system**, siamo in grado di coltivare le relazioni con i nostri clienti anche una volta che sono rientrati a casa. Monitoriamo con attenzione ogni commento, prendiamo in carico le osservazioni ricevute e siamo così in grado di dare una risposta puntuale al 99,6% delle recensioni ricevute.

Inoltre, con **Qualitando** (un software di raccolta dati compliant alla privacy europea), nel momento di accesso al Wi-Fi, previo consenso, raccogliamo le nuove e-mail degli ospiti, e a seguire li ricontattiamo con informazioni, offerte e newsletter riguardanti gli hotel e il nostro territorio.

Disponiamo oggi di un database di oltre **10.000 ospiti**, con i quali restiamo in contatto anche grazie alle newsletter. Nel 2023, ne abbiamo inviate quaranta con un **tasso di consegna pari al 99%**, a conferma dell'accuratezza del database, e un **opening rate molto elevato pari al 74%**.

Questa procedura rispettosa della relazione con i nostri ospiti, ci permette di avere un **database che cresce di circa 1.000 contatti** al mese per Villa Flori e Terminus e di 200 al mese in totale per gli altri: un importante patrimonio di relazioni, una clientela fidelizzata e uno strumento in più per continuare a far conoscere le bellezze dell'Italia nel mondo.

L'obiettivo 2024 è di far crescere ancora i nostri contatti e le nostre pagine social, per raggiungere più persone possibili con una comunicazione di altissima qualità, volta non solo alla promozione degli hotel ma anche e soprattutto del territorio. Il 2024 sarà inoltre l'anno di lancio dei nuovi siti Vista.



Futuro è avere sempre nuovi progetti.

L'obiettivo è crescere, diventare più grandi, migliorarsi per poter offrire di più ai nostri ospiti mantenendo alta l'attenzione sulla sostenibilità.

Stiamo investendo principalmente nello sviluppo della catena Vista in Italia, a partire dalla prossima apertura di Vista Ostuni, prevista per il 2025. Lo facciamo in città storiche e suggestive, dove l'offerta di alta gamma non è ancora pienamente sviluppata, ma dove la crescita del turismo previsto per i prossimi anni richiederà strutture di qualità.

Un'Italia ancora da scoprire: destinazioni di grande bellezza e valore, ma che non dispongono ancora di strutture adeguate alla loro attrattività.

Questo il nostro obiettivo strategico principale: rivolgerci, cioè, ad un target di turisti esigenti e raffinati, che attualmente non trova risposta alle proprie aspettative.

Particolare attenzione stiamo dedicando al Sud e Centro Italia. Stiamo inoltre definendo il progetto di ampliamento e ristrutturazione di Vista Lago di Como.

E per rimanere in territorio comasco, continueremo la riqualificazione di Villa Flori attraverso lo sfruttamento più razionale di alcune aree come la Gran Lago Suite; la costruzione di una spa con piscina dedicata agli ospiti. È anche previsto il riassetto del parco a lago, per continuare la tradizione dei giardini delle ville sul Lago di Como.



Relazione di impatto 2023.

In qualità di Società Benefit, in questa sezione intendiamo rendicontare le attività che abbiamo svolto nel corso del 2023 per il perseguimento delle Finalità di Beneficio Comune, come da nostro impegno statutario.

Oltre alla descrizione delle attività svolte, cerchiamo di dare evidenza dei risultati ottenuti e, ove possibile, degli impatti generati sui nostri ospiti, sulle persone che lavorano con noi, sul territorio e sulla comunità in cui siamo inseriti e sull'ambiente.

Per valorizzare il contributo dato dalle nostre attività allo sviluppo sostenibile, prendiamo come riferimento:

I SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS delle Nazioni Unite (SDGs), un programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità sottoscritto nel settembre 2015 dai governi dei 193 Paesi membri dell'ONU.

www.un.org/sustainabledevelopment

L'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile ingloba 17 Obiettivi in un grande programma d'azione per un totale di 169 'target' o traguardi. I Paesi coinvolti si sono impegnati a raggiungerli entro il 2030, invitando imprese e organizzazioni private a fare altrettanto.



IL BENESSERE EQUO E SOSTENIBILE (BES), il principale riferimento italiano, promosso dall'ISTAT con l'obiettivo di valutare il progresso della società non soltanto dal punto di vista economico, ma anche sociale e ambientale

www.istat.it/it/benessere-e-sostenibilita

Per la misura del benessere in Italia sono stati individuati 12 domini fondamentali, per un totale di 153 indicatori. L'analisi dettagliata degli indicatori, pubblicata annualmente nel Rapporto BES a partire dal 2013, mira a rendere il Paese maggiormente consapevole dei propri punti di forza e delle difficoltà da superare per migliorare la qualità della vita dei cittadini.



Per la rendicontazione di quest'anno si è scelto inoltre di appoggiarsi ad alcuni indicatori di carattere generale inclusi negli **Standard GRI - Global Reporting Initiative**, sistema di reportistica di sostenibilità riconosciuto a livello internazionale.

www.globalreporting.org









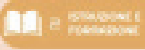

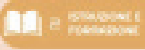







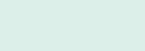



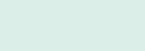


Ove possibile, si è inoltre scelto di riconciliare tali indicatori con i nuovi **European Sustainability Reporting Standard (ESRS)**, emanati a luglio 2023 dal European Financial Reporting Advisory (EFRAG).



Report del Beneficio Comune.

L'impatto delle attività 2023, in sintesi.

FINALITÀ DI IMPATTO		VALUTAZIONE DI IMPATTO 2023		BENEFICIO PER LA SOCIETÀ			
FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE	OBIETTIVO SPECIFICO	AZIONI REALIZZATE	IMPATTO GENERATO 2023 (VS 2022)	STAKEHOLDER	SDG	BES	
1. Promuovere il lavoro come fonte di riconoscimento sociale, dignità e realizzazione della singola persona, che favorisca la partecipazione appassionata al progetto di impresa come fattore chiave di sviluppo e arricchimento per LH stessa	1.1 Offrire opportunità di crescita e un ambiente di lavoro stimolante nel quale i dipendenti ed i collaboratori si sentano liberi di esprimere le proprie capacità e di investire su loro stesse, alimentando la passione per l'hotellerie e condividendo una cultura di resilienza, gentilezza, sfida e coraggio.	<ul style="list-style-type: none"> Occupazione complessiva di 261 lavoratori, di cui 114 a tempo indeterminato Promozione di un ambiente di lavoro sicuro, sano e stimolante Riconoscimento di LH come Great Place to Work (67% valuta LH un ambiente piacevole, stimolante e gratificante) Piano di formazione delle competenze dei collaboratori Promozione di una formazione aperta che apra lo sguardo alla bellezza e alla scoperta dei luoghi d'arte Momento annuale di formazione e condivisione "LH Team Days" 2° giornata di volontariato aziendale in Cometa 	<ul style="list-style-type: none"> 29 nuovi contratti a tempo indeterminato - VS 19 6% lavora in LH da più di 10 anni - VS 7% 10% dei dipendenti ha avuto una crescita o un avanzamento di carriera - VS 27% Tasso di turnover dei collaboratori fissi: 11% 	Dipendenti	 		
	1.2 Garantire uguaglianza di trattamento e equità a tutti i livelli dell'organizzazione, attraverso pratiche e politiche inclusive.	<ul style="list-style-type: none"> Implementazione del piano di welfare aziendale per il 100% dei dipendenti Assessment rispetto alla parità di genere Equità salariale: verifica di assenza di gender pay gap Parità di genere anche negli organi di controllo Attenzione alla Diversity & Inclusion 	<ul style="list-style-type: none"> Lavoro femminile: 43% - VS 37% > 100% Dirigenti > 63% Impiegate > 38% Operaie 56% lavoratori di origine straniera - VS 33% Divario retributivo: 10,5% Gender pay gap complessivo: -0.08% 	<ul style="list-style-type: none"> Lavoro femminile: 43% - VS 37% > 100% Dirigenti > 63% Impiegate > 38% Operaie 56% lavoratori di origine straniera - VS 33% Divario retributivo: 10,5% Gender pay gap complessivo: -0.08% 	Dipendenti	 	
	1.3 Incoraggiare l' inserimento lavorativo attraverso programmi di formazione professionalizzante e lo sviluppo di carriera nel settore dell'hotellerie, con attenzione particolare ai giovani talenti e alle persone appartenenti a categorie svantaggiate nell'accesso all'occupazione.	<ul style="list-style-type: none"> Accoglienza di 33 giovani in alternanza scuola lavoro Attivazione di 7 tirocini con studenti provenienti dalle scuole tecniche del territorio 2 ragazzi di Cometa in tirocinio formativo Collaborazione al Minimaster Alberghiero del progetto "Questa casa è un albergo" di Cometa Formazione 	<ul style="list-style-type: none"> 31 % dei lavoratori LH ha meno di 30 anni - VS 35% 9.000 ore di formazione per i giovani del territorio - VS 5.000 42 studenti in stage formativi - VS 32 12 ragazzi di Cometa lavoratori a tempo indeterminato in LH 	<ul style="list-style-type: none"> 31 % dei lavoratori LH ha meno di 30 anni - VS 35% 9.000 ore di formazione per i giovani del territorio - VS 5.000 42 studenti in stage formativi - VS 32 12 ragazzi di Cometa lavoratori a tempo indeterminato in LH 	Giovani e persone con minor accesso al lavoro		
2. Generare un impatto positivo sulla comunità locale e sostenere la cultura e la conservazione della bellezza dei luoghi dell'arte, promuovendo un "turismo benevolo" che offra anche opportunità di arricchimento culturale per gli ospiti.	2.1 Offrire agli ospiti occasioni di arricchimento culturale, attraverso la proposta della storia e la tradizione del territorio italiano : culturale, artistica, artigianale, enogastronomica, imprenditoriale.	<ul style="list-style-type: none"> Offerta di 12 itinerari personalizzati accompagnati dal nostro butler a Como e 5 itinerari a Verona 258 private tours organizzati tra Como e Verona 1.597 ore di navigazione con boat tours sul Lago di Como 2 spettacoli e 1 presentazione ospitati in albergo Promozione di spettacoli e concerti di musica classica in rete con il Teatro Sociale di Como Promozione dell'enogastronomia italiana, cocktail list con drink della tradizione rivisitati e cena a 4 mani dei nostri Chef Negli alberghi Vista, Linea Cortesia alla Sericina: un prodotto italiano esempio di economia circolare, composto da materie prime naturali provenienti dalla seta 	<ul style="list-style-type: none"> 1.308 ospiti coinvolti in esperienze culturali promosse da LarioHotels - VS 765 100 biglietti messi a disposizione degli ospiti per visite a siti FAI 100% prodotti Made in Italy nella linea cortesia per la cura del corpo 	Ospiti	 	 	
	2.2 Valorizzare e sostenere la cultura e la conservazione della bellezza dei luoghi dell'arte italiani, sviluppando una visione aperta e innovativa dell'accoglienza, basata sullo scambio di cultura e competenze tra gli attori del territorio.	<ul style="list-style-type: none"> Tutti gli alberghi si trovano in città d'arte e dal forte valore paesaggistico: oltre a Como, consolidamento della presenza a Verona e avvio cantiere a Ostuni Partnership a reti d'impresa: Convention Bureau Lake Como, Associazione Alberghieri di Confcommercio, Federalberghi e Como Imprenditori Alberghi Partnership con organizzazioni istituzionali del territorio: il Museo della Seta di Como, il Teatro Sociale, la Fondazione Arena di Verona, il Tavolo Cultura e turismo Collaborazioni a supporto di eventi locali: TEDX Lake Como, il Festival della Luce ed altre Dal 2019 siamo Golden Donor FAI Disponibilità di strutture e servizi per eventi di raccolta fondi a favore di associazioni del territorio quali Cooperativa Sociale Sim-patia, Cometa e Associazione Amici di Cometa Collaborazione con l'Assessorato al Turismo in supporto all'accoglienza di giornalisti e media per promuovere il territorio. Preferenza a fornitori operanti sui territori locali 	<ul style="list-style-type: none"> 61.184 visitatori ospitati nelle città d'arte - VS 63.241 € 9.902.566 spesi sui territori - VS € 6.579.755: € 8.657.478 a Como e € 1.245.087 a Verona € 25.000 di camere offerte gratuitamente per sostenere il sistema turistico locale - VS € 21.000 Numerose partnership per la comunità € 89.214 di donazioni alla comunità - VS € 44.000 	<ul style="list-style-type: none"> 61.184 visitatori ospitati nelle città d'arte - VS 63.241 € 9.902.566 spesi sui territori - VS € 6.579.755: € 8.657.478 a Como e € 1.245.087 a Verona € 25.000 di camere offerte gratuitamente per sostenere il sistema turistico locale - VS € 21.000 Numerose partnership per la comunità € 89.214 di donazioni alla comunità - VS € 44.000 	Territorio, sistema turistico e culturale italiano	 	
3. Promuovere un turismo che possa svilupparsi in equilibrio e nel rispetto dell'ambiente, mantenendo un rapporto armonioso tra l'essere umano e il territorio circostante e preservando la bellezza del paesaggio.	3.1 Ridurre gli impatti ambientali delle strutture e delle operations, utilizzando in modo efficiente e cosciente le risorse e puntando a una riduzione progressiva dei consumi.	<ul style="list-style-type: none"> Assessment per il calcolo della Carbon Footprint al fine di individuare hotspot e implementare azioni di riduzione dei consumi e delle emissioni Approvvigionamento energetico 100% da fonti rinnovabili negli alberghi Vista Lago di Como, Posta Design e Terminus Pratiche virtuose di contenimento dei consumi energetici, grazie all'installazione di lampadine LED a basso consumo e all'impianto di riscaldamento e condizionamento con pompe di calore Negli alberghi di Como, pratiche virtuose di gestione delle risorse idriche, con utilizzo di acqua di lago per l'impianto di condizionamento e la relativa reimmissione in falda dopo averla rifiltrata Presidio dell'attività di lavanderia per ridurre i consumi Promozione della mobilità sostenibile: 4 colonnine di ricarica per automobili elettriche, convenzione per affitto di automobili ed e-bike, bike room per deposito biciclette a Villa Flori Scelte responsabili per sostituire la plastica monouso delle bottigliette d'acqua Utilizzo di stoviglie eco compatibili per pic-nic e gite fuori hotel Digitalizzazione dei processi per ridurre l'impiego di carta e utilizzo carta certificata FSC Progetto pilota di introduzione dispenser con refill detersivi per ridurre i flaconi di plastica utilizzati Ristrutturazione di Vista Ostuni in corso con attenzione alla sostenibilità edilizia 	<ul style="list-style-type: none"> Riduzione del consumo di elettricità pro capite (2023/2022): -5% - VS -27% Riduzione del consumo di gas pro capite (2023/2022): -9% - VS -41% Riduzione Carbon Footprint (2023/2022): -43% Riduzione Carbon Footprint media per metro quadro (2023/2022): -55% Indice di intensità di carbonio sul fatturato: 24,41 N. 339.658 Bottigliette di plastica da 0,5l risparmiate in quattro anni 	Ambiente	  		
	3.2 Promuovere un meccanismo virtuoso che consenta di offrire il meglio in tavola, promuovendo prodotti locali e da filiera corta .	<ul style="list-style-type: none"> Scelta di ingredienti alimentari freschi e di stagione, preferibilmente locali Offerta vinicola di alta qualità, per la maggior parte DOC o DOCG Preferenza a fornitori locali, con acquisto diretto Cucina sana, capace di rispondere alle esigenze di tutti i regimi dietetici Attenzione allo spreco alimentare 	<ul style="list-style-type: none"> 74% della spesa alimentare resta sul territorio locale di Como e Verona - VS 74% 	<ul style="list-style-type: none"> 74% della spesa alimentare resta sul territorio locale di Como e Verona - VS 74% 	Ambiente e comunità locale		
	3.3 Operare in sinergia con gli altri stakeholder, per la diffusione di politiche e pratiche sostenibili che attivino circoli virtuosi di evoluzione della filiera .	<ul style="list-style-type: none"> Contributo al dibattito pubblico sui temi della sostenibilità e dello sviluppo locale sostenibile 	<ul style="list-style-type: none"> 3 tavoli in cui si è affrontato il tema della sostenibilità o dello sviluppo locale sostenibile 	<ul style="list-style-type: none"> 3 tavoli in cui si è affrontato il tema della sostenibilità o dello sviluppo locale sostenibile 	Territorio, sistema turistico e culturale italiano Comunità locale		

1° Finalità di Beneficio Comune.

Target SDG

Target BES



Promuovere il lavoro come fonte di riconoscimento sociale, dignità e realizzazione della singola persona, che favorisca la partecipazione appassionata al progetto di impresa come fattore chiave di sviluppo e arricchimento per LH stessa.

dallo Statuto LarioHotels

Il 2023 è stato un anno di soddisfazione per noi, perché ha visto crescere e consolidare il gruppo di persone che lavora in LarioHotels. Anche grazie alla messa a regime di Vista Verona, che oggi conta 49 dipendenti (19% del totale), i colleghi che hanno scelto LarioHotels sono stati 261, 40 in più dell'anno scorso. Le collaborazioni a tempo indeterminato sono aumentate del 44% (passando da 79 a 114), segno di un legame che si rafforza e che vive delle iniziative e attenzioni che ogni giorno scegliamo di dare ai dipendenti. Così come aumentata è la presenza femminile, che arriva oggi a rappresentare il 43% del team (era 37% l'anno scorso), ben presente in tutti i livelli. Le diversità si confermano una ricchezza e un patrimonio prezioso per il gruppo: i colleghi di nazionalità straniera sono arrivati a coprire oltre la metà dell'organico, circa un terzo di colleghi non arriva ai 30 anni.

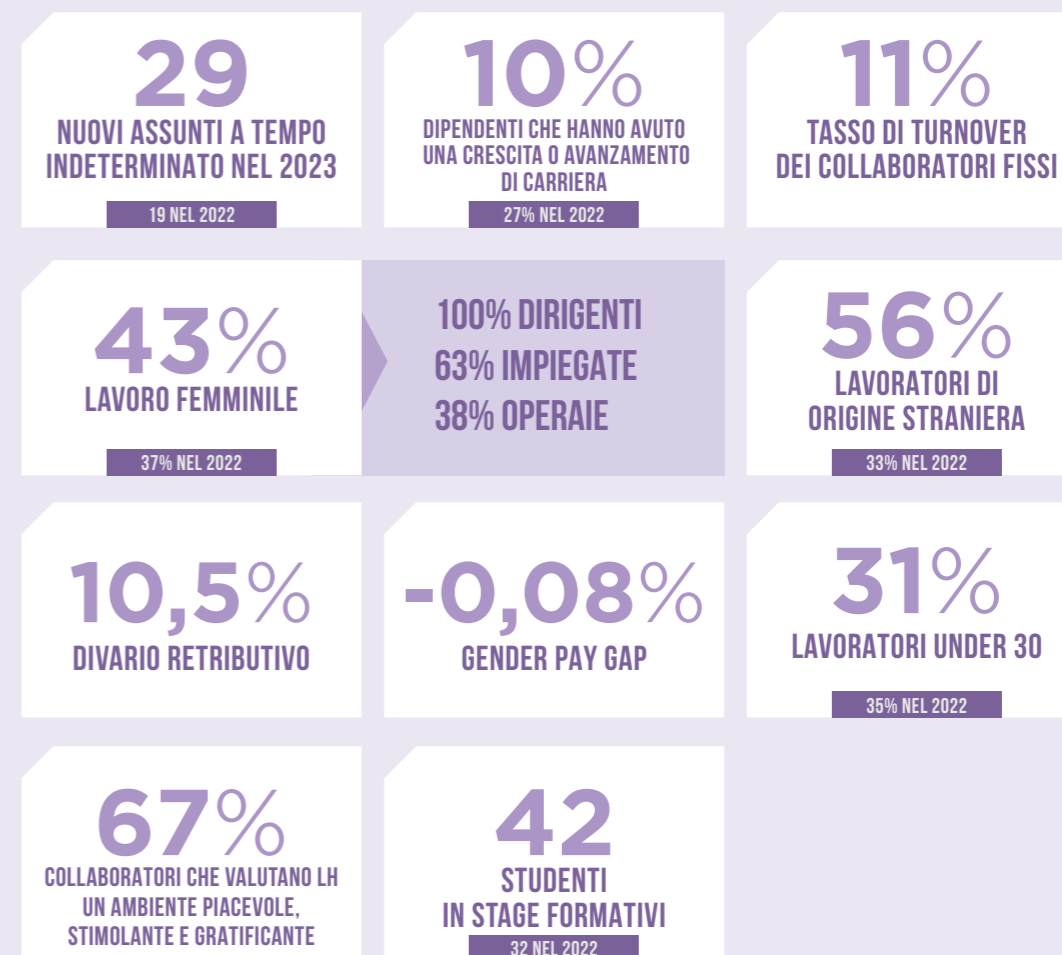
Che sia la formazione, le politiche di conciliazione vita lavoro, o l'attento presidio delle tematiche di genere, gli sforzi per essere un ambiente di lavoro speciale si sono confermati parte del nostro dna. E quest'anno, siamo fieri del risultato ottenuto: la certificazione Great Place to Work.

“Anno su anno continuiamo a investire e a credere sempre di più che le persone siano il nostro valore più prezioso; nel presente e ancora di più nel futuro dell'industria del turismo la valorizzazione del capitale umano sarà il pilastro più importante di tutti.

Luigi Passera, CEO di LarioHotels



Highlights 2023



1.1

Offrire opportunità di crescita e un ambiente di lavoro stimolante nel quale i dipendenti ed i collaboratori si sentano liberi di esprimere le proprie capacità e di investire su loro stesse, alimentando la passione per l'hôtellerie e condividendo una cultura di resilienza, gentilezza, sfida e coraggio.



Riferimenti GRI: 2-7; 2-8; 401-1; 403-6; 404-1; 404-2; 404-3
Riferimenti ESRS: S1-1; S1-6; S1-7; S1-13; S1-14

Un team che cresce e si consolida: questo ci dicono i numeri. Nel corso dell'anno, hanno collaborato con noi 261 professionisti dell'ospitalità, di cui 111 donne. Delle 174 persone che al 31 dicembre erano in forze al Gruppo, il **60%** contava su un contratto a tempo indeterminato, e 18 di loro (il 10%) aveva ricevuto una promozione o una crescita.

Crescita che ricerchiamo e incoraggiamo, stimolando i colleghi a **formarsi**, confrontarsi e imparare ogni giorno. Sono 26 le partecipazioni ai corsi di quest'anno, tra appuntamenti volti a sviluppare l'intelligenza emotiva e le capacità di gestione dei team, e focus tecnici quali video making e nuovi approcci al revenue management. Crediamo inoltre nel valore delle **esperienze come occasioni formative**: che sia la partecipazione alla annuale Luxury Hospitality Conference, con 12 middle managers iscritti, o la testimonianza attiva che portiamo nel dialogo con gli studenti dello IATH, con 22 ore di docenza.

“ La formazione è un investimento per sé stessi, il fatto che l'azienda ci abbia dato questa opportunità di crescita professionale e personale dimostra quanto LarioHotels creda nei dipendenti, tanto da sapere che sono persone prima che collaboratori.

Anita Gagliano, Capo ricevimento - Posta Design Hotel

Coltiviamo il **clima aziendale** ricercando la coesione di gruppo anche con attività speciali quali gli **LH Team Days**: gli incontri annuali in cui - a prescindere dalla struttura - il personale si ritrova come unica azienda. L'ultimo si è tenuto a Firenze, con visita guidata a questa magica città, un incontro di approfondimento sul clima aziendale e l'intervento della psicoterapeuta Roberta Giommi.

Piacevole, utile ed emozionante è stata anche la giornata di **volontariato aziendale** svolta con Associazione Cometa: 32 colleghi hanno scelto di vivere insieme questa giornata, dedicata al riordino del bosco ma anche, soprattutto, a condividere i valori fondanti della azienda e rafforzare il senso di appartenenza dei nostri dipendenti. E volta all'incontro dell'altro: bambini e ragazzi della scuola Oliver Twist ma anche colleghi da scoprire in altra veste.

DIPENDENTI E COLLABORATORI PER TIPO DI CONTRATTO, COMPLESSIVI NEL CORSO 2023							
	UOMINI	DONNE	TOT 2023	UOMINI	DONNE	TOT 2022	DIFFERENZA
Numero di collaboratori complessivo	150	111	261	140	81	221	+18%
Contratto a tempo Indeterminato	70	44	114	50	29	79	+44%
Contratto a tempo Determinato	76	66	142	89	51	140	+1%
Altro contratto	4	1	5	1	1	2	
Full-time	147	109	256	138	80	218	
Part time	3	2	5	2	1	3	

DIPENDENTI E COLLABORATORI PER TIPO DI CONTRATTO, AL 31.12.2023							
	UOMINI	DONNE	TOT 2023	UOMINI	DONNE	TOT 2022	DIFFERENZA
Numero di collaboratori complessivo	100	74	174	75	53	128	+36%
Contratto a tempo Indeterminato	64	40	104	46	29	75	+39%
Contratto a tempo Determinato	34	33	67	28	23	51	+31%
Altro contratto	2	1	3	1	1	2	
Full-time	99	73	172	74	53	127	
Part time	1	1	2	1		1	

DIPENDENTI E COLLABORATORI PER STRUTTURA, AL 31.12.2023			
	UOMINI	DONNE	TOTALE 2023
Numero di dipendenti complessivo	150	111	261
Villa Flori	47	27	74
Terminus	30	17	47
Posta Design	19	17	36
Vista Lago di Como	22	18	40
Vista Verona	27	22	49
Uffici	5	10	15

Anzianità di servizio in LH		TOT	Donne	Uomini
Oltre 10 anni	prima del 2014	15	8	7
Tra 5 e 10 anni	da 2015 e 2019	37	17	20
tra 2 e 4 anni	da 2020 a 2022	64	13	46
meno di 1 anno	nel 2023	145	68	77
		261		

COLLABORATORI CHE HANNO LASCIATO LH NEL 2023, SUDDIVISI PER MOTIVAZIONE				
	A TEMPO INDETERMINATO	A TEMPO DETERMINATO	ALTRO	TOTALE
Collaboratori che nel 2023 hanno lasciato LH	10	75	2	87
dimissioni	9	16	0	
termine del contratto	0	36	2	
non superamento prova	0	15	0	
licenziamento	0	2	0	
contratto non onorato	0	6	0	
morte	1	0	0	

Siamo orgogliosi di annunciare che nel 2023 il Gruppo LarioHotels è stato certificato, al primo tentativo, Great Place to Work: certificazione riconosciuta in tutto il mondo, che attesta l'eccellenza degli ambienti di lavoro e dell'impegno dell'azienda verso il benessere dei dipendenti.

Il team di LarioHotels ha dimostrato una straordinaria dedizione nel creare un ambiente di lavoro inclusivo, collaborativo e stimolante. Questo riconoscimento conferma che i valori, la cultura e la leadership di LarioHotels rispettano standard di eccellenza.

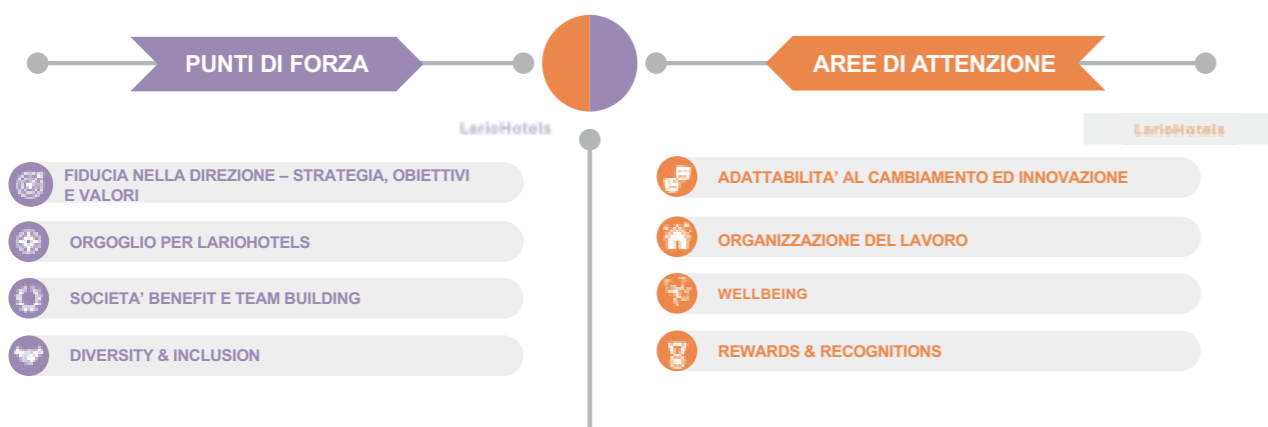
Continueremo a impegnarci per offrire un ambiente di lavoro stimolante e gratificante, dove ogni membro del team possa crescere e realizzare il proprio potenziale.

A inizio 2023, ha partecipato all'indagine l'86% dei collaboratori invitati, rispondendo a 70 domande per valutare il clima aziendale nel Gruppo. Le risposte sono state aggregate in 5 aree valoriali di riferimento, dalle quali emerge che **almeno 1 dipendente su 2 (oltre il 50%) è perfettamente allineato allo stile di leadership proposto e alle azioni intraprese da LH in materia di gestione del personale.**



L'analisi ha inoltre restituito che:

- ▶ il 77% dei collaboratori prova un senso di orgoglio per l'azienda
- ▶ il 90% delle persone ha molta fiducia nella direzione
- ▶ I 75% dei rispondenti da meno di 2 anni in azienda afferma che LH è un eccellente luogo di lavoro.

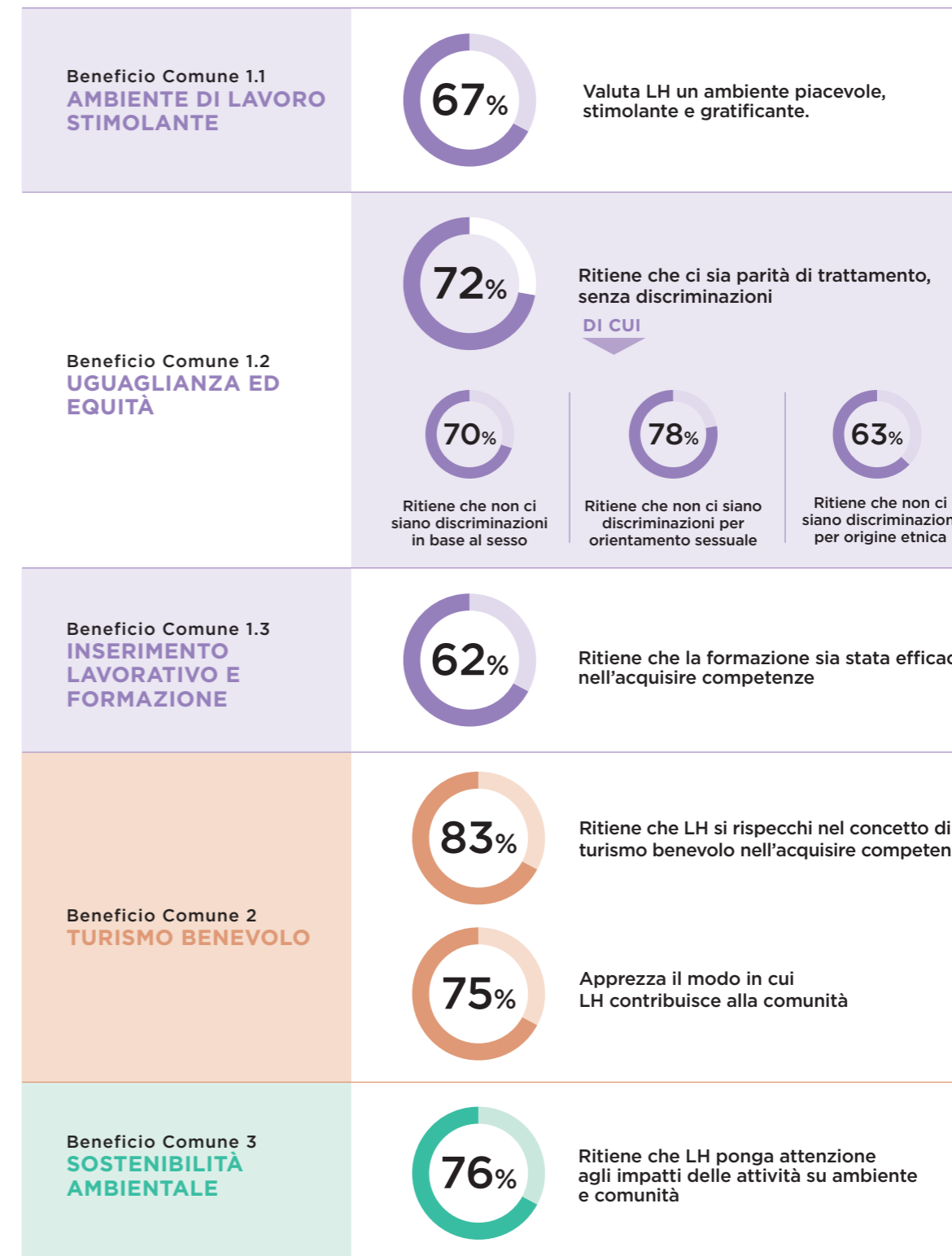


Esito del progetto è stata inoltre la creazione di un **gruppo di lavoro**, su base volontaria, per affrontare alcuni temi emersi come aree di attenzione. Un team di 15 dipendenti si è incontrato 3 volte nell'anno per confrontarsi su temi quali la mensa, l'organizzazione degli LH Team Days, la comunicazione interna e i corsi di formazione. Spunti e opinioni preziose che saranno portati ai vertici, per integrare il punto di vista dei dipendenti nella scelta delle prossime azioni di miglioramento.

LarioHotels e il Beneficio Comune: l'opinione delle nostre persone

Per LarioHotels è importante ascoltare il parere dei collaboratori, anche rispetto al perseguimento del Beneficio Comune. Sono le persone che più da vicino conoscono e possono valutare il reale impegno dell'azienda come società benefit e l'impatto che genera.

Per la prima volta, abbiamo invitato i dipendenti a darci il loro parere, ottenendo i seguenti risultati:



1.2

Garantire uguaglianza di trattamento e equità a tutti i livelli dell'organizzazione, attraverso pratiche e politiche inclusive.

Riferimenti GRI: 2-7; 2-19; 401-3; 405-1; 405-2
Riferimenti ESRS: S1-6; S1-9; S1-15; S1-16;

Parità di genere: questo è stato un asse di lavoro importante nel 2023, che ci ha portato a interrogarci e analizzarci ancora di più per capire come favorire una reale inclusione delle donne in azienda.

In linea con la recente prassi in materia, abbiamo condotto una **prima autovalutazione**, verificando con soddisfazione che, nella sostanza, LH è un luogo di lavoro in cui le donne sono apprezzate, valorizzate e messe in condizioni di esprimere il loro potenziale. A partire dai vertici della società, con la Presidente e la Direttrice Generale, la presenza femminile in azienda è significativa, ed è cresciuta del 6% (passando dal 37% dell'anno scorso al 43%). Delle 111 donne, 26 ricoprono ruoli di ufficio (quasi il doppio rispetto agli uomini) e 83 svolgono mansioni operative (quasi la metà degli uomini). Solo nella nuova struttura di Verona, pur avendo prestato attenzione alla selezione del personale, e assunto il 45% di donne, non abbiamo trovato profili adeguati per i ruoli di ufficio, che sono oggi coperti da figure maschili.

Equità retributiva: in termini di retribuzioni, gli stipendi sono basati sul ruolo e tengono conto esclusivamente delle capacità e delle mansioni. L'indicatore che osserva l'effettiva equità retributiva tra uomini e donne è il gender pay gap, cruciale per garantire parità di trattamento, e di opportunità, per le donne nel mondo del lavoro. **In LarioHotels, abbiamo analizzato questo indicatore nel dettaglio, per livelli e per mansioni e verificato l'equità.** Complessivamente, il **gender pay gap è pari a - 0,08%**: una differenza minima che, nel nostro caso, è a favore delle donne (rispetto al + 4,3% in Italia e + 13% in Europa).

L'altro indicatore sull'equità retributiva è il **divario tra le retribuzioni dei vertici e quelle inferiori**. Per LarioHotels questo divario è pari a **10,49**, in linea con la **"regola morale" di Adriano Olivetti**, secondo cui un dirigente deve guadagnare non più di dieci volte l'ammontare del salario minimo.

Numerose sono le azioni messe in campo a favore della **conciliazione vita lavoro**: ci sforziamo di tenere in considerazione le esigenze personali, e favoriamo l'utilizzo dei congedi parentali, incentivandone la fruizione anche da parte dei papà: siamo felici che nel 2023 2 colleghi abbiamo colto quest'opportunità, beneficiando complessivamente di 160 giornate.

“As a working parent, I believe that parental leave is crucial for fostering a healthy work-life balance and strengthening family bonds. Parental leave is not just time off work; it's an investment in my child's early years, fostering a foundation for a strong family connection. Thank you to LarioHotels for allowing me to take advantage of it.

Dhan Denvert Asuncion, Facchino ai piani - Villa Flori

Rivolto a tutti è il **Piano welfare aziendale**, entrato pienamente a regime nel 2023, con l'assegnazione di un bonus da 1.000 euro per ciascun dipendente stabile, per sostenere spese di salute, viaggi, cultura, istruzione, assistenza per bambini e anziani. Avviato infine un programma di **partnership aziendali** per consentire a tutti i dipendenti di accedere a tariffe speciali e bonus (tra i primi partner: Chicco, Ottica Anziani Group, Teatro Sociale di Como).

Nel 2023, la presenza di lavoratori con **nazionalità straniera** è diventata ancora più importante nel Gruppo, arrivando a comporre il 56%, la maggioranza. Oggi, lavorano fianco a fianco colleghi provenienti da 31 Paesi diversi, con culture e lingue madri molto diverse tra loro. Questa diversità aggiunge complessità al lavoro quotidiano, perché necessita di capacità di ascolto e comprensione. Ma aggiunge al team una enorme ricchezza: punti di vista, attitudini, abitudine all'apertura mentale, capacità di leggere le parole e le esigenze di chi viene da altri luoghi. Competenze che nel turismo e nell'ospitalità non possono mancare.

DIVERSITÀ NEGLI ORGANI DI GOVERNO, GENERE E ETÀ, 2023			
	UOMINI	DONNE	TOTALE
<30			-
30-50	1		1
>50		1	1
Totale	1	1	2

DIVERSITÀ NEI LAVORATORI, PER TIPO DI CONTRATTO, 2023					
	TEMPO INDET.	TEMPO DET.	ALTRO	Totale	
di provenienza estera	58	89	0	147	56%
di provenienza italiana	56	53	5	114	44%
con disabilità	5	0	0	5	2%

GENDER PAY GAP	
media RAL Uomini	1.639,31 €
media RAL donne	1.640,65 €
Differenza	- 1,34 €
Gender Pay Gap	-0,08%
Benchmark Italia - Eurostat 2022	+ 4,3%
Benchmark Europa - Eurostat 2022	+ 13%

INDICATORI DI DIVARIO RETRIBUTIVO	
Rapporto tra RAL più alta / più bassa	10,5
Rapporto tra RAL più alta / mediana	7,84
Benchmark: la "regola morale" di Adriano Olivetti	10
Benchmark: Proposta Referendum sul divario salariale in Svizzera ottobre 2013 (non passato)	12
Benchmark: Divario retributivo medio negli USA (dati 2008)	190

1.3

Incoraggiare l'inserimento lavorativo attraverso programmi di formazione professionalizzante e lo sviluppo di carriera nel settore dell'hôtellerie, con attenzione particolare ai giovani talenti e alle persone appartenenti a categorie svantaggiate nell'accesso all'occupazione.



Riferimenti GRI: 2-7; 2-8; 401-2; 404-1; 404-2; 405-1; 413-1
Riferimenti ESRS: S1-1; S1-6; S1-7; S1-9; S1-11; S1-13; S3-4

Sentiamo la **formazione dei giovani** come una nostra responsabilità: consentire loro di conoscere, apprezzare e imparare i segreti dell'ospitalità è per noi motivo di orgoglio. Sono **82 i colleghi sotto i 30 anni** che quest'anno abbiamo inserito in azienda, di cui 13 in modo stabile. E sono **43 i colleghi sopra i 50 anni** che hanno dedicato loro tempo ed attenzione, consentendo quel passaggio di know how e condivisione di esperienze che è la base di un inserimento efficace.

Guardando ai più giovani ancora, sono **42 gli studenti coinvolti**, 10 in più dell'anno precedente, e 28 sono ragazze. La maggior parte sono stati inseriti nelle strutture comasche, ma siamo riusciti ad avviare il progetto dei tirocini anche a Verona, con 3 giovani.

Il gruppo principale proviene da esperienze di **alternanza scuola lavoro**: 33 adolescenti (il 50% in più dell'anno scorso), già con le idee chiare sul futuro professionale desiderato e con la voglia di sperimentarsi subito sul campo. **6.952 sono le ore di affiancamento** che i colleghi senior hanno dedicato: la formazione più utile che un professionista possa dar loro.

Proseguono le convenzioni per i tirocini con le **Università**, lo IATH e le scuole tecniche del territorio: 7 i tirocinanti, alcuni impiegati negli alberghi, altri in attività di ufficio: dal digital marketing alla responsabilità sociale di impresa. **3 giovani talenti, al termine del tirocinio, sono già stati confermati e assunti.**

Con **Associazione Cometa**, la partnership vive fin dal 2007. Oltre a collaborare con docenze e supporto al Minimaster alberghiero promosso da Cometa Formazione, ogni anno diamo la possibilità di sperimentarsi professionalmente nelle nostre strutture a giovani che faticano a entrare nel mondo del lavoro. 2 sono i giovani accolti nel 2023, ma sono 68 quelli che sono passati da noi nel tempo. 36 di loro, in questi 17 anni, sono stati assunti nel nostro Team, e **12 sono ancora con noi oggi.**

“Grazie alla IATH Academy ho avuto l'opportunità di crescere professionalmente nel campo dell'hotellerie. La formazione ricevuta ha non solo aperto nuove opportunità, ma ha anche agevolato il mio inserimento lavorativo nella mia attuale posizione in Lario Hotels. L'atmosfera di Lario Hotels ha offerto un ambiente ideale per ampliare le mie competenze e scoprire nuovi lati dell'industria alberghiera.”

Elisa Fortin, studentessa in stage in LH per competenze in Digital Marketing assunta come Digital Marketing Executive

DISTRIBUZIONE PER GENERE ED ETÀ TRA I COLLABORATORI AZIENDALI, 2023

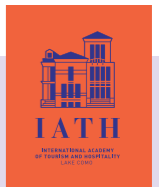
	<30			30 - 50			>50			Totale		
	M	F	Tot	M	F	Tot	M	F	Tot	M	F	Tot
Proprietà			0	1		1		1	1	1	1	2
Dirigenti						0		1	1	0	1	1
Quadri			0			0			0	0	0	0
Impiegati	0	10	10	12	13	25	3	3	6	15	26	41
Operai e affini	43	29	72	69	41	110	22	13	35	134	83	217
Totale	43	39	82	82	54	136	25	18	43	150	111	261

GIOVANI UNDER 35 NUOVI ASSUNTI

	DONNE	UOMINI
tempo indeterminato	7	6
tempo determinato	28	37
stagionale (< 4mesi)	3	4
Totale	38	47

STUDENTI ACCOLTI NEL CORSO DEL 2023

	Uomini	Donne	Tot 2023	Uomini	Donne	Tot 2022	differenza
Numero totale di studenti	14	28	42	14	18	32	31%
Progetto COMETA		2	2	5	1	6	-67%
Alternanza scuola lavoro	12	21	33	8	14	22	50%
Tirocinanti	2	5	7	1	3	4	75%



IATH
International Academy of Tourism and Hospitality

LarioHotels è tra i fondatori di IATH, l'Accademia dell'Hotellerie basata a Cernobbio, un Istituto Tecnico Specializzato volto alla formazione alberghiera.

Quella con IATH è una collaborazione rotonda, che va dalla partecipazione dei nostri manager ai programmi formativi in qualità di docenti, alle visite riservate per conoscere i nostri alberghi e il nostro modo di lavorare, all'offerta di tirocini nel Gruppo, fino alla possibilità di assunzione al termine del percorso di stage.

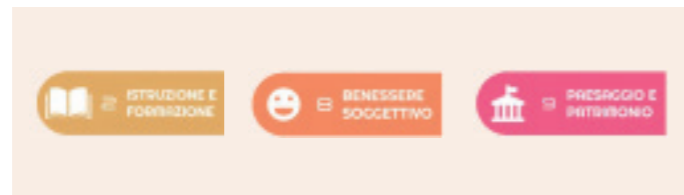
Questa partnership rappresenta bene l'impegno di LarioHotels per un vero e proprio processo di empowerment delle giovani generazioni, basato sull'educazione scolastica, la formazione dei giovani talenti, e l'apprendimento di un mestiere gratificante accompagnati da qualificati professionisti del settore. Ogni anno, centinaia di giovani professionisti dell'hotellerie entrano in contatto con LarioHotels grazie allo IATH.

2° Finalità di Beneficio Comune.

Target SDG



Target BES



Generare un impatto positivo sulla comunità locale e sostenere la cultura e la conservazione della bellezza dei luoghi dell'arte, promuovendo un "turismo benevolo" che offra anche opportunità di arricchimento culturale per gli ospiti."

dallo Statuto LarioHotels

“La nostra filosofia è realizzare hotel di fascino, recuperando palazzi storici, che ristrutturati siano capaci di restituire valore e bellezza al territorio offrendo al tempo stesso ai clienti un'esperienza tutta italiana

Bianca Passera, Presidente di LarioHotels

Quando parliamo di "turismo benevolo", stiamo facendo una promessa ai territori che ci ospitano: di rispettare la loro storia, valorizzare le loro bellezze e accompagnare i turisti con garbo alla scoperta delle meraviglie locali. Anche quest'anno sono **oltre 60.000 i visitatori** che abbiamo ospitato, con una minima flessione rispetto al 2022. L'offerta culturale riservata loro da LarioHotels è stata ampliata, con la costruzione di nuovi pacchetti e di una personalizzazione ancora maggiore, tra gite in barca e hiking montani: sono **1.308 gli ospiti** che quest'anno sono stati accompagnati nella scoperta dei territori grazie ai nostri servizi (71% in più dell'anno scorso).

Il nostro impatto sui territori, in termini di **sostegno allo sviluppo economico delle comunità** che ci ospitano, è cresciuto con la messa a regime di Vista Verona, e con l'avvio dei lavori di ristrutturazione di Vista Ostuni. Sono **oltre 9 milioni** le risorse che le nostre attività hanno generato come indotto locale.



Highlights 2023

100%
ALBERGHI IN CITTÀ D'ARTE
E DAL FORTE VALORE PAESAGGISTICO

61.184
PRESENZE TURISTICHE GENERATE
NELLE CITTÀ D'ARTE

63.241 NEL 2022

258
PRIVATE TOUR ORGANIZZATI

1.308
OSPITI COINVOLTI IN ESPERIENZE CULTURALI
PROMOSSE DA LARIOHOTELS

765 NEL 2022

1.597
ORE DI NAVIGAZIONE CON BOAT TOURS
SUL LAGO DI COMO

€ 9.902.566
SPESI SUI TERRITORI
DI COMO E VERONA

VS € 6.579.755

€ 89.214
DI DONAZIONI
ALLA COMUNITÀ

€ 44.000 NEL 2022, +100%

2.1

Offrire agli ospiti occasioni di arricchimento culturale, attraverso la proposta della storia e la tradizione del territorio italiano: culturale, artistica, artigianale, enogastronomica, imprenditoriale.



In LarioHotels, il nostro obiettivo è trasformare il soggiorno dei nostri ospiti in un'esperienza indimenticabile dal punto di vista culturale. Oltre a offrire servizi di alta qualità e comfort, vogliamo essere un portale per esplorare e abbracciare la ricchezza culturale del nostro territorio.

Per questo, Vista Lago di Como ha confezionato una offerta di **esperienze personalizzate** in cui Alberto, il nostro personal **butler**, accompagna gli ospiti a scoprire passo dopo passo, i luoghi più suggestivi del circondario. Sono **12 itinerari**, capaci di intercettare le diverse inclinazioni dei partecipanti, per passeggiare tra borghi e sentieri, avventurarsi fino a un rifugio di montagna, visitare i tipici caseifici o ancora spingersi fino alle Alpi svizzere. Molto apprezzate sono le visite turistiche in **barca**: la prospettiva ideale per contemplare nel silenzio il panorama architettonico e naturale del lago. Sono 1.597 le ore di navigazione sul lago di Como realizzate. Promuovere il territorio significa anche dare risonanza alle iniziative locali. Per questo motivo, a Villa Flori sono stati in più occasioni ospitati **spettacoli teatrali e presentazioni di libri**, per dare ai nostri ospiti e non solo l'occasione di conoscere nuovi artisti, o approfondire la cultura italiana. Perciò, la presentazione de "Il design del tessuto italiano. Dal decò al contemporaneo", volume dedicato a un pezzo di storia della moda e del design italiani, e de "I fiori hanno sempre ragione", originale romanzo ambientato in un ristorante in Darsena a Milano. Oltre alla produzione teatrale messa in scena dagli attori del Teatro Sociale al Villa Flori.

Anche agli ospiti di **Vista Verona** sono state proposte numerose opportunità culturali, con la costruzione di una **offerta esclusiva di private tours**: oltre 120 turisti ne hanno approfittato, esplorando sia le città di Verona e Mantova, che le bellezze della Valpolicella e del Lago di Garda. Altri invece non si sono fatti sfuggire l'opportunità di assistere ad uno spettacolo lirico all'interno della suggestiva cornice dell'Arena di Verona.

Svolgono un ruolo chiave per promuovere la **tradizione italiana anche i nostri ristoranti e bar**: l'accurata scelta di prodotti enogastronomici del territorio permettono ai nostri chef di valorizzare materie prime locali attraverso una cucina semplice, deliziosa e sostenibile. L'opportunità di mostrare perché la **cucina italiana** è la più amata al mondo, è stata la cena a quattro mani organizzata nel ristorante Sottovoce Lago di Como. I nostri chef Stefano Mattara e Fabio Aceti hanno creato un menù ad hoc con i prodotti del territorio come protagonisti. L'unione tra pesce di lago, erbe aromatiche e verdure locali ha creato piatti unici e sfiziosi.

“We stayed 2 nights at this wonderful property. What set them apart was their impeccable service. We were warmly greeted by Mr Alberto who patiently explained to us the surroundings of the hotel, where to eat and what to see. He also helped to arrange a private boat tour for us to visit the neighbouring villas and Bellagio. The rooms are big and the toilets are tastefully designed. Thank you for providing us with such a wonderful experience throughout our stay!”

Recensione Google, dicembre 2023

I 12 itinerari personalizzati, proposti da Vista Lago di Como	Servizi realizzati 2023	Le private experience proposte da Vista Verona	Servizi realizzati 2023
Fascinating Walk	3	Private tour di Verona	45
Walking and Panorama	/	Private tour Valpolicella	9
Escape to Lake Como	37	Private tour Lago di Garda	5
Instant_Gram	10	Private tour Mantova	2
Secrets of the Valley	6	Palazzo Maffei	13
The Wild Ride	9	Biglietti Opera Arena	9
The One	21		83
The Succession	23		
The Magic Sunset	20		
Butler on Board	43		
Lago D'Orta	2		
Wine and Castle	1		
	175		

PERSONAL BUTLER

Ai nostri ospiti di Vista Lago di Como proponiamo diversi pacchetti di esperienze esclusive e personalizzabili con una guida d'eccezione, il nostro personal **butler**.

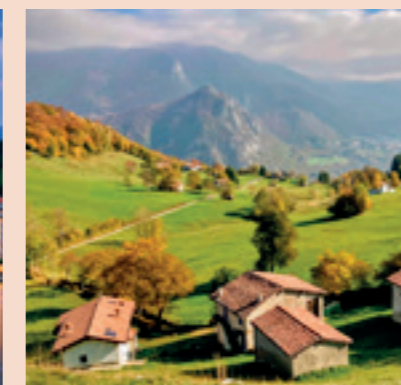
Grazie alla sua conoscenza dei luoghi magici del Lago di Como (e non solo), offriamo la possibilità di esplorare le bellezze del Lago a bordo di una lussuosa limousine o delle nostre classiche barche in legno Riva Tritone e Riva Acquarama.

BOATING: Luoghi magici come Bellagio, Varenna, e i tipici borghi lacuali lontani dai sentieri turistici, diventano ancora più speciali grazie alle nostre esperienze tailor made.

Studiati per permettere ai nostri ospiti di ammirare i luoghi segreti e i borghi pittoreschi che circondano il lago, i nostri boat tour terminano con un delizioso aperitif o una cena esclusiva a base di prodotti del territorio.

EXPLORING: Per i più avventurosi, abbiamo pensato dei percorsi che permettono di esplorare i luoghi più esclusivi del lago. Visitare borghi e castelli, spingersi fino alla Valsassina (dove offriamo la possibilità di visitare il caseificio dove nasce il nostro Taleggio) o persino raggiungere le Alpi Svizzere a bordo del Trenino Rosso del Bernina, che offre uno dei panorami più suggestivi d'Europa.

WALKING: Offriamo inoltre walking experiences per visitare le località più nascoste e lontane dai sentieri turistici del Lago di Como, percorrendo antiche strade romane e sentieri Alpini, raggiungibili anche con funicolare per godere di un panorama mozzafiato.



2.2

Valorizzare e sostenere la cultura e la conservazione della bellezza dei luoghi dell'arte italiani, sviluppando una visione aperta e innovativa dell'accoglienza, basata sullo scambio di cultura e competenze tra gli attori del territorio.



Riferimenti GRI: 2-28; 201-1; 203-2; 204-1; 413-1
Riferimenti ESRS: E1-6; S1-4; S2-4; SBM-1; SBM-3; S3-4; G1-5

Scegliamo città uniche ed immerse nella cultura italiana come cornice per i nostri boutique hotel, filosofia che ci ha guidati anche nella scelta di **Ostuni, l'incantevole "città bianca"**, come sede per il nostro progetto più recente. Qui, abbiamo deciso di rendere omaggio all'estetica unica ed essenziale dell'ex Manifattura Tabacchi di Ostuni, attraverso la meticolosa **ristrutturazione** di questo edificio in stile tradizionale pugliese: soffitti alti e volte, e un chiostro interno che sarà adibito a hall per accogliere i nostri ospiti. Nel mezzo della suggestiva Piana degli Ulivi, dove alberi millenari profumano l'aria, Vista Ostuni si distribuisce su una superficie di 5mila metri quadri, su 5 livelli: un patrimonio naturale di cui prenderci cura.

Il nostro impegno a **conservare il patrimonio comasco** quest'anno è stato portato avanti in particolare con il recupero e la manutenzione straordinaria del giardino al lago di Villa Flori. La cura degli alberi ad alto fusto e il rinnovo degli arredi hanno ridato vitalità alla ampia area esterna, rendendo ancora più godibile gli spazi per ospiti, dipendenti ed eventi.

A **Verona**, dove siamo presenti con il brand Vista ormai da due anni, aderiamo a **"67 Colonne per l'Arena"**, un progetto volto a creare un anello ideale intorno all'Arena di Verona, composto da imprenditori e professionisti. I 67 benefactors sono le fondamenta del progetto e simboleggiano le 67 colonne degli arcovoli nella cinta esterna dell'arena, distrutti nel terremoto del 1117. Con l'adesione al sodalizio, partecipiamo al più grande progetto di social responsibility a sostegno del teatro d'opera in Italia.

Continuiamo il nostro impegno anche per la promozione del **territorio comasco**: qui le nostre radici e la nostra storia ci hanno portato nel tempo a sposare molte realtà e fare la nostra parte a fianco di meritevoli organizzazioni. Siamo associati al **Museo della seta** e al **Teatro Sociale di Como**, sedendo anche nell'organo di amministrazione. Partecipiamo con frequenza alla vita culturale della città, collaborando a supporto del Festival della Luce, del TEDX Lake Como, e al Tavolo Cultura e Turismo della città.

Ma prima di tutto, riteniamo che l'attività turistica in sé sia un'incredibile leva di **promozione e sviluppo economico dei territori**, motivo per cui in LarioHotels prediligiamo fornitori, prodotti e manodopera locale per le nostre strutture, e applichiamo condizioni eque di trattamento. Considerando spese alimentari, stipendi dei lavoratori, e spese per il rinnovo e il mantenimento dei nostri spazi, **il valore economico generato a cascata sui territori di Como e Verona** corrisponde rispettivamente a € 8.657.477 e € 1.245.987, per un **totale di € 9.902.566**, con un aumento di oltre il 50% rispetto al dato dell'anno precedente.

	COMO 2023	VERONA 2023	TOT 2023
EROGAZIONI			
erogazioni sul territorio	18.276 €	10.000 €	28.276 €
VALORIZZAZIONI			
camere offerte al territorio, artisti, media	19.974 €	18.036 €	38.010 €
servizi di ristorazione offerti	5.078 €	-	-
voucher donati a ETS	4.250 €	3.600 €	7.850 €
beni donati	10.000 €	-	-
TOTALE	57.578 €	31.636 €	89.214 €

Quest'anno abbiamo rafforzato il nostro impegno nei confronti degli **Enti del Terzo Settore**, con diverse iniziative benefiche e un impegno complessivo di quasi € 90.000. Oltre alla collaborazione dei nostri ristoranti per eventi di raccolta fondi, come le consuete serate di fundraising della Cooperativa Sociale Simpatia di Valmorea e di Cometa, abbiamo donato in beneficenza **voucher** dal valore di quasi € 8.000, oltre ad aver aumentato le nostre donazioni dirette sul territorio, che tra Como e Verona hanno raggiunto oltre € 28.000. Infine, ove possibile, rendiamo disponibili le nostre sale e offriamo ospitalità gratuita a a attori, registi, artisti. Nel 2023 sono state **25 le camere complimentary offerte** a operatori dello spettacolo, mentre **26 sono stati i giornalisti ospitati** tra Como e Verona.

ORGANIZZAZIONI E INIZIATIVE DELLA COMUNITÀ SOSTENUTE NEL 2023



LA STORICA COLLABORAZIONE CON IL TEATRO SOCIALE DI COMO

Quella con il Teatro Sociale di Como è una partnership che LarioHotels rafforza di anno in anno, e che vive in diverse modalità. Oltre a sostenere il Teatro in qualità di associati, abbiamo attivato una convenzione per i nostri dipendenti, dando loro la possibilità di acquistare a prezzo ridotto sia i biglietti del teatro sia i corsi di recitazione. Ospitiamo presso Villa Flori diversi spettacoli, per esempio durante il Festival "Como città della musica", e offriamo agli artisti camere complimentary, gratuite, o a tariffe speciali.



3° Finalità di Beneficio Comune.

Target SDG



Promuovere un turismo che possa svilupparsi in equilibrio e nel rispetto dell'ambiente, mantenendo un rapporto armonioso tra l'uomo e il territorio, preservando la bellezza del paesaggio.

dallo Statuto LarioHotels

Stiamo facendo passi concreti, per rendere la nostra attività sempre più sostenibile. Consapevoli dell'impatto ambientale che qualunque struttura alberghiera genera, sono anni che presidiamo i nostri consumi e realizziamo interventi per ridurli, ottenendo buoni risultati. Uno su tutti, la **riduzione del 5% pro capite del consumo di elettricità**.

Quest'anno, ci siamo impegnati con un nuovo grande progetto, il **calcolo della impronta carbonica**: ovvero le emissioni di anidride carbonica, sia dirette (scope 1) che indirette da consumi energetici (scope 2). Questa analisi dettagliata, ci ha consentito di individuare gli "hotspot": i punti critici su cui intervenire per ridurre ulteriormente la produzione di CO2 e fare la nostra parte nel contrastare il cambiamento climatico.

Nelle scelte di approvvigionamento, privilegiamo fornitori del territorio. Acquistando da **produttori locali, piccole aziende agricole e pescherecci sostenibili**, scegliamo di contenere l'impatto ambientale negativo e sostenere l'indotto economico, affinché la comunità cresca insieme a noi. Anche quest'anno, il 74% della spesa alimentare è rimasto a livello locale.

“*Consapevoli dell'impatto che le nostre azioni hanno sull'ambiente che ci circonda, ci impegniamo a progredire nella rotta che ci ha guidato fin qui, mantenendo chiaro l'obiettivo di crescita economica e creando valore condiviso, sempre nel rispetto del territorio e della centralità della persona*

Bianca Passera, Presidente di LarioHotels



Highlights 2023

596 tCo2eq
CARBON FOOTPRINT 2023

VS 1.043 NEL 2022

-43%

RIDUZIONE CARBON FOOTPRINT
2023/2022

37

CARBON FOOTPRINT MEDIA
PER METRO QUADRO

VS 83 NEL 2022

-55%

RIDUZIONE CARBON FOOTPRINT MEDIA
PER METRO QUADRO 2023/2022

24,41

INDICE DI INTENSITÀ DI CARBONIO
SUL FATTURATO

-5%

RIDUZIONE DEL CONSUMO DI ELETTRICITÀ
PRO CAPITE (2023/2022)

VS -27% NEL 2022

-9%

RIDUZIONE DEL CONSUMO DI GAS
PRO CAPITE (2023/2022)

VS -41% NEL 2022

100%

ENERGIA DA FONTI RINNOVABILI
PER 3 DEI NOSTRI ALBERGHI

74%

DELLA SPESA PER FOOD RESTA SUL
TERRITORIO LOCALE DI COMO E VERONA

VS 74% NEL 2022

3

TAVOLI SUL TEMA DELLA SOSTENIBILITÀ
O DELLO SVILUPPO LOCALE SOSTENIBILE

3.1

Ridurre gli impatti ambientali delle strutture, utilizzando in modo efficiente e cosciente le risorse e puntando a una riduzione progressiva dei consumi.



Riferimenti GRI: 2-25; 302-1; 302-4; 303-1;303-2; 303-5; 305-1; 305-2; 306-1
Riferimenti ESRS: E1-4; E1-5; E1-6; E3-2; E3-4; E5-3; E5-5; S1-3; S2-3; S3-3

Continuiamo il nostro impegno per il contenimento dei consumi e per una gestione responsabile delle risorse.

Le scelte compiute anni fa per ridurre i consumi di energia sono diventate ormai pratiche quotidiane in tutte le nostre strutture: dall'illuminazione LED a basso consumo, all'utilizzo di pompe di calore ad alta efficienza, alla responsabilizzazione di clienti e colleghi nei comportamenti. Negli alberghi di Como, continuiamo a utilizzare pompe di calore idrotermiche che consentono di sfruttare l'acqua del lago per il riscaldamento e riportarla in falda purificata, generando così un ulteriore beneficio per l'ambiente.

Tali scelte stanno portando buoni risultati: a livello di Gruppo, al netto del cantiere di Ostuni, abbiamo **ridotto i consumi di elettricità di 115.056 kw/h**, (pari all'8% rispetto al 2022), e generato una **riduzione del 5% del consumo pro capite**, tenendo conto delle presenze effettive degli ospiti nelle strutture.

Dal 2023 siamo riusciti a utilizzare **esclusivamente fonti rinnovabili** per alimentare 3 dei nostri alberghi: Vista Lago di Como, Posta Design e Terminus.

Sul fronte del **consumo di gas**, l'importante efficientamento realizzato con l'installazione delle pompe di calore l'anno passato continua a produrre risparmi. La riduzione in valore assoluto di quest'anno (157.688 smc a fronte dei 178.286 del 2022) è in parte dovuta a un maggiore periodo di chiusura del Villa Flori nei mesi invernali, in parte a un'effettiva riduzione dei consumi di tutti gli alberghi. Notevole è il dato del **consumo pro capite: sceso fino a 2,58 smc a testa, dimezzando quasi il valore del 2021**, quando il nuovo sistema di riscaldamento non era a regime.

Poniamo attenzione anche all'**utilizzo responsabile dell'acqua**, con la scelta di rubinetteria e meccanismi dual flush nei wc che consentano un minor flusso di acqua corrente. Tuttavia, una perdita imprevista e importante negli impianti dell'hotel Terminus, non rimediabile rapidamente, ha vanificato i nostri sforzi.

CONSUMI DI GRUPPO LH*

	2023	2022	2021	2023 vs 2022		2022 VS 2021	
Strutture	5 alberghi	5 alberghi	4 alberghi				
Presenze ospiti	61.184	63.241	31.883				
ENERGIA (kw/h)							
Consumo energia (Kw/h)	1.392.725	1.507.781	1.046.433	-115.056	-8%	461.348	44%
Consumo energia per ospite (Kw/h)	22,76	23,84	32,82	-1,08	-5%	-8,98	-27%
GAS (smc)							
Consumo gas (smc)	157.687	178.286	151.808	-20.598	-12%	26.478	17%
Consumo gas per ospite (smc)	2,58	2,82	4,76	-0,24	-9%	-1,94	-41%
ACQUA (mc)							
Consumo acqua (mc)	41.985**	16.813	17.377	24.615	146,4%	-564	-3%
Acqua per ospite (mc)	0,68**	0,27	0,55	0,41	154,7%	-0,28	-51%

* escluso il cantiere di Ostuni

** perdita imprevista e importante negli impianti dell'hotel Terminus, non rimediabile rapidamente

CONSUMI DELLE 4 STRUTTURE DI COMO

	2023	2022	2021	2023 vs 2022		2022 VS 2021	
Strutture osservate	4 alberghi	4 alberghi	4 alberghi				
Presenze ospiti	57.707	60.738	31.883				
ENERGIA (kw/h)							
Consumo energia (Kw/h)	1.167.862	1.330.961	1.046.433	-163.099	-12%	284.528	27%
Consumo energia per ospite (Kw/h)	20,24	21,91	32,82	-1,68	-8%	-10,91	-33%
GAS (smc)							
Consumo gas (smc)	143.791	164.310	151.808	-20.519	-12%	12.502	8%
Consumo gas per ospite (smc)	2,49	2,71	4,76	-0,21	-8%	-2,06	-43%
ACQUA (mc)							
Consumo acqua (mc)	36.428**	14.413	17.377	22.015	152,74%	-2.964	-17%
Acqua per ospite (mc)	0,63**	0,24	0,55	0,39	15,67%	-0,31	-56%

** perdita imprevista e importante negli impianti dell'hotel Terminus, non rimediabile rapidamente

CONSUMI - VISTA VERONA

	2023	2022	2023 VS 2022	
Strutture osservate	1 albergo	1 albergo		
Presenze ospiti	3.477	2.503		
ENERGIA (kw/h)				
Consumo energia (Kw/h)	224.863	176.820	48.043	27,17%
Consumo energia per ospite (Kw/h)	64,67	70,64	-6	-8,45%
GAS (smc)				
Consumo gas (smc)	13.897	13.976	-79	-0,57%
Consumo gas per ospite (smc)	4,00	5,58	-2	-28,42%
ACQUA (mc)				
Consumo acqua (mc)	5.000*	2.400	2.600	108,3%
Acqua per ospite (mc)	1,44*	0,96	0,48	49,97%

*consumo stimato

CONSUMI - VISTA OSTUNI

ENERGIA (kw/h)	
Consumo energia (Kw/h)	4.600

La Carbon Footprint di LarioHotels

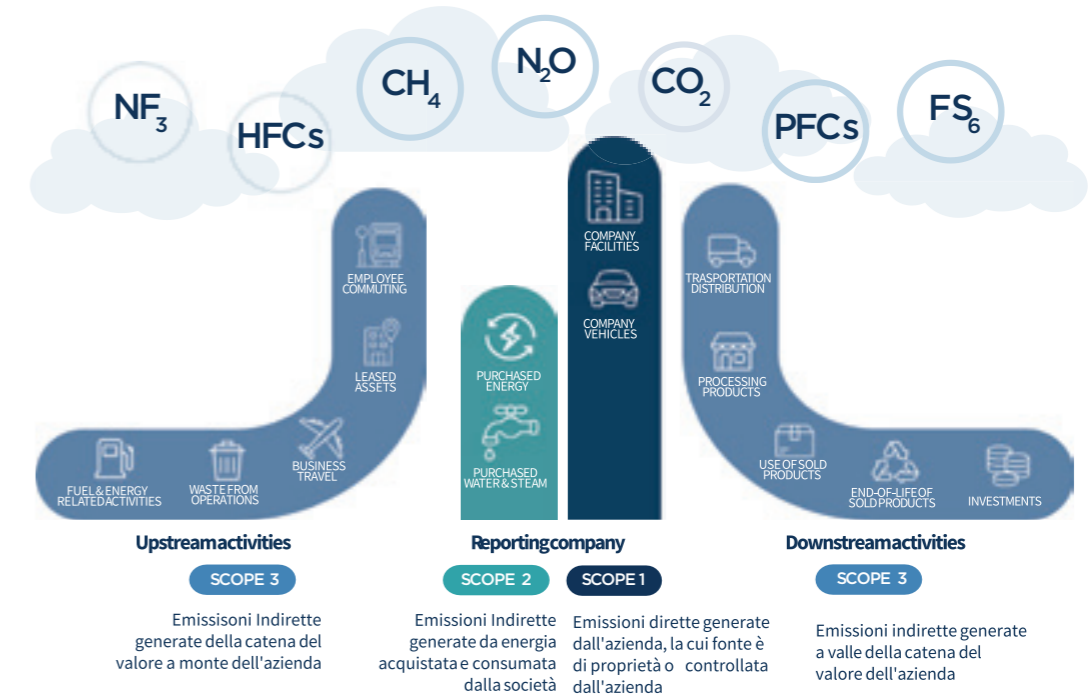
Calcolare l'impronta carbonica significa calcolare le emissioni di anidride carbonica equivalente che una azienda emette. LarioHotels ha scelto di osservare:

Emissioni dirette generate dall'azienda, la cui fonte è di proprietà o controllata dall'azienda (Scope 1)
 -> **Consumi di gas** per cucina, riscaldamento se presente caldaia a combustione in loco

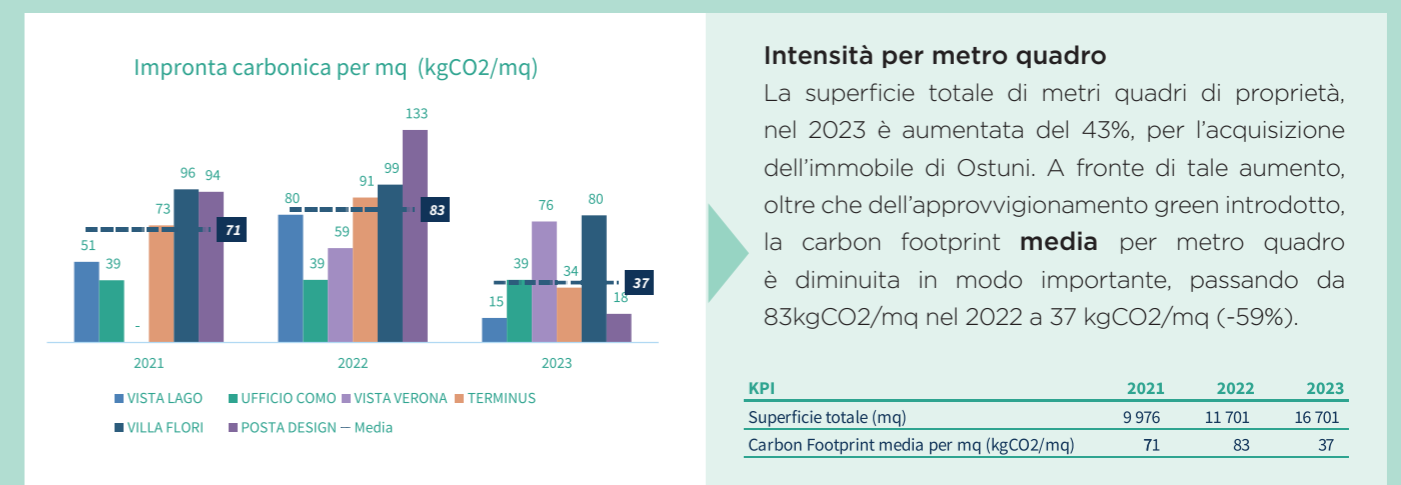
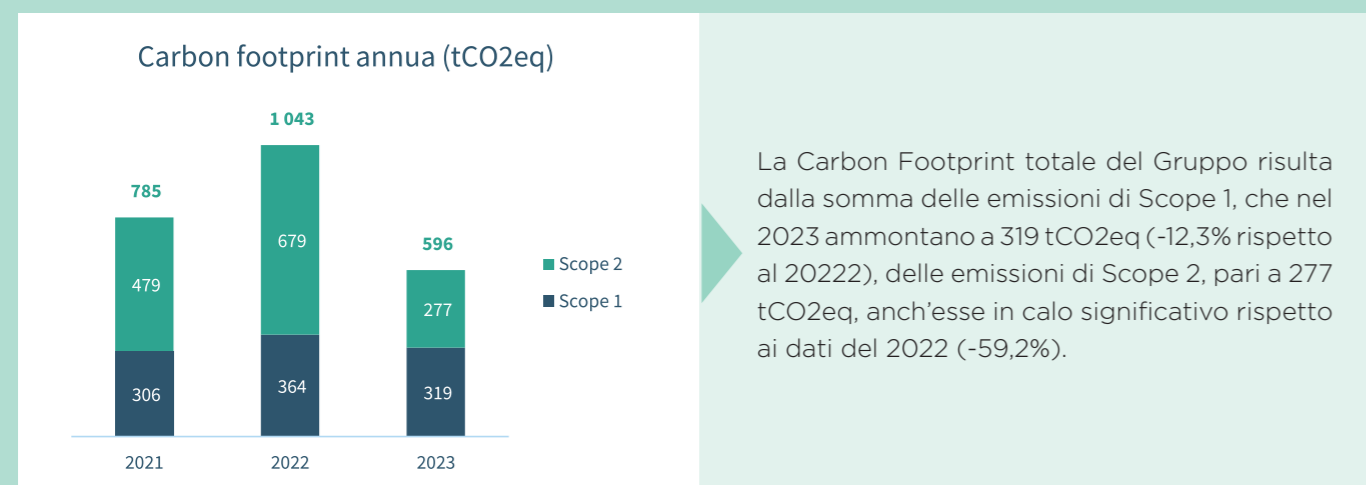
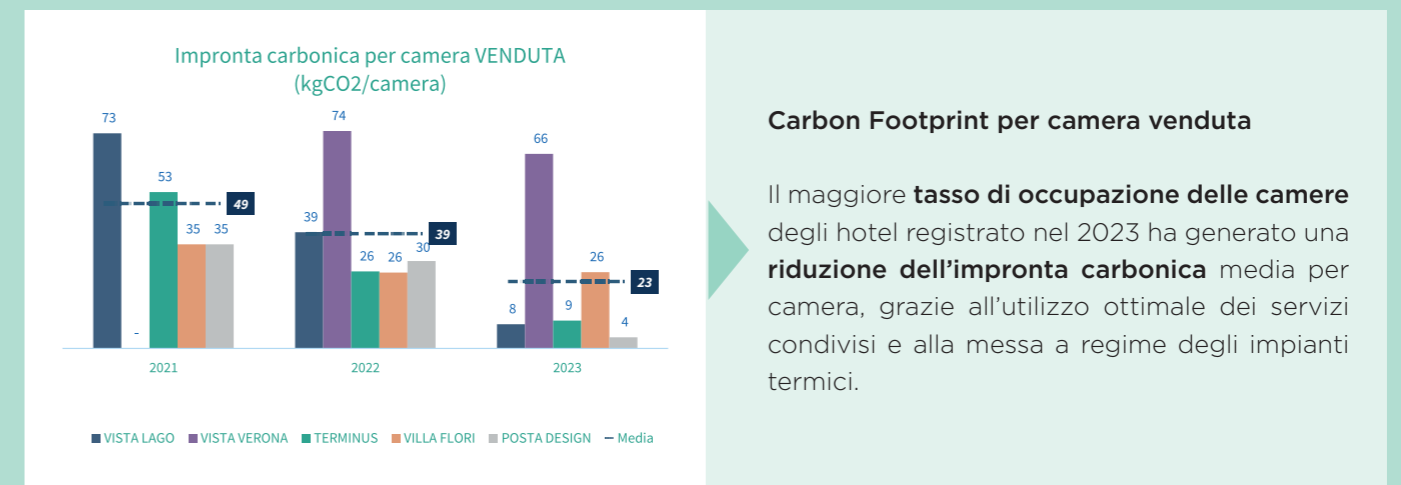
Emissioni indirette generate da energia acquistata e consumata dalla società (Scope 2)
 -> **Consumi di energia elettrica** prelevata dalla rete e non prodotta in loco

Il perimetro osservato: Vista Lago di Como, Vista Verona, Terminus, Villa Flori, Posta Design + Uffici di Como + Cantiere di Ostuni

Nel 2023 sono state risparmiate 447 tonnellate di CO2eq che equivalgono a 89 volte il giro del mondo in automobile a benzina* o all'assorbimento di CO2 da parte di 34.385 alberi in un anno**.



ESITO DELLA CARBON FOOTPRINT DI LARIOHOTELS



KPI	2021	2022	2023
Superficie totale (mq)	9 976	11 701	16 701
Carbon Footprint media per mq (kgCO2/mq)	71	83	37

*assumendo un'emissione media delle citycar più vendute nel 2023 (secondo Jato Dynamics) pari a 125 gCO2/km. Fonti: Jato Dynamics, Catalogo dei Consumi di Svizzera Energia, TerraUP.
 **assumendo un tasso di assorbimento medio annuo di 13 kg di CO2 all'anno. Fonte: REGES, 2018.

IL PRESIDIO DELLA ATTIVITÀ DI LAVANDERIA

Consapevoli della necessità dei frequenti lavaggi della biancheria da letto e dei tessuti da bagno, dal 2023 monitoriamo attentamente l'**attività di lavanderia**, con l'intenzione – ove possibile – di ridurre l'impatto ambientale. Minori lavaggi significano minore consumo di elettricità e acqua, e minori detersivi nei mari. Per questo, sensibilizziamo i nostri ospiti a scelte responsabili sul cambio della biancheria, effettuato solo su richiesta già da qualche anno.

Riduzioni significative in termini pro capite, oltre 8%, sono avvenute al Terminus e al Posta Design. Per il brand Vista, il risultato è incoraggiante, se si considera che nel 2023 l'attività della SPA di Vista Verona è entrata a pieno regime, e di conseguenza il ricambio di teli dedicati.

CAPI TESSILI LAVATI PRO CAPITE	MEDIA 2022	MEDIA 2023	Riduzione %
Villa Flori	6,31	6,32	0,1%
Terminus	6,11	5,54	-9,3%
Posta Design	6,54	6,01	-8,1%
Vista Lago di Como	9,32	9,32	0,0%
Vista Verona	11,86	11,83	-0,3%

UN ALTRO PASSO PER ABBANDONARE LA PLASTICA MONOUSO

Il nostro obiettivo è il raggiungimento del single use plastic free. In tavola e ove possibile prediligiamo le bottiglie di **vetro a rendere**.

Consolidata è la presenza dei bocconi di erogazione dell'acqua per i nostri dipendenti. Scelta che in 4 anni ha fatto **risparmiare 339.658 bottigliette di acqua da mezzo litro monouso**, consentendo il refill in autonomia delle proprie borracce.

Da quest'anno al Vista Lago di Como regaliamo ai nostri ospiti un'alternativa sostenibile e di alta qualità alle bottigliette d'acqua in plastica prêt-à-porter. E' l'acqua **Filette**: un'acqua dalle caratteristiche organolettiche uniche. Contenuta in bottigliette di alluminio, riciclabili all'infinito, la "Venere delle acque" ha permesso di evitare l'utilizzo oltre 1.044 bottigliette d'acqua in plastica da mezzo litro. A tutti gli altri nostri ospiti, offriamo invece acqua naturale contenuta in brick di cartone "**Acqua di Como**". Il brick riporta la sagoma del nostro amato lago ed è composto da oltre il 70% di materia prima di origine vegetale. Nel corso del 2023 ci ha permesso di risparmiare 1.932 bottigliette d'acqua di plastica.

Sappiamo che accogliere oltre 60.000 persone l'anno significa anche generare rifiuti. Per questo, ci impegniamo particolarmente sul fronte del **contenimento della plastica monouso**:

- graduale eliminazione delle bottigliette monouso di acqua, dal 2018
- borracce per i nostri dipendenti e bocconi di acqua per la ricarica
- cannucce biodegradabili, dal 2019
- materiali ecosostenibili per i pic-nic dei clienti, o stoviglie lavabili e riutilizzabili
- impiego di grandi dispenser per i detersivi, per ricaricare i flaconi usati per le pulizie e diminuire il volume dei singoli imballaggi (progetto pilota in alcune strutture)

Stiamo infine monitorando i consumi di **sacchetti alimentari** utilizzati nelle nostre cucine. Non potendone fare a meno, per conservare le preparazioni di base, stiamo cercando prodotti alternativi con una diversa composizione, registrandone i consumi per generare maggiore consapevolezza.

LA RISTRUTTURAZIONE GREEN DI VISTA OSTUNI

Il progetto Vista Ostuni rappresenta il giusto equilibrio tra la spinta verso una **sostenibilità ambientale** completa e i vincoli imposti dalla necessaria **tutela e valorizzazione delle caratteristiche dell'edificio storico**.

Abbiamo scelto volontariamente di ristrutturare la Ex Manifattura Tabacchi secondo criteri di alta efficienza energetica per ottenere la **Certificazione LEED**.

Non poter intervenire sull'aspetto esteriore dell'edificio non costituisce un vincolo quanto **un'opportunità per trattare i temi energetici in modo innovativo**, con azioni orientate a un utilizzo delle risorse ancora migliore.

Favoriamo infine la **mobilità dolce**, proponendo ai nostri ospiti, in Villa Flori e Terminus, 4 colonnine di ricarica veloci e gratuite per le auto elettriche, incluse quelle per le Tesla, oltre a una convenzione per l'affitto di e-bike e automobili elettriche. I nostri hotel sono dotati di biciclette di cortesia, e per i veri appassionati, Villa Flori è attrezzata con una bike-room protetta e accessoriata dove custodire il proprio mezzo.



3.2

Promuovere un meccanismo virtuoso che consenta di offrire il meglio in tavola, promuovendo prodotti locali e da filiera.



Riferimenti GRI: 203-2; 204-1
Riferimenti ESRS: S3-4; G1-5

La **ristorazione** è una **parte importante dell'offerta** di LarioHotels e tutti gli chef hanno l'obiettivo di **portare in tavola l'eccellenza** italiana, a partire dalle materie prime. L'attenzione inizia dunque nel momento dell'**acquisto**, scegliendo gli **ingredienti migliori**, freschi e di stagione, privilegiando quelli a **chilometro zero** ed evitando gli acquisti superflui e i conseguenti **sprechi**.

Diamo la precedenza a chi produce e opera vicino a noi per un duplice scopo: promuovere il territorio e, contemporaneamente, ridurre gli spostamenti a lungo raggio e la produzione di CO2. Anche nel 2023, abbiamo sostenuto **56 produttori locali** del territorio di Como e Verona, destinando loro **oltre il 74%** dei nostri costi alimentari totali (76% a Como e 42% a Verona).

Anche la preparazione dei piatti è pensata per proporre eccellenza ai nostri ospiti e, allo stesso tempo, ridurre inutili sprechi e migliorare la qualità dell'alimentazione: la cottura espressa consente di **minimizzare i consumi**; evitare eccesso di grassi e condimenti **tutela la salute**, oltre che gli sprechi; l'attenzione allo stoccaggio e la capacità di riutilizzo sono, infine, un fattore chiave per ridurre rifiuti e scarti.

Grazie alla rinomata qualità eno-gastronomica e allo charme delle location, i ristoranti sono frequentati anche da chi non soggiorna in hotel.

IL RISTORANTE SOTTOVOCE A COMO E L'IMPEGNO PER I PESCATORI DI ACQUA DOLCE

La cucina del lago di Como rappresenta la storia e la cultura di questo territorio. I riconoscimenti ricevuti confermano il contributo del Ristorante Sottovoce nel portare avanti le tradizioni gastronomiche, innovandole con raffinatezza.

Lo chef **Stefano Mattara** è membro dell'associazione Gente di Lago e di Fiume, creata dallo chef Marco Sacco per sostenere i pescatori di acqua dolce. Il suo impegno si traduce nella creazione di piatti originali ed raffinati che prediligono l'utilizzo del pescato che il nostro lago ha da offrirci.

“La cucina gourmet di Stefano Mattara parte dalla ricchezza d'ingredienti di cui il Bel Paese va fiero ma con uno sguardo sempre più attento alle materie prime locali e con l'obiettivo di rendere spesso protagonista il pesce di lago in ricette dall'impronta creativa.

Guida Michelin 2024

“[l'armonia] anche nei piatti più golosi, [oltre che] grande attenzione alla texture, [...] un insistito approccio tecnico, una sovrapposizione anche di svariati elementi ma che insistono tutti su un filone comune, una certa golosità di fondo che però oggi appare molto ben bilanciata

Identità Golose, marzo 2023

“Very sophisticated place served by amazing and special peoples! Food is very well done and delicious. Ask for beef tartare... they prepare the plate at you table. Very special experience. The fish of the day is amazing!

Recensione su TripAdvisor per **Ristorante Raimondi**

“Brilliant experience. We were extremely lucky to have the restaurant almost to ourselves on the day we visited. Food and service was excellent. Restaurant is located on top floor of Vista Palazzo Hotel which was a 5 minute walk from Como Lago train station. We had lunch at a table inside the restaurant but finished with coffee on one of their two balconies giving a great vista of Lake Como. Highly recommended for location, food and service!!”

Recensione su TripAdvisor per **Sottovoce Como**

L'ESPERIENZA MULTISENSORIALE LOCALE DEL RISTORANTE SOTTOVOCE A VERONA

La terra del Valpolicella e dell'Amarone, dei sapori antichi ma ancora sorprendenti, rivisitata in chiave gourmet. Questa la filosofia del gusto di Sottovoce Verona, il più recente tra i ristoranti del Gruppo LarioHotels.

Qui, lo chef **Fabio Aceti** ha creato un menù articolato in tre esperienze di degustazione: una vegetariana, una dedicata alle proteine animali di terra e una che valorizza il pescato del mare adriatico. Per il pesce, è stato selezionato un peschereccio di Chioggia, che procura pesce freschissimo in base alla stagione e alla pesca notturna. La carne proviene da una macelleria che offre carni locali, grass-fed - etiche e genuine - come l'agnello di razza Brogna (razza autoctona della Lessinia). Le uova sono fornite da un piccolo produttore di Velo Veronese, mentre il profumatissimo tartufo nero viene estratto da un cavatore della Lessinia.

Anche l'olio è locale, prodotto da due piccole aziende familiari in Valpolicella: Famiglia Orlandi e San Dionigi.



3.3

Operare in sinergia con gli altri stakeholder, per la diffusione di politiche e pratiche sostenibili che attivino circoli virtuosi di evoluzione della filiera.



Riferimenti GRI: 2-28; 413-1
Riferimenti ESRS: S3-4

Per raggiungere l'obiettivo comune dello sviluppo sostenibile, della conservazione dei territori e della tutela dei patrimoni italiani, crediamo che la strada più efficace sia collaborare con le altre realtà che condividono la nostra visione, orientano le proprie attività per raggiungere gli SDGs e perseguono benefici a vantaggio dell'intera comunità.



In particolare, grazie alle nostre numerose partnership e collaborazioni, già citate, come quelle con Lake Como Net oggi Convention Bureau Lake Como, l'Associazione Albergatori di Confcommercio, Federalberghi di Confindustria, Fondazione Volta, oltre che il CIA e la fondazione che ha dato vita allo IATH, anche nel 2023 abbiamo partecipato a importanti incontri sullo sviluppo sostenibile. Obiettivo: promuovere le città in cui operiamo e condividere pratiche e politiche sostenibili.



Gli obiettivi 2023 e 2024 di LarioHotels.

FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE	OBIETTIVO SPECIFICO	OBIETTIVI 2023	STATO DI AVANZAMENTO	OBIETTIVI 2024
Governance della Società Benefit		<ul style="list-style-type: none"> Creazione Team «Benefit e Sostenibilità» 	No	<ul style="list-style-type: none"> Creazione Team «Benefit e Sostenibilità» Avvio ricerca di certificazione di sostenibilità per albergo
1. Promuovere il lavoro come fonte di riconoscimento sociale, dignità e realizzazione della singola persona, che favorisca la partecipazione appassionata al progetto di impresa come fattore chiave di sviluppo e arricchimento per LH stessa	1.1 Offrire opportunità di crescita e un ambiente di lavoro stimolante nel quale i dipendenti ed i collaboratori si sentano liberi di esprimere le proprie capacità e di investire su loro stesse, alimentando la passione per l'hotellerie e condividendo una cultura di resilienza, gentilezza, sfida e coraggio.	<ul style="list-style-type: none"> Avvio programma di welfare aziendale Avvio processo di certificazione Great Place to Work 	Fatto Fatto	<ul style="list-style-type: none"> Mantenere la certificazione Great Place to Work e continuare nel percorso di miglioramento Rafforzare il coinvolgimento e la comunicazione interna, con iniziative ad hoc Momenti di aggiornamento e formazione di competenze per il management, il middle management e tutti Attività di sviluppo competenze trasversali e soft skill Attività di formazione su temi di sviluppo personale e per la famiglia Attività di formazione su temi della sostenibilità Introduzione Bonus Nascite
	1.2 Garantire uguaglianza di trattamento e equità a tutti i livelli dell'organizzazione, attraverso pratiche e politiche inclusive.	<ul style="list-style-type: none"> Consolidamento della parità di genere 	Fatto	<ul style="list-style-type: none"> Certificazione parità di genere
	1.3 Incoraggiare l' inserimento lavorativo attraverso programmi di formazione professionalizzante e lo sviluppo di carriera nel settore dell'hotellerie, con attenzione particolare ai giovani talenti e alle persone appartenenti a categorie svantaggiate nell'accesso all'occupazione.	<ul style="list-style-type: none"> Collaborazione con Cometa Formazione e altre scuole tecniche / +20 tirocini% Momenti di aggiornamento e formazione per il management Giornata di volontariato aziendale /almeno 30 partecipanti Piano di formazione per i collaboratori / 50% middle management coinvolti Valutazione del clima aziendale, progetto Great Place to Work 	Fatto Fatto Fatto Fatto Fatto	<ul style="list-style-type: none"> Mantenere il programma tirocini Confermare la giornata di volontariato e aumentare la partecipazione
2. Generare un impatto positivo sulla comunità locale e sostenere la cultura e la conservazione della bellezza dei luoghi dell'arte, promuovendo un "turismo benevolo" che offra anche opportunità di arricchimento culturale per gli ospiti.	2.1 Offrire agli ospiti occasioni di arricchimento culturale, attraverso la proposta della storia e la tradizione del territorio italiano: culturale, artistica, artigianale, enogastronomica, imprenditoriale.	<ul style="list-style-type: none"> Sviluppo dell'offerta di esperienze culturali per i clienti Creazione di un sistema di monitoraggio della partecipazione alle esperienze e dell'impatto generato 	In parte In parte	<ul style="list-style-type: none"> Implementazione di nuove offerte ed esperienze culturali per i clienti, sia a Como che a Verona Messa a regime del sistema di monitoraggio delle esperienze e dell'impatto, coinvolgendo attivamente i front office manager
	2.2 Valorizzare e sostenere la cultura e la conservazione della bellezza dei luoghi dell'arte italiani, sviluppando una visione aperta e innovativa dell'accoglienza, basata sullo scambio di cultura e competenze tra gli attori del territorio.	<ul style="list-style-type: none"> Mantenere presenza attiva negli eventi culturali di Como e Verona Continuità dell'impegno come Golden Partner del FAI Organizzazione di almeno 2 eventi di raccolta fondi per sostenere borse di studio e organizzazioni del territorio Comunicazione interna ed esterna sulle attività culturali proposte per garantire massima diffusione 	Fatto Fatto Fatto Fatto	<ul style="list-style-type: none"> Mantenere presenza attiva negli eventi culturali di Como e Verona Continuità dell'impegno come Golden Partner del FAI Creazione di brochure e strumenti per comunicare meglio le attività culturali proposte Sviluppare la relazione con il Comune di Ostuni e le istituzioni locali per i progetti di conservazione
3. Promuovere un turismo che possa svilupparsi in equilibrio e nel rispetto dell'ambiente, mantenendo un rapporto armonioso tra l'essere umano e il territorio circostante e preservando la bellezza del paesaggio.	3.1 Ridurre gli impatti ambientali delle strutture e delle operations, utilizzando in modo efficiente e cosciente le risorse e puntando a una riduzione progressiva dei consumi .	<ul style="list-style-type: none"> Ulteriore riduzione dell'utilizzo della plastica, a partire dalla cucina e dalle attività di pulizia Avvio del monitoraggio sul consumo di plastica Ricerca della massima efficienza energetica nei prossimi progetti di sviluppo edilizio 100% fornitura da energie rinnovabili 	In parte Non praticabile Fatto Fatto (su 3 hotel)	<ul style="list-style-type: none"> Raggiungere il 100% di fonti rinnovabili per tutti gli alberghi Riduzione della Carbon Footprint di -25% Apertura Vista Ostuni con Certificazione Leed
	3.2 Promuovere un meccanismo virtuoso che consenta di offrire il meglio in tavola, promuovendo prodotti locali e da filiera corta .	<ul style="list-style-type: none"> Preferenza di produttori alimentari locali Ricerca di nuovi fornitori locali, presidi slow food e produttori di alimenti tipici italiani Comunicazione della provenienza degli ingredienti sui menù 	Fatto Fatto Fatto	<ul style="list-style-type: none"> Completo rinnovo del Ristorante Raimondi e totale ristrutturazione delle cucine e degli spazi di servizio e della logistica di Villa Flori
	3.3 Operare in sinergia con gli altri stakeholder, per la diffusione di politiche e pratiche sostenibili che attivino circoli virtuosi di evoluzione della filiera .	<ul style="list-style-type: none"> Avvio progetto sulle politiche di acquisto e criteri di selezione dei fornitori Continuo stimolo alle reti territoriali per la sensibilizzazione alla sostenibilità 	No Fatto	<ul style="list-style-type: none"> Avvio progetto sulle politiche di acquisto e criteri di selezione dei fornitori Consolidamento delle relazioni istituzionali sul territorio di Ostuni



**La valutazione
complessiva
dell'impatto.**

Il B Impact Assessment.

Le Società Benefit sono tenute non solo a rendere conto delle pratiche adottate per il perseguimento delle Finalità di Beneficio Comune, ma anche a valutare il proprio impatto sociale ed ambientale complessivo. Lo strumento di valutazione deve essere rigorosamente indipendente e ufficialmente riconosciuto.

LarioHotels ha scelto il B Impact Assessment. Uno strumento di valutazione promosso dall'ente non-profit B Lab con l'obiettivo di osservare l'impatto complessivo generato dalle imprese in 5 aree: Governance, Lavoratori, Comunità, Ambiente, Clienti. Il B Impact Assessment viene utilizzato da circa 200.000 aziende nel mondo.

Nel 2023 LarioHotels ha ottenuto un punteggio complessivo di **75.1**, incrementando di 5 punti l'autovalutazione precedente. Nella grafica sono rappresentati i risultati raggiunti nelle 5 aree analizzate. Allo stesso tempo i dati sono messi a confronto con alcuni benchmark: imprese italiane, imprese affini per settore e affini per dimensione.

LarioHotels
al 31 dicembre 2023

75.1



Governance

Scopra in che modo l'azienda può migliorare le politiche e pratiche pertinenti alla propria missione, all'etica, la responsabilità e trasparenza.



Lavoratori

Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere finanziario, fisico, professionale e sociale dei propri lavoratori.



Comunità

Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere economico e sociale delle comunità in cui opera.



Ambiente

Scopra in che modo l'azienda può migliorare la propria gestione ambientale in generale.



Clienti

Scopra in che modo l'azienda può migliorare il valore che crea per i clienti e consumatori diretti dei propri prodotti e servizi.



Il miglioramento di 5 punti ottenuto rispetto all'autovalutazione precedente è merito soprattutto degli interventi che abbiamo realizzato sul **fronte ambientale**. Il monitoraggio costante dei nostri **consumi**, il calcolo della **carbon footprint**, la scelta di rifornirci con **energia green** e la conseguente **riduzione delle nostre emissioni** sono state premiate e ci hanno portato a risultati migliori del settore di riferimento e delle aziende con le nostre dimensioni.

Leggermente in crescita è anche l'impatto rispetto alla area Comunità, grazie al **sostegno dato all'economia locale**, dove privilegiamo sempre **fornitori del territorio**, e alle nostre **politiche di inclusione, valorizzazione delle diversità e sostegno delle organizzazioni non profit locali**.

Confermato il punteggio i già alto ottenuto sul fronte della **Governance**. Questo sicuramente grazie al riconoscimento ottenuto come **Società Benefit**, ma anche per le importanti politiche attuate in termini di **etica e trasparenza** e per la **comunicazione agli stakeholder** avvenuta nell'anno sui risultati raggiunti, con la pubblicazione della relazione di impatto.

Per quanto riguarda l'area **Lavoratori**, abbiamo messo **salute, sicurezza, coinvolgimento e crescita professionale** al primo posto. E grazie al progetto con Great Place To Work abbiamo iniziato a dialogare in modo più diretto con i nostri collaboratori, raccogliendo spunti e feedback sui quali impostare le azioni di miglioramento future. Viene inoltre valorizzato il nostro impegno nel programma di **formazione e inserimento lavorativo** di giovani in difficoltà, svolto in collaborazione con Cometa Formazione.

Infine, anche quest'anno, eccellente il risultato nell'area **Clienti**. **La nostra vocazione all'ospitalità, la nostra filosofia dell'accoglienza** ci hanno consentito di raggiungere un punteggio doppio rispetto al Paese, al settore e alle dimensioni. Al primo posto mettiamo da sempre la **qualità del servizio**, la discrezione verso i nostri ospiti, la tutela della privacy e un approccio al marketing sempre soft e mai aggressivo. Qualità che ci vengono ufficialmente riconosciute.



Nota Metodologica.

La presente Relazione d'Impatto è stata redatta in conformità alla normativa sulle Società Benefit (legge n. 208 del 28 del dicembre 2015, commi 376-383), con riferimento all'annualità 2023.

In particolare:

- Rispetto alla “descrizione degli obiettivi specifici, delle modalità e delle azioni attuati dagli amministratori per il perseguimento delle Finalità di Beneficio Comune e delle eventuali circostanze che lo hanno impedito o rallentato” si faccia riferimento alla Sezione del presente documento “Report del Beneficio Comune” (pagg. 42), redatta sulla base del WHY Framework®, metodologia di osservazione e rendicontazione degli impatti, ideata da Goodpoint srl Società Benefit;
- Rispetto alla “valutazione dell’impatto generato utilizzando lo standard di valutazione esterno”, essa è consultabile all’interno della Sezione “La valutazione complessiva dell’impatto” (pagg. 76), in cui sono sintetizzati gli esiti della valutazione di sostenibilità ottenuta attraverso il B Impact Assessment di B Lab;
- Rispetto alla “descrizione dei nuovi obiettivi che la società intende perseguire nell’esercizio successivo”, si faccia invece riferimento al capitolo “Obiettivi 2023 e 2024 di LarioHotels” (pagg. 72).

Il perimetro osservato è quello relativo a LarioHotels Società Benefit S.p.a. a livello complessivo, includendo sia le attività gestite direttamente, che quelle gestite attraverso Vista Verona Società Benefit srl e Vista Ostuni Società Benefit srl, entrambe possedute al 100%.

Ove possibile e significativo, le informazioni e i dati relativi a Vista Verona Società Benefit e a Vista Ostuni Società Benefit sono stati esposti e rendicontati in maniera dedicata.

Per la rendicontazione di quest’anno si è scelto di ispirarsi ad alcuni indicatori di carattere generale inclusi negli **Standard GRI - Global Reporting Initiative**, sistema di reportistica di sostenibilità riconosciuto a livello internazionale, e - ove possibile - di riconciliare tali indicatori con i nuovi **European Sustainability Reporting Standard (ESRS)**, emanati a luglio 2023 dal European Financial Reporting Advisory (EFRAG).

Di seguito, un dettaglio metodologico rispetto ad alcuni singoli indicatori riportati.

PARTE INTRODUTTIVA:

- Totale camere disponibili: numero di camere moltiplicato per il totale dei giorni di apertura
- Totale camere vendute: numero di notti vendute per camera
- Tasso di occupancy: numero di camere vendute diviso per il numero totale delle camere disponibili, calcolato sui mesi di effettiva apertura
- ADR Average Daily Rate: la tariffa media giornaliera, spesa indipendentemente dalla categoria di camera, dalla data del viaggio e dalla stagionalità.
- Obiettivo 1.1
- Numero dipendenti e collaboratori: totale di tutti coloro che hanno lavorato per LarioHotels nel corso del 2023, includendo qualunque tipo di contratto, per qualunque durata.
- Numero dipendenti e collaboratori al 31.12.2023: totale di tutti i collaboratori in forze a LarioHotels al 31.12.2023, includendo qualunque tipo di contratto, per qualunque durata.
- Tasso di turnover collaboratori fissi: dipendenti a tempo indeterminato che hanno lasciato LH nell’anno per qualunque motivazione /media dei dipendenti a tempo indeterminato nell’anno
- Tasso di turnover complessivo: tutti i dipendenti che hanno lasciato LH nell’anno per qualunque motivazione / media di tutti i collaboratori nell’anno
- Criteri di risposta per la Survey Great Place To Work: considerate come risposte positive solo quelle pari a 4 = spesso vero e 5= quasi sempre vero

OBIETTIVO 1.2

- Lavoratori di provenienza estera: lavoratori con nazionalità straniera
- Gender Pay Gap: differenza tra la RAL media degli uomini e la RAL media delle donne rispetto alla RAL media dei soli uomini
- Divario retributivo: rapporto tra la RAL più alta in azienda e la RAL più bassa in azienda

OBIETTIVO 1.3

- Numero di studenti accolti: somma degli studenti partecipanti al progetto COMETA, studenti in alternanza scuola lavoro e tirocinanti provenienti da Università, IATH e Azienda Comasca Lariana

OBIETTIVO 2.1

- Numero check-in: numero di ospiti che hanno soggiornato almeno una notte
- Numero presenze: numero di ospiti presenti nelle strutture ogni giorno
- Numero di visitatori 2023: numero presenze totali nei 5 alberghi
- Fruitori esperienze: somma delle prenotazioni effettuate dai clienti per ciascun servizio offerto da ogni albergo, e del numero delle prenotazioni per servizi esterni veicolate da LH. Si stima che ad ogni prenotazione corrispondano almeno 2 fruitori
- Dettaglio ore boat tour: numero dei servizi prenotati moltiplicato per una media di 2 ore per servizio
- Dettaglio bike tour: numero dei servizi prenotati moltiplicato per una media di 3 ore (Villa Flori) o 2 ore (Terminus) per servizio

OBIETTIVO 2.2

- Camere complimentary: camere donate gratuitamente da LH
- Indicatore economico di valore che resta sul territorio: somma delle principali spese con fornitori locali (= della provincia locale) rispetto al totale dei costi. Per il 2023: costo totale del personale, spese per piante, fiori, tessuti, tende, tappezzeria, intonaci, porte, serramenti, pavimenti, detersivi, lavanderia, food sul territorio, linea cortesia Vista Lago di Como, servizio barche, bici, auto, impianti elettrici, idraulici, riparazioni, arredamento, fornitura alberghiera, topografia, casa editrice, cultura, agenzia viaggi, cancelleria, autonoleggio, e trasporti.
- Erogazioni sul territorio: donazioni in denaro erogate a enti dei territori di Como e Verona
- Valorizzazioni: valorizzazione al costo per i servizi di ristorazione offerti, valorizzazione a prezzi di mercato per le camere donate e i voucher, valorizzazione a forfait per i beni donati.

OBIETTIVO 3.1

- Consumi di energia, gas, acqua: rilevati dalle bollette dei fornitori, con attribuzione dei conguagli per competenza, ove possibile
- Consumi pro capite: divisione dei consumi di energia, gas, ed acqua rispetto alle presenze registrate nell’anno
- Indicatore di utilizzo della lavanderia pro capite: somma del numero di tutti i capi tessili lavati in lavanderia (letto e bagno) diviso per il numero di presenze, per ogni albergo
- Indicatore sul risparmio delle bottigliette di plastica: consumo totale di acqua dei boccioni nei 4 anni di utilizzo, dei brick di acqua comprati di Acqua Filette e Acqua di Como, ciascuno diviso per 0,5 (risparmio di bottigliette da mezzo litro)
- Per il calcolo della Carbon Footprint, LarioHotels si è affidato a MBS Consulting. E’ stato applicato l’approccio «Location Based», basato sui fattori di emissione medi nazionali per l’anno di riferimento. Questi fattori rappresentano una media ponderata delle emissioni delle diverse tecnologie di produzione di energia. Il fattore applicato è il «residual mix» relativo alla produzione residuale da fonti rinnovabili nel mix energetico nazionale (Fonte: European Residual Mixes - Association of Issuing Bodies AIB).
- E’ stato considerato un fattore emissivo pari a zero per la fornitura di energia elettrica nel 2023 di Vista Lago di Como, Terminus e Posta Design, nonostante l’assenza di Garanzie d’origine, grazie alla sottoscrizione di un contratto di green procurement con il fornitore Audax Energia.
- **Scope 1:** consumi di gas per cucina, riscaldamento se presente caldaia a combustione in loco rilevati dalle bollette dei fornitori, con attribuzione dei conguagli per competenza. Non sono stati inclusi i dati di consumo carburanti per mezzi di trasporto aziendali e mezzi propri/viaggio di lavoro in quanto i dati non erano disponibili.
- **Scope 2:** consumi di energia elettrica prelevata dalla rete e non prodotta in loco rilevati dalle bollette dei fornitori, con attribuzione dei conguagli per competenza
- Indice di intensità di carbonio: Emissioni di Scope 1 e 2 in rapporto ai milioni di fatturato in dollari.

OBIETTIVO 3.2

- Numero dei fornitori food and beverage locali: somma dei fornitori food & beverage che hanno la sede legale sul territorio della Provincia di Como o di Verona
- % costi alimentari locali: valore della spesa per i fornitori locali (sopra definiti) rispetto al valore complessivo speso per food and beverage

Riconciliazione delle informazioni con Indicatori GRI (Global Reporting Initiative) e ESRS (European Sustainability Reporting Standards)

GRI STANDARD	ESRS STANDARD	UBICAZIONE	
TITOLO	TITOLO		
GRI 2: INFORMATIVA GENERALE	2-1 Dettagli organizzativi	LarioHotels è società benefit; struttura societaria e governance	
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	BP-1: OBBLIGO DI INFORMATIVA Criteri generali per la redazione delle dichiarazioni sulla sostenibilità	Struttura societaria e governance
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto		Copertina; metodologia
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	SBM-1: OBBLIGO DI INFORMATIVA Strategia, modello aziendale e catena del valore	La storia, hotel e ristoranti
	2-7 Dipendenti	S1: FORZA LAVORO PROPRIA	S1-6 Caratteristiche dei dipendenti dell'impresa Il successo di LH FBC 1.1 FBC 1.2 FBC 1.3 Tabella sui dipendenti
	2-8 Lavoratori non dipendenti		S1-6 Caratteristiche dei dipendenti dell'impresa FBC 1.1 FBC 1.3 Tabella sui dipendenti
	2-9 Struttura e composizione della governance		S1-6 Caratteristiche dei dipendenti dell'impresa Struttura societaria e governance
	2-11 Presidente del massimo organo di governo		Struttura societaria e governance
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti	GOV-1: OBBLIGO DI INFORMATIVA Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo	Struttura societaria e governance
	2-19 Norme riguardanti le remunerazioni	S1: FORZA LAVORO PROPRIA S1-16 Metriche di retribuzione (diario retributivo e retribuzione totale)	FBC 1.2
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	E1: CAMBIAMENTI CLIMATICI E1-1 Piano di transizione per la mitigazione dei cambiamenti climatici	Lettera agli stakeholder
	2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi	S1: FORZA LAVORO PROPRIA	S1 -3 Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai lavoratori propri di sollevare preoccupazioni
		S2: LAVORATORI NELLA CATENA DEL VALORE	S2-3 Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai lavoratori nella catena del valore di esprimere preoccupazioni
		S3: COMUNITÀ INTERESSATE	S3-3 Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono alle comunità interessate di esprimere preoccupazioni
2-28 Appartenenza ad associazioni		G1-5 Influenza politica e attività di lobbying FBC 2.2 FBC 3.3	
GRI 201: PERFORMANCE ECONOMICA	E1: CAMBIAMENTI CLIMATICI SBM-1 Posizione di mercato, strategia, modelli aziendali e catena del valore E1-6 Emissioni lorde di GES in ambito 1, 2, 3 ed emissioni totali di GES	Il successo di LH FBC 2.2 FBC 3	
GRI 203: IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI	203-2 Impatti economici indiretti significativi i	S1: FORZA LAVORO PROPRIA S1-4 Interventi su impatti rilevanti per la forza lavoro propria e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il perseguimento di opportunità rilevanti in relazione alla forza lavoro propria, nonché efficacia di tali azioni	FBC 2.2
		S2: LAVORATORI NELLA CATENA DEL VALORE S2-4 Interventi su impatti rilevanti per i lavoratori nella catena del valore e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il perseguimento di opportunità rilevanti per i lavoratori nella catena del valore, nonché efficacia di tali azioni	FBC 2.2
		S3: COMUNITÀ INTERESSATE S3-4 Interventi su impatti rilevanti e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il perseguimento di opportunità rilevanti in relazione alle comunità interessate, nonché efficacia di tali azioni e approcci	FBC 3.2
		S4: CONSUMATORI ED UTILIZZATORI FINALI S4-4 Interventi su impatti rilevanti per i consumatori e gli utilizzatori finali e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il perseguimento di opportunità rilevanti in relazione ai consumatori e gli utilizzatori finali, nonché efficacia di tali azioni	FBC 3.2

GRI STANDARD	ESRS STANDARD	UBICAZIONE	
TITOLO	TITOLO		
GRI 204: PRASSI DI APPROVVIGIONAMENTO	204-1 Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali	S3: COMUNITÀ INTERESSATE SBM-3 Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale	FBC 2.2
		S3-4 Interventi su impatti rilevanti e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il perseguimento di opportunità rilevanti in relazione alle comunità interessate, nonché efficacia di tali azioni e approcci	FBC 3.2
GRI 302: ENERGIA	302-1 Consumo di energia interno all'organizzazione	E1: CAMBIAMENTI CLIMATICI E1-5 Consumo di energia e mix energetico	FBC 3.1 Tabella consumi
	302-4 Riduzione del consumo di energia		FBC 3.1 Tabella consumi
GRI 303: ACQUA ED EFFLUENTI	303-1 Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	E3: ACQUE E RISORSE MARINE E3-2 Azioni e risorse connesse alle acque e alle risorse marine	FBC 3.1
	303-2 Gestione degli impatti legati allo scarico di acqua	E3: ACQUE E RISORSE MARINE E3-4 Consumo idrico	FBC 3.1
	303-5 Consumo idrico	E3: ACQUE E RISORSE MARINE E3-4 Consumo idrico	FBC 3.1 Tabella consumi
GRI 305: EMISSIONI	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	E1: CAMBIAMENTI CLIMATICI E1-4 Obiettivi relativi alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi E1-6 Emissioni lorde di GES in ambito 1, 2, 3 ed emissioni totali di GES	FBC 3.1
	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)		
GRI 306: RIFIUTI	306-1 Generazione di rifiuti e impatti significativi correlati ai rifiuti	E5: USO DELLE RISORSE ED ECONOMIA CIRCOLARE E5-3 Obiettivi relativi all'uso delle risorse e all'economia circolare	FBC 3.1
		E5-5 Flussi di risorse in uscita	
GRI 401: OCCUPAZIONE	401-1 Assunzioni nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti	S1: FORZA LAVORO PROPRIA S1-6 Caratteristiche dei dipendenti dell'impresa	FBC 1.1
	401-2 Benefici per i dipendenti a tempo pieno che non sono disponibili per i dipendenti a tempo determinato o part-time	S1: FORZA LAVORO PROPRIA S1-11 Protezione sociale	FBC 1.3
	401-3 Congedo parentale	S1: FORZA LAVORO PROPRIA S1-15 Metriche dell'equilibrio tra vita professionale e vita privata	FBC 1.2
GRI 403: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	S1: FORZA LAVORO PROPRIA S1-1 Politiche relative alla forza lavoro propria	FBC 1.1
		S1-14 Metriche di salute e sicurezza	
GRI 404: FORMAZIONE E ISTRUZIONE	404-1 Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente	S1: FORZA LAVORO PROPRIA S1-13 Metriche di formazione e sviluppo delle competenze	FBC 1.1 FBC 1.3
	404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	S1: FORZA LAVORO PROPRIA S1-1 Politiche relative alla forza lavoro propria	FBC 1.1 FBC 1.3
	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono periodicamente valutazioni delle loro performance e dello sviluppo professionale	S1: FORZA LAVORO PROPRIA S1-13 Metriche di formazione e sviluppo delle competenze	FBC 1.1
GRI 405: DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ	405-1 Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	S1: FORZA LAVORO PROPRIA S1-9 Metriche della diversità	Struttura societaria e governance FBC 1.2 FBC 1.3
	405-2 Rapporto tra salario di base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	S1: FORZA LAVORO PROPRIA S1-16 Metriche di retribuzione (diario retributivo e retribuzione totale)	FBC 1.2
GRI 413: COMUNITÀ LOCALI	413-1 Operazioni con il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni degli impatti e programmi di sviluppo	S3: COMUNITÀ INTERESSATE S3-4 Interventi su impatti rilevanti e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il perseguimento di opportunità rilevanti in relazione alle comunità interessate, nonché efficacia di tali azioni e approcci	FBC 1.3 FBC 2.2 FBC 3.3

LARIOHOTELS S.P.A.
Società Benefit

Via per Cernobbio 12
22100, Como (CO) - ITALY
P.IVA 00787190131

T: +39 031 329 111
info@lariohotels.com

CORPORATE WEBSITE
www.lariohotels.com
www.vistapalazzo.com



@lariohotels
@vistalagodicomo
@vistaverona5l



LARIO  HOTELS