

**Relazione  
d'impatto e di  
sostenibilità  
2022**



## INDICE

<b>Lettera del Presidente</b>	PG 2
<b>LarioHotels Società Benefit e le finalità di beneficio comune</b>	PG 4
<b>La nostra storia</b>	PG 10
<b>Struttura societaria e governance</b>	PG 12
<b>Mission e Vision</b>	PG 14
<b>Hotel e Ristoranti</b>	PG 19
<b>Il successo di LarioHotels</b>	PG 26
<b>LarioHotels nel mondo e sui media</b>	PG 32
<b>Il futuro</b>	PG 36
<b>Lo sviluppo sostenibile</b>	PG 39
<b>Report di beneficio comune</b>	PG 40
<b>Le nostre finalità di beneficio comune: rendicontazione</b>	PG 42
<b>Obiettivi 2022 e 2023</b>	PG 66
<b>Valutazione complessiva dell'impatto e B Impact Assessment</b>	PG 70
<b>Nota metodologica</b>	PG 73
<b>Riconciliazione delle informazioni con Indicatori GRI</b>	PG 74

## LETTERA DEL PRESIDENTE

*Il 2022 è stato un anno di belle soddisfazioni. Non sono solo i numeri a dirlo, quanto soprattutto la soddisfazione che leggo negli occhi dei nostri ospiti e in quelli di chi lavora con noi. Siamo un'azienda dinamica e innovativa ma, allo stesso tempo, anche tradizionale. Per noi, i valori di famiglia, quali dedizione, impegno, cura nelle mansioni, senso di appartenenza, sono e restano le linee guida per il successo.*

*Dopo due anni durissimi per tutto il settore dell'hôtellerie e in un contesto di grandi cambiamenti, LarioHotels è ripartita con il 2022 in forte crescita.*

*È cresciuto il fatturato, anche grazie all'apertura del nuovo VISTA Verona, che in pochi mesi si è subito posizionato nella fascia più alta del settore. È cresciuto il nostro percorso nell'ambito della sostenibilità, progetto cui teniamo moltissimo. Da tempo abbiamo intrapreso un programma di cultura ambientale e sociale che ora dà i suoi frutti concreti. Dal 2021 LarioHotels è diventata "Società Benefit": traguardo che nel mondo dell'hôtellerie pochissime strutture italiane vantano. Di pari passo sono cresciute le nostre collaborazioni con scuole e enti no profit locali, cito, tra le tante, Cometa e lo IATH (International Academy of Tourism and Hospitality). Con Cometa in particolare continuiamo il percorso per inserire nel nostro personale ragazzi e ragazze svantaggiati o con difficoltà di ingresso nel mondo del lavoro e i risultati sono stati sorprendenti.*

*Ma è il settore delle formazione e del welfare aziendale quello che abbiamo deciso di implementare di più per il 2023. Lo faremo attraverso corsi, progetti di educational, attività dedicate espressamente al nostro personale e con una piattaforma di servizi atti ad aiutare ciascuno ad affrontare meglio il rincaro del costo della vita e a migliorare la propria soddisfazione professionale.*

*E a proposito di chi lavora con noi, è a loro che voglio riservare il mio ringraziamento più sentito. Quelli passati sono stati anni tremendi, ma nessuno di loro ha mai perso il sorriso e la passione. I risultati sono qui a dimostrarlo. È stato un successo di team. È stato un successo meritato. Per me, la soddisfazione maggiore.*

*Il 2023 ci attende con nuove sfide. Ne cito solo una: l'ampiamiento della catena VISTA, con una nuova struttura di prossima apertura nel magnifico sud Italia.*



BIANCA PASSERA



# 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 **circuiti virtuosi di evoluzione della filiera**.



**LarioHotels**, Società Benefit, è l'azienda alberghiera della famiglia Passera attiva nell'ospitalità da **oltre 100 anni** e arrivata alla quarta generazione di imprenditori. Detiene la proprietà immobiliare e la gestione diretta di cinque strutture per un totale di 151 camere e suite.

Oggi, oltre ai tre alberghi "storici" - Villa Flori, Terminus e Posta Design Hotel, tutti localizzati a Como e tutti posizionati nella fascia alta del mercato di riferimento - ci sono VISTA Lago di Como e VISTA Verona che stanno dando corpo a una catena di boutique hotel 5 stelle lusso in città d'arte italiane per portare il lusso dove ancora non c'è.

LarioHotels ha come unici azionisti Bianca e Corrado Passera e conta **oltre 140 collaboratori**. L'azienda fa parte di Confindustria Alberghi e di Federalberghi.

# 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.

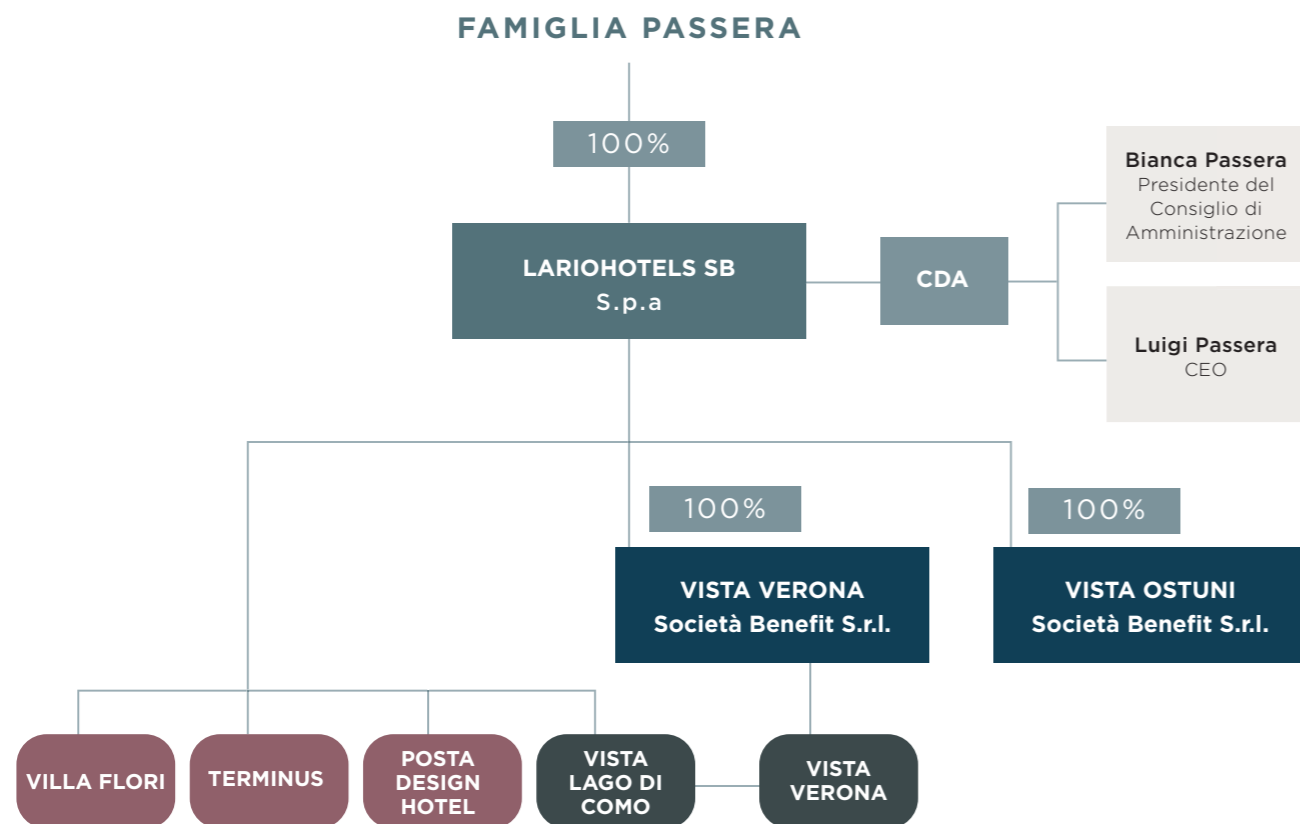
Cinque boutique hotel, ognuno diverso per stile e offerta, ognuno rivolto a un target differente. VISTA Lago di Como, VISTA Verona, Terminus, Villa Flori e Posta Design Hotel. E oggi, la gestione a doppia generazione di Bianca Passera e del nipote Luigi, guarda avanti, oltre l'amato lago, con una forte attenzione allo sviluppo della catena 5 stelle lusso VISTA.



MA LA STORIA CONTINUA E LA DOPPIA GENERAZIONE STA SCRIVENDO NUOVE PAGINE CHE PORTERANNO 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. Nel corso del 2022, in considerazione dello sviluppo che la catena VISTA sta assumendo nel Gruppo LH, è stato realizzato un processo di ridefinizione della struttura societaria che include anche la costituzione di una nuova società in vista di futuri investimenti in Sud Italia.



# 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 i propri 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.

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.

Oltre che nelle "operation", la proprietà e il management entrano 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, nonché 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 bella da essere inaspettata e indimenticabile.

LH è presente sul Lago di Como e a Verona. Città, quest'ultima dove l'8 maggio 2022 è stato inaugurato VISTA Verona. Una delle città e dei territori tra i più belli e conosciuti del nostro Paese forse in tutto mondo. Una terra in cui cultura, bellezza e storia si fondono in modo naturale e perfetto con il paesaggio e una natura unica.

Ciascuno dei nostri boutique hotel entra di diritto nella gamma più alta del mercato di riferimento. Questo grazie anche alla cura e all'attenzione a ogni dettaglio: dal design, allo stile e al servizio. Non semplici hotel ma vere e proprie esperienze e naturali ambasciatori del territorio in cui si trovano. Ne sono, essi stessi, parte integrante: si tratta infatti di palazzi storici, ville, dove lo stile liberty e quello razionalista sono mirabilmente protagonisti.

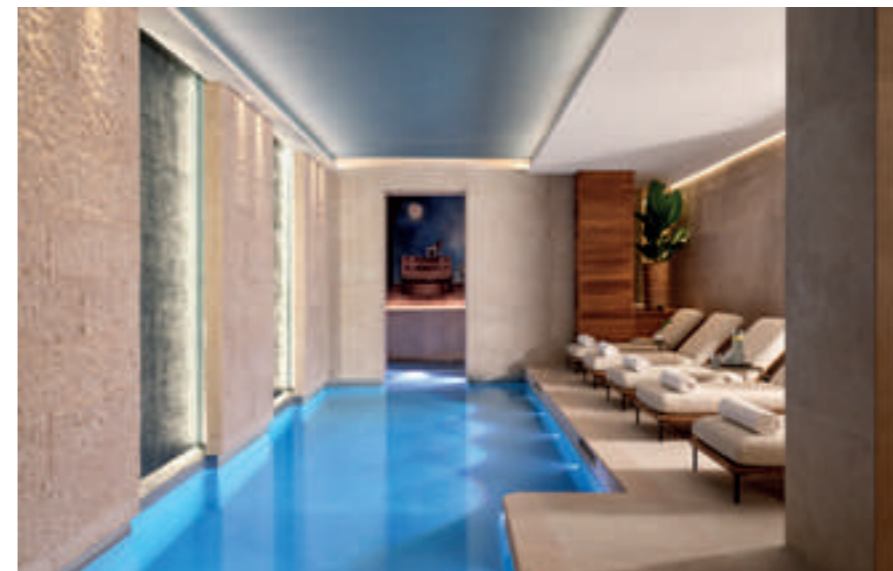
Attualmente LH conta 151 camere incluse le suite, e la villa sul lago all'interno del parco di Villa Flori.



VISTA  
LAGO DI COMO  
★★★★L



VISTA  
VERONA  
★★★★L



Originariamente chiamato Palazzo Venezia e costruito nel 1870 in stile neogotico, VISTA Lago di Como è unico nel suo genere.

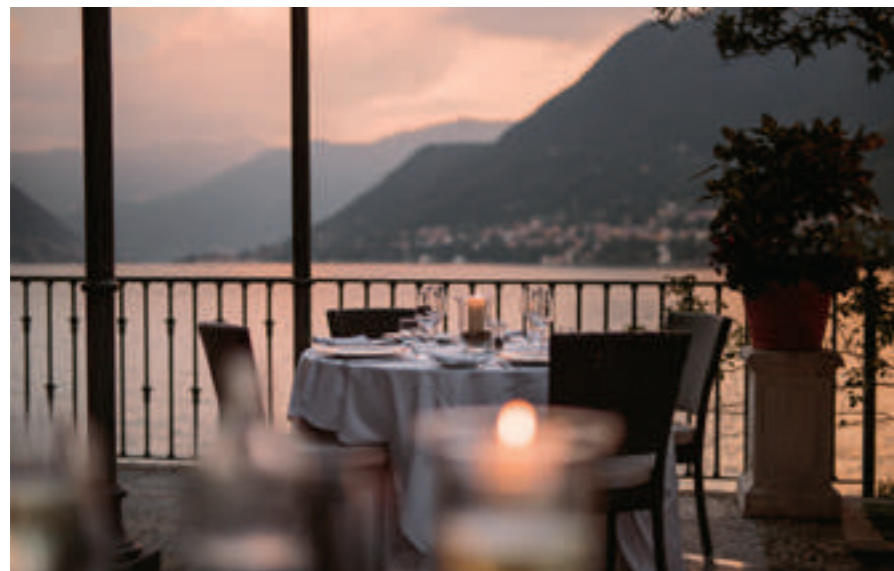
Situato in uno degli edifici più belli nel centro della città, davanti al lago impreziosito da un roof top con vista spettacolare che ospita l'Infinity Bar, il Ristorante Sottovoce e la library appartata e silenziosa per cene e piccoli meeting privati. Con ben 18 suite è il solo cinque stelle lusso di Como. Il nome è una suggestione dell'esperienza che offre agli ospiti: la vista e il piacere dello stare come vero lusso del nuovo millennio. La bellezza del design italiano più raffinato e d'avanguardia unita a un'atmosfera accogliente, la privacy totale garantita, un servizio in linea coi migliori standard internazionali e un'offerta di servizi su misura. Tutto questo, diventa la cifra de "l'esperienza VISTA".

Il nuovo arrivato nella famiglia VISTA, aperto l'8 maggio 2022 dopo una completa ristrutturazione di un edificio storico, è un 5 stelle lusso. Si compone di 16 suite arredate in stile eclettico e 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, ricca di importanti monumenti, come l'iconica Arena, e il notissimo balcone di Romeo e Giulietta. 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.

## 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.

In posizione incantevole, a due passi dal centro di Como, è il luogo ideale per scoprire le bellezze del suo Lago, conosciuto in tutto il mondo per i suoi giardini e le sue ville, candidato a ottenere il riconoscimento dell'Unesco quale patrimonio dell'umanità, un titolo che al momento, in tutto il lago, compete solo al Sacro Monte di Ossuccio con il santuario della Madonna del Soccorso.

## TERMINUS

LAGO DI COMO

★★★★



Inaugurato nel 1920, si trova in un palazzo liberty fronte lago e a due passi dal Duomo di Como, e conserva gran parte dell'arredo originale e con esso il fascino delle abitazioni dell'antica aristocrazia lombarda. In perfetto equilibrio tra la bellezza del lago e la vita culturale della città.

## POSTA DESIGN

LAGO DI COMO

★★★



L'hotel più smart della città, in un building di Giuseppe Terragni, uno dei fondatori del razionalismo italiano. In pieno centro storico, dall'eleganza minimal e dal design d'autore offre agli ospiti un'esperienza informale e immersa nella vita cittadina.

# 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, infatti il 22% 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.



## VISTA LAGO DI COMO

Il **RISTORANTE SOTTOVOCE**, segnalato dalla guida Michelin, offre una cucina gourmet di altissimo livello che privilegia ingredienti legati al territorio italiano e in particolare quelli di provenienza locale. Chef Stefano Mattara propone sia piatti rivisitati, sia piatti innovativi dagli abbinamenti sperimentali e arditi. L'**INFINITY BAR** invece, stupisce con drink d'autore e cocktail signature d'avanguardia.



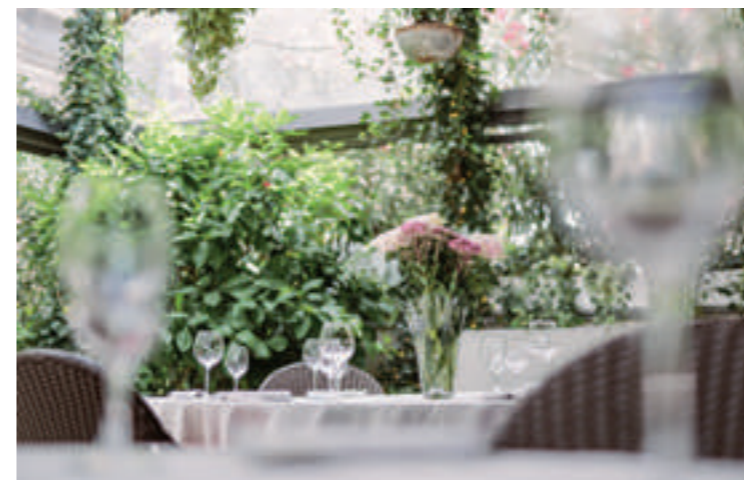
## VISTA VERONA

Il **RISTORANTE SOTTOVOCE** unisce creatività e tradizione, sperimentazione ed eccellenze del territorio. Antichi sapori, ma rivisitati dallo Chef Fabio Aceti in chiave gourmet, accompagnati da una accuratissima selezione dei migliori vini, italiani e di tutto il mondo. E nell'**INFINITY BAR**, specializzato in cocktail e aperitivi all'italiana, ogni drink diventa uno show di sapori e colori.



## VILLA FLORI

Il **RISTORANTE RAIMONDI** offre piatti della miglior tradizione italiana, realizzati con cura e attenzione e serviti pied dans l'eau nello scenario unico del Lago di Como.



## ALBERGO TERMINUS

Il **BAR DELLE TERME** propone pochi piatti tipici, e ben caratterizzati, quasi iconici, che sanno farsi apprezzare per le loro caratteristiche locali dagli ospiti di ogni dove, ma 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 successo LH.

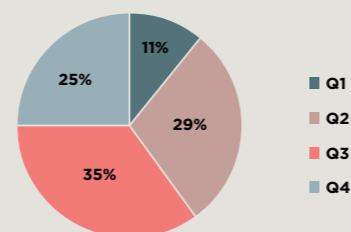
## Stagionalità

2019 | 74%

2021 | 52%

2022 | 72%

	Q1	Q2	Q3	Q4
2019	9%	32%	39%	19%
2021	7%	13%	46%	34%
2022	11%	29%	35%	25%



■ Q1  
■ Q2  
■ Q3  
■ Q4



ROOM DIVISION

78%\*



FOOD & BEVERAGE

22%\*

\*percentuali riferite al fatturato totale

### BUSINESS KEY LARIOHOTELS

	2017	2018	2019	2021	2022
FATTURATO	8.361.000	9.971.000	12.298.870	8.724.871	20.195.957
EBITDA	2.886.028	3.006.112	3.572.284	1.785.997	6.909.982
DIPENDENTI*	52	68	93	106	139
N° HOTEL	3	4	4	4	5
CAMERE VENDUTE	27.683	28.843	35.558	18.284	34.951
OCCUPANCY %	77%	69%	74%	52%	72%

\* FTE, Full Time Equivalent

### BUSINESS KEY VISTA

	2017	2018	2019	2021	2022
FATTURATO	0	1.520.000	3.186.000	1.688.000	6.972.000
N° HOTEL	0	1	1	1	2
CAMERE VENDUTE	0	1.826	3.423	1.290	5.165
OCCUPANCY %	0%	48%	52%	30%	53%*

I dati si riferiscono agli ultimi 5 anni completi di attività al netto del 2020, anno anomalo a causa della pandemia da Covid-19.

\* dati riferiti all'attività di soli 7 mesi di VISTA Verona

# Migliorarsi: parola d'ordine per LarioHotels.

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 infatti 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 poter mantenere l'affiliazione a Small Luxury Hotels of the World è necessario un punteggio compreso tra il 75% e il 100%. Nel 2022, LH ha ottenuto un punteggio di **95.3%** per il VISTA Lago di Como e di **94.1%** per il VISTA Verona.

“La nostra squadra di lavoro si dedica con grande professionalità e passione alla Customer Experience: ci focalizziamo sull'ascolto dei clienti e dei loro giudizi per individuare i momenti chiave delle loro esperienze e soprattutto i loro bisogni. Pertanto, grazie alla conoscenza approfondita del cliente e alla messa in campo di adeguati modelli operativi con elevati standard di lusso, siamo in grado di rispondere efficacemente alle aspettative dei clienti e di risolvere eventuali momenti di criticità.

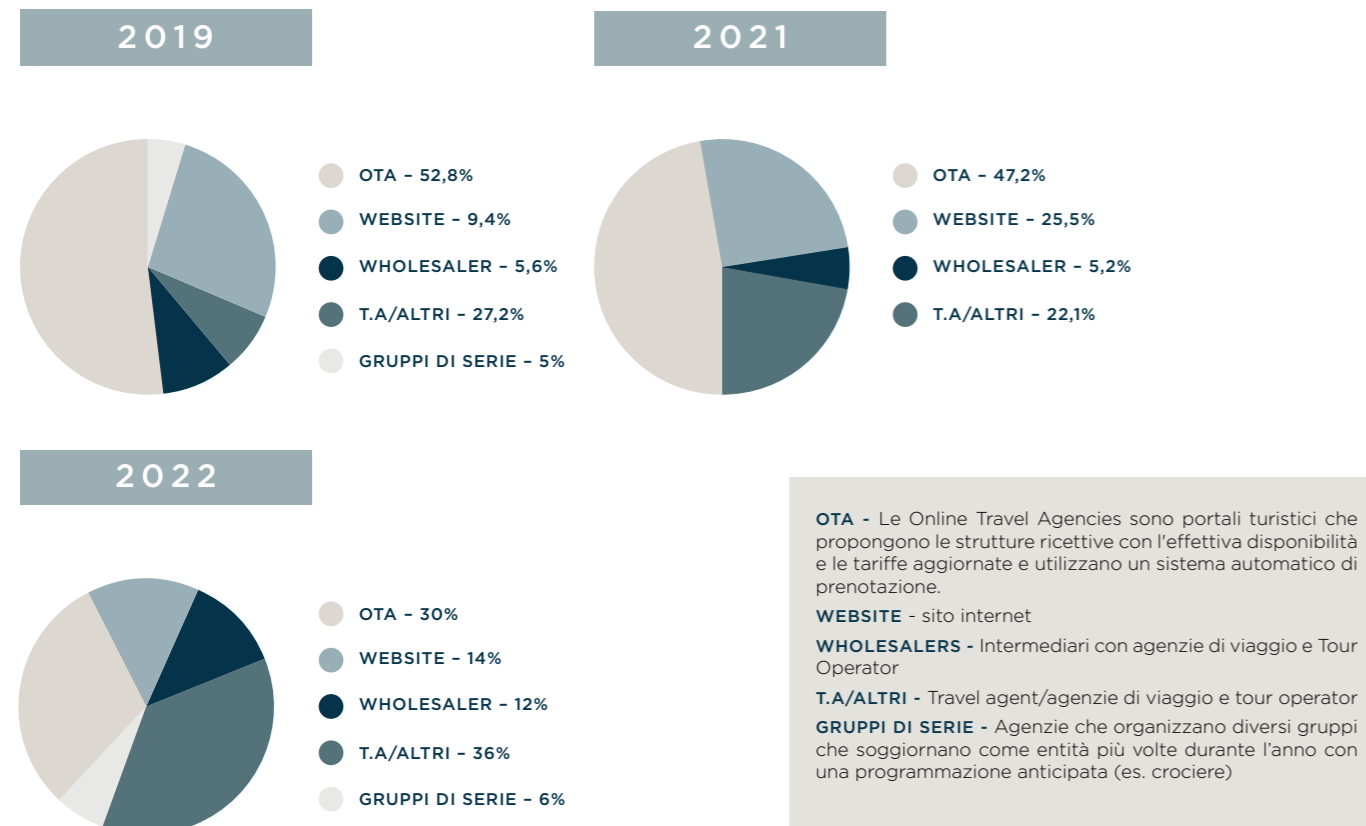
Cristina Zucchi, Managing Director

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.

Venendo ai numeri: rispetto al 2019 i **check-in** sono aumentati di **più dell'8%**. Questo anche grazie all'apertura nel 2022 del nuovo VISTA Verona. Mentre il numero di camere vendute è cresciuto di quasi il **10%**. Conseguentemente, anche il **tasso di occupancy medio** è salito del **20%**: in particolare siamo passati dal **52%** del 2021 al **72%** del 2022.

Siamo molto orgogliosi dei risultati di VISTA di questi primi anni: nonostante l'influenza della pandemia e l'attività di soli 7 mesi di VISTA Verona nel 2022, abbiamo venduto il **51%** di camere in più rispetto al 2019.

# Accommodation – Canali di vendita



I tre grafici rappresentano la distribuzione delle prenotazioni ricevute negli anni dai diversi canali di vendita. Come già detto, il 2021 è stato un anno decisamente particolare: vanno considerate le numerose restrizioni ancora vigenti per la pandemia, la quasi totale assenza di grandi gruppi, il calo generale del turismo e la conseguente minore attività di Travel Agent e Tour Operator, così come l'annullamento di eventi e matrimoni già programmati.

Se nel 2019 più della metà delle nostre prenotazioni proveniva dalle agenzie di viaggio online (OTA), nel 2022 sono **scese al 30%**. Questo grazie all'aumento di prenotazioni che vengono direttamente dal sito (+6%), da intermediari con le agenzie e i tour operator (+6%), dai Travel Agent e dagli eventi (+9%). Il totale del fatturato proveniente dai canali digitali è cresciuto infatti del **140%**: da 998.253€ nel 2019 a 2.397.176 € nel 2022. Dimostrazione dell'importanza di aver puntato su canali più diretti, e dove è più facile creare e mantenere una conversazione con i nostri ospiti.

“Un'esperienza unica: albergo stupendo! Appena si entra sembra di vivere in un'altra epoca. Arredamento, cura dei dettagli, servizi, personale...tutto eccellente.  
 Recensione su Booking.com per il **Terminus** - Marzo 2022

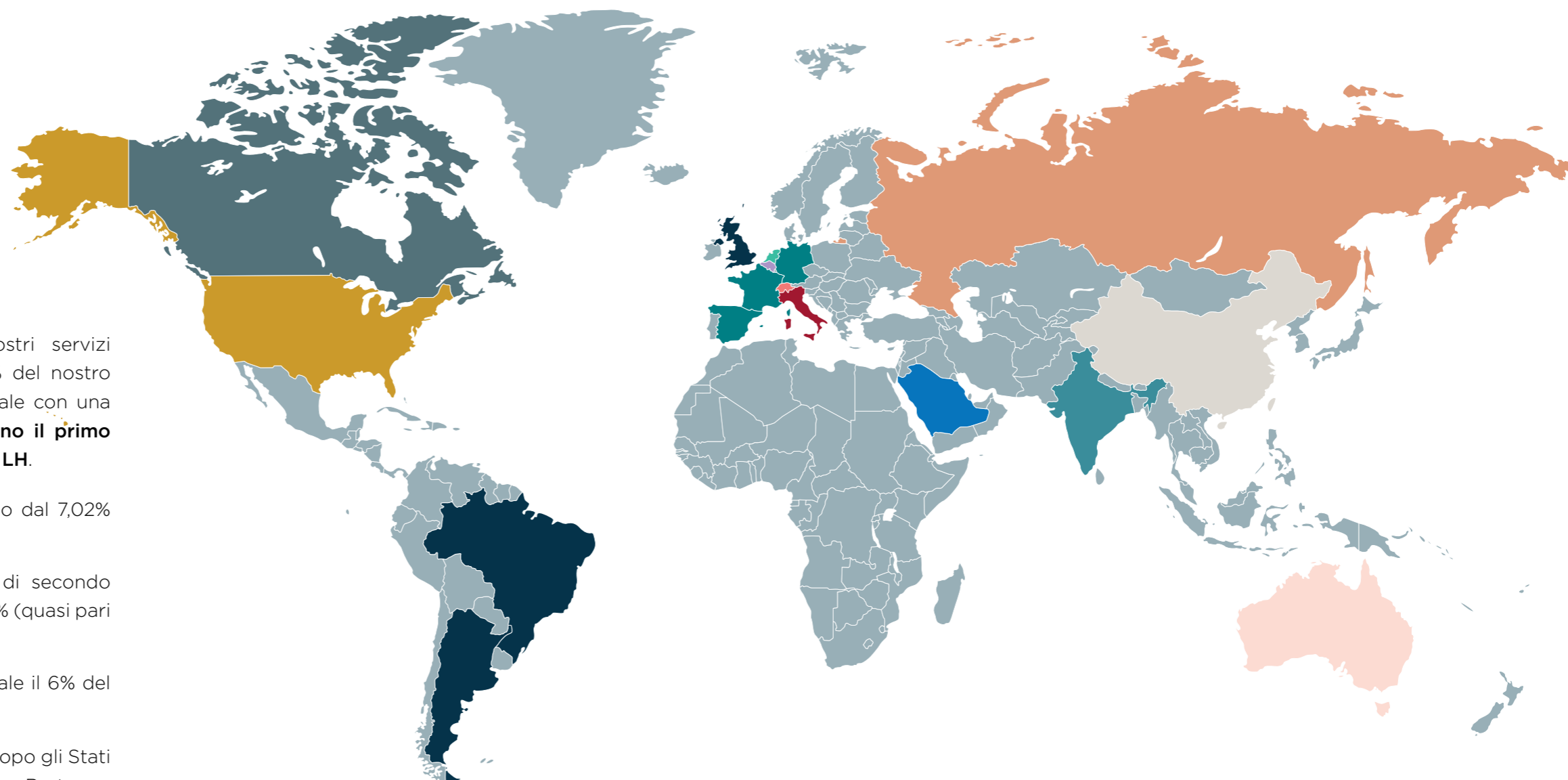
“Eccezionale - Everything was beyond expectation, I had the best experience ever. I had an upgrade to junior suite with the most beautiful view. The staff were the best, highly skilled and made my stay even better. I am certainly going back.  
 Recensione su Booking.com per **VISTA Lago di Como** - Settembre 2022

“We were beyond satisfied with our stay. The location was excellent and the views were outstanding. Picturesque. The view was stunning! The staff were professional, helpful and enthusiastic! Our rooms were beautiful.  
 Recensione su Booking.com per **Villa Flori** - Dicembre 2022

“Perfect stay to enjoy a romantic stay in the historic center of Verona. The hotel is very cozy and very well decorated. It has a nice terrace and bar on the top floor with a view of all Verona.  
 Recensione su Booking.com per **VISTA VERONA** - Ottobre 2022



# Gli ospiti LH nel mondo.



Le nostre strutture e l'eccellenza dei nostri servizi attraggono turisti da tutto il mondo. Il 92% del nostro mercato è costituito da clientela internazionale con una forte ripresa nel 2022. **Gli USA rappresentano il primo mercato in assoluto con il 41% degli ospiti di LH.**

- L'Italia resta il secondo mercato passando dal 7,02% del 2019 all'8% del 2022.
- La Gran Bretagna prende ora il posto di secondo paese straniero con una percentuale del 7% (quasi pari all'Italia.)
- La somma di Svizzera, Belgio e Olanda vale il 6% del fatturato.
- Il primo paese extra Europa a comparire dopo gli Stati Uniti a esclusione della Svizzera e della Gran Bretagna è ora il Canada con il 2,35% seguiti da Australia (2,24%), Arabia Saudita (1,72%) e Emirati Arabi Uniti (1,38%).

I primi 10 paesi valgono il 78% del fatturato LH.

Nel 2022 LH ha avuto ospiti di **132 diverse nazionalità**, contro le 105 del 2021 e le 107 del 2019. Dopo la pandemia, la tariffa media giornaliera è cresciuta in maniera sensibile.

### Average Daily Rate (ADR)<sup>1</sup> dei singoli Paesi:

- Nel 2019: USA € 344, UK € 313, ITALIA € 234
- Nel 2021: USA € 385, UK € 333, ITALIA € 265
- Nel 2022: USA € 496, UK € 397, ITALIA € 313

<sup>1</sup>L'ADR Average Daily Rate è la tariffa media giornaliera, spesa indipendentemente dalla categoria di camera, dalla data del viaggio e dalla stagionalità.

	2019	2021	2022	% 2022 vs 2021		2019	2021	2022	% 2022 vs 2021
USA	31%	17%	41%	24%	UK	9%	3%	7%	4%
CANADA	2%	1%	2%	1%	FRA/GER/SPA	10%	24%	11%	-13%
ARG/BRA	2%	0%	1%	1%	RUSSIA	5%	2%	1%	-1%
AUSTRALIA	4%	0%	2%	2%	ITALIA	7%	16%	8%	-8%
INDIA	1%	0%	1%	0%	SVIZZERA	5%	9%	4%	-5%
CINA	1%	1%	0%	0%	BELGIO	1%	4%	1%	-3%
ARABIA SAUDITA	2%	1%	2%	1%	OLANDA	2%	4%	1%	-3%

# Presenza digitale e comunicazione.

Il digital, per l'hôtellerie, rappresenta una vera e propria sfida. Non è da tutti saperla raccogliere. Creare un dialogo costante e duraturo con i propri ospiti significa oltre che fidelizzarli, farli sentire parte di un'esperienza che non si esaurisce con il semplice soggiorno.

Per questo LarioHotels si è affidata a un'agenzia-boutique specializzata in PR Management, in grado di far crescere la nostra brand awarness a livello internazionale. Siamo attivi anche in USA, dove abbiamo una proficua relazione con i media locali. Parallelamente abbiamo dato il via a un processo di rifacimento dei siti VISTA. Lo abbiamo fatto avvalendoci di un partner internazionale di comprovata fama, come D-EDGE.

Oltre a ciò, abbiamo investito in una serie di campagne mirate sui motori di ricerca, che hanno accresciuto e consolidato la nostra presenza. Fondamentale infine, la gestione dei social e delle digital PR, in cui LarioHotels si è contraddistinta per una spiccata vivacità e uno scambio attivo con i propri ospiti, in particolare sul canale Instagram dove abbiamo cercato di trasmettere la vera "esperienza VISTA" che l'ospite fa.



Comunicare in modo efficace e performante significa per noi, anche e soprattutto essere ambassador del nostro territorio. Promuovendo e facendo conoscere le straordinarie bellezze nascoste del Paese più bello del mondo.

Queste azioni hanno alzato notevolmente il livello di engaging dei nostri profili - che progettiamo di mantenere e implementare anche nel 2023 - acquisendo e sviluppando i brand degli hotel e delle destinazioni anche all'estero. In particolare:

● **NUOVI FOLLOWER 2022 SU INSTAGRAM:**

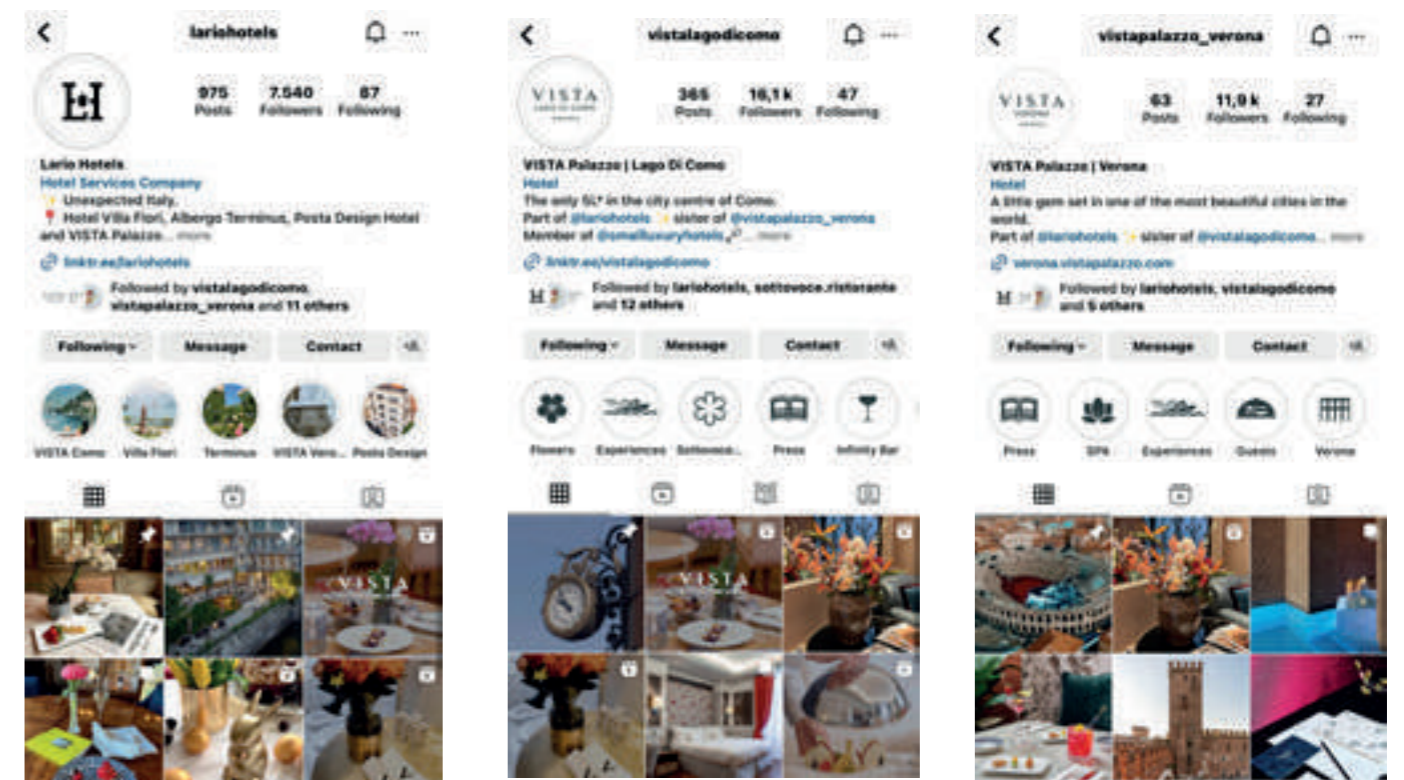
- @lariohotels +3.7k followers;
- @vistalagodicomo +8k followers;
- @vistapalazzo\_verona +14k follower;

● **INTERACTION RATE POST:**

- @lariohotels 267 media like - 15.790 media visualizzazioni video;
- @vistalagodicomo 360 media like - 20.900 media visualizzazioni video;
- @vistapalazzo\_verona 536 media like - 25.390 media visualizzazioni video;

● **AUMENTO USER GENERATED CONTENTS;**

● **APERTURA PROFILO TIKTOK DI VISTA AGOSTO 2022**



## Newsletter

Manteniamo il contatto con i nostri clienti anche grazie alle newsletter che mandiamo sia ai database B2B che B2C, formati da persone che ci conoscono, perché hanno soggiornato o per passaparola o per iscrizione diretta.

Nel 2022 i database sono entrambi aumentati e questa crescita è dimostrata anche dal livello di aperture, clic e conversioni generate. Infatti, abbiamo inviato un totale di 26 newsletter di cui:

- 10 ai B2C da parte di LH con un tasso di apertura del 42% e una media di 3,25 clic;
- 10 ai B2B da parte di LH con un tasso di apertura del 64% e una media di 7,2 clic;
- 6 ai B2C da parte di VISTA con un tasso di apertura del 31,2% e una media di 4,74 clic.

L'interesse per le nostre newsletter e il conseguente tasso di apertura e di clic superano di gran lunga le media del 2022 nel settore travel che sono pari a un tasso di apertura del 14,5% e di clic del 2,7%. Il 2023 sarà probabilmente l'anno dove lo strumento sarà usato ancora di più per far vivere e conoscere agli ospiti non solo i nostri hotel ma la destinazione in generale.

## Review management system

Lavoriamo costantemente per ascoltare i bisogni dei nostri ospiti, soddisfare le aspettative e venire incontro alle loro esigenze.

Il 2022 è stato il primo anno dove a livello di catena abbiamo potuto lavorare con un tool specifico (Reviewpro) alla brand reputation, cioè l'analisi delle review, attività imprescindibile per LarioHotels. Analizzando i feedback e rendendo fruibili le informazioni all'interno dei reparti coinvolti abbiamo potuto comprendere le criticità con ampio anticipo, migliorando notevolmente il servizio e le relative recensioni online di ciascun hotel.

Ci teniamo a rispondere in maniera personalizzata a tutte le recensioni presenti e a coglierne gli aspetti positivi e negativi per migliorarci sempre di più.



# 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. 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 poco frequentate, ma con charme dalle grandi potenzialità. 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 Italia, nello specifico nella meravigliosa Puglia, ad Ostuni. Stiamo inoltre intraprendendo un progetto di ampliamento e ristrutturazione di VISTA Lago di Como.

E per rimanere in territorio comasco, daremo il via alla 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 e il rifacimento del Ristorante Raimondi. È anche previsto il riassetto del parco a lago, per continuare la tradizione dei giardini delle ville sul Lago di Como.



# Relazione di impatto 2022.

In qualità di Società Benefit, in questa sezione intendiamo rendicontare le attività che abbiamo svolto nel corso del 2022 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](http://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](http://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](http://www.globalreporting.org)

# Report del beneficio comune.

## L'impatto delle attività 2022, in sintesi.

FINALITÀ DI IMPATTO		VALUTAZIONE DI IMPATTO 2022		BENEFICIO PER LA SOCIETÀ		
FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE	OBIETTIVO SPECIFICO	AZIONI REALIZZATE	IMPATTO GENERATO	STAKEHOLDER	SDG	BES
<b>1.</b> Promuovere il <b>lavoro come fonte di riconoscimento sociale, dignità e realizzazione</b> della singola persona, che favorisca la <b>partecipazione appassionata al progetto di impresa</b> come fattore chiave di sviluppo e arricchimento per LH stessa	<b>1.1</b> Offrire <b>opportunità di crescita e un ambiente di lavoro stimolante</b> 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"> <li>Occupazione complessiva di <b>126 lavoratori</b>, di cui <b>75 a tempo indeterminato</b></li> <li>Promozione di un ambiente di lavoro <b>sicuro, sano e stimolante</b></li> <li>Iniziative di sviluppo delle <b>competenze</b> dei collaboratori</li> <li>Promozione di una <b>formazione aperta</b> che apra lo sguardo alla bellezza e alla scoperta dei luoghi d'arte</li> <li>Momento annuale di formazione e condivisione "<b>LH Team Days</b>"</li> <li>Giornata di <b>volontariato aziendale</b> in Cometa</li> <li><b>Staff meeting</b> settimanali per ogni hotel per il maggior coinvolgimento del personale e incrementare il lavoro di team.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+19% nuovi contratti a tempo indeterminato</li> <li>5,5% lavora in LH da più di 20 anni</li> <li>34 persone (27%) hanno avuto una crescita o un avanzamento di carriera</li> </ul>	Dipendenti	 	
	<b>1.2</b> Garantire <b>uguaglianza di trattamento e equità</b> a tutti i livelli dell'organizzazione, attraverso pratiche e politiche inclusive.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Istituzione del piano di <b>welfare aziendale</b> per il 100% dei dipendenti, in avvio nel 2023</li> <li>Presidio della <b>parità di genere</b></li> <li><b>Equità salariale</b>: verifica di assenza di gender pay gap</li> <li>Parità di genere anche negli <b>organi di controllo</b></li> <li>Attenzione alla <b>diversità e inclusione</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lavoro femminile: 41%</li> <li>&gt; 100% Dirigenti &gt; 73% Impiegate &gt; 34% Operaie</li> <li>33% lavoratori di origine straniera</li> </ul>	Dipendenti	 	
	<b>1.3</b> Incoraggiare l' <b>inserimento lavorativo</b> attraverso programmi di formazione professionalizzante e lo sviluppo di carriera nel settore dell'hotellerie, con attenzione particolare ai <b>giovani talenti</b> e alle persone appartenenti a <b>categorie svantaggiate</b> nell'accesso all'occupazione.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Accoglienza di <b>22 giovani in alternanza scuola lavoro</b> per un totale di <b>4.690 ore di formazione</b></li> <li>Attivazione di <b>4 tirocini</b> con studenti provenienti dalle <b>scuole tecniche</b> del territorio</li> <li><b>6 ragazzi di Cometa</b> in tirocinio formativo</li> <li>Collaborazione al <b>Minimaster Alberghiero</b> e <b>Minimaster Housekeeping</b> del progetto "Questa casa è un albergo" di Cometa Formazione"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>35 % dei lavoratori ha meno di 30 anni</li> <li>32 studenti del territorio in stage formativi</li> <li>oltre 5.000 ore di formazione per i giovani</li> </ul>	Giovani e persone con minor accesso al lavoro		
<b>2.</b> 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.	<b>2.1</b> Offrire agli ospiti occasioni di arricchimento culturale, attraverso la proposta della <b>storia e la tradizione del territorio italiano</b> : culturale, artistica, artigianale, enogastronomica, imprenditoriale.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promozione agli ospiti di <b>esperienze culturali</b> sul territorio e facilitazione delle prenotazioni per teatri ed eventi</li> <li>Offerta di <b>esperienze personalizzate</b> accompagnati dal nostro experience manager</li> <li>Realizzazione di <b>spettacoli e concerti</b> di musica classica in rete con il <b>Teatro Sociale di Como</b></li> <li>"<b>Essence of Italy</b>": la nostra cocktail-list con drink della tradizione rivisitati in omaggio all'Italia</li> <li>Shop interno con possibilità di acquisto di <b>prodotti della tradizione locale</b> quali seta, foulard, cravatte e stole</li> <li>Negli alberghi Vista, <b>Linea Cortesia alla Sericina</b>: un prodotto italiano esempio di economia circolare, composto da materie prime naturali provenienti dalla seta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>765 ospiti coinvolti in esperienze culturali</b> promosse da LarioHotels</li> <li><b>100 biglietti</b> messi a disposizione degli ospiti per visite a siti FAI</li> <li><b>100% prodotti Made in Italy</b> nella linea cortesia per la cura del corpo</li> </ul>	Ospiti	 	
	<b>2.2</b> Valorizzare e sostenere <b>la cultura e la conservazione della bellezza</b> dei luoghi dell'arte italiani, sviluppando una <b>visione aperta e innovativa</b> dell'accoglienza, basata sullo <b>scambio di cultura e competenze tra gli attori</b> del territorio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tutti gli alberghi si trovano in <b>città d'arte e dal forte valore paesaggistico</b></li> <li>Partnership a reti d'impresa: <b>Convention Bureau Lake Como, Associazione Alberghieri di Confcommercio, Federalberghi e Como Imprenditori Alberghi</b></li> <li>Partnership con organizzazioni istituzionali del territorio: il <b>Museo della Seta di Como, il Teatro Sociale, la Fondazione Arena di Verona, il Tavolo Cultura e Turismo</b></li> <li>Collaborazioni a supporto di eventi locali: <b>TEDX Lake Como, il Festival della Luce</b> ed altre</li> <li>Dal 2019 siamo <b>Golden Donor FAI</b></li> <li>Disponibilità di strutture e servizi per <b>eventi di raccolta fondi</b> a favore di associazioni del territorio quali Cooperativa Sociale Sim-patia, Cometa e Associazione Amici di Cometa</li> <li>Collaborazione con l'<b>Assessorato al Turismo</b> in supporto all'accoglienza di giornalisti e media per promuovere il territorio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>63.241 visitatori</b> ospitati nelle città d'arte</li> <li><b>€ 6.579.755 spesi sui territori</b> di Como e Verona</li> <li><b>€ 21.000 di camere</b> offerte gratuitamente per sostenere il sistema turistico locale</li> <li><b>Numerose partnership</b> per la comunità</li> <li><b>€ 44.000 di donazioni</b> alla comunità</li> </ul>	Territorio, sistema turistico e culturale italiano	 	
<b>3.</b> 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.	<b>3.1</b> Ridurre gli impatti ambientali delle strutture e delle operations, <b>utilizzando in modo efficiente e cosciente le risorse</b> e puntando a una riduzione progressiva dei <b>consumi</b> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pratiche virtuose di <b>contenimento dei consumi energetici</b>, grazie all'installazione di lampadine LED a basso consumo e all'impianto di riscaldamento e condizionamento con pompe di calore</li> <li>Negli alberghi di Como, pratiche virtuose di <b>gestione delle risorse idriche</b>, con utilizzo di acqua di lago per l'impianto di condizionamento e la relativa reimmissione in falda dopo averla filtrata</li> <li>Utilizzo di <b>stoviglie eco compatibili</b> in occasione pic-nic o gite fuori hotel</li> <li>Promozione della <b>mobilità sostenibile</b>: <b>4 colonnine</b> di ricarica per automobili elettriche, convenzione per affitto di automobili ed e-bike, bike room per deposito biciclette a Villa Flori</li> <li>Installazione di <b>4 bocconi d'acqua</b> per i dipendenti</li> <li><b>Digitalizzazione</b> dei processi per ridurre l'impiego di carta e utilizzo carta certificata FSC</li> <li>Progetto pilota di introduzione <b>dispenser con refill</b> detersivi per ridurre i flaconi di plastica utilizzati</li> <li>Ristrutturazione di Vista Verona con attenzione alla <b>sostenibilità edilizia</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Riduzione del consumo di elettricità pro capite (2022/2021): <b>-27%</b></li> <li>Riduzione del consumo di gas pro capite (2022/2021): <b>-41%</b></li> <li>Riduzione del consumo di acqua pro capite (2022/2021): <b>-51%</b></li> <li><b>N. 219.498 Bottigliette di plastica da 0,5l risparmiate</b> in tre anni</li> </ul>	Ambiente	  	
	<b>3.2</b> Promuovere un meccanismo virtuoso che consenta di offrire il meglio in tavola, promuovendo <b>prodotti locali e da filiera corta</b> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>Scelta di <b>ingredienti alimentari</b> freschi e di stagione, <b>preferibilmente locali</b></li> <li>Offerta vinicola di alta qualità, per la maggior parte <b>DOC o DOCG</b></li> <li>Preferenza a <b>fornitori locali</b>, con acquisto diretto</li> <li><b>Cucina sana</b>, capace di rispondere alle esigenze di tutti i regimi dietetici</li> <li>Attenzione allo <b>spreco alimentare</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>74%</b> della spesa alimentare resta sul territorio locale di Como e Verona</li> </ul>	Ambiente e comunità locale		
	<b>3.3</b> Operare in sinergia con gli altri stakeholder, per la diffusione di politiche e pratiche sostenibili che attivino <b>circoli virtuosi di evoluzione della filiera</b> .	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Contributo al dibattito pubblico</b> sui temi della sostenibilità e dello sviluppo locale sostenibile</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>3 tavoli</b> in cui si è affrontato il tema della sostenibilità o dello sviluppo locale sostenibile</li> </ul>	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*

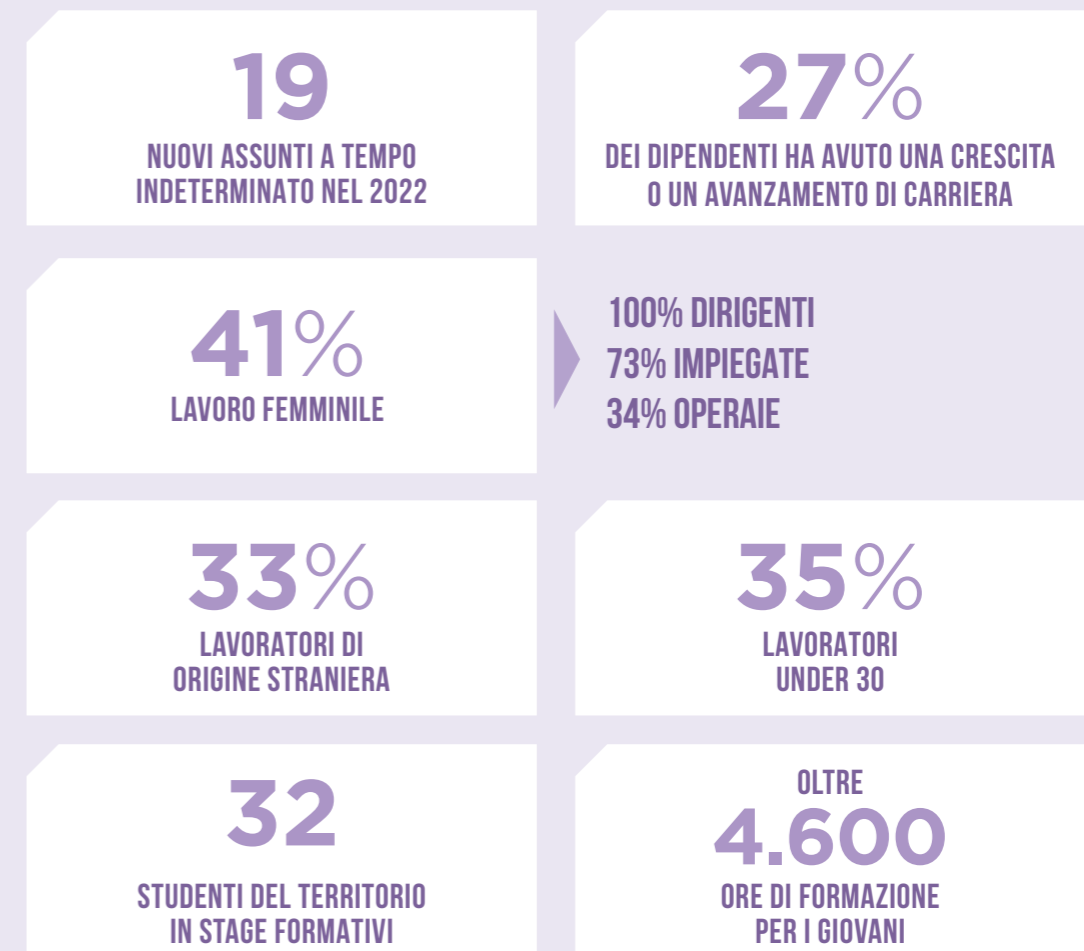
Siamo orgogliosi dei risultati raggiunti e degli impatti generati in questo 2022: il legame con i collaboratori si è dimostrato solido, a volte frutto di decenni di collaborazione. L'impegno personale è stato premiato: abbiamo promosso i contratti con oltre un quarto dei nostri collaboratori. Oltre a ciò LH ha favorito concretamente l'integrazione del personale di origine straniera: una risorsa importante che oggi rappresenta il 33% di chi lavora con noi. Senza contare le quotidiane occasioni di empowerment femminile che promuoviamo, sotto la guida della Presidente e della General Manager. Il nostro team include e valorizza i colleghi più maturi, e allo stesso tempo è stato capace di integrare i giovani inseriti negli ultimi dodici mesi, accogliere gli studenti comaschi in alternanza scuola lavoro e di affiancare con sensibilità i percorsi di tirocinio dei ragazzi di Cometa.

“Crediamo nel lavoro come fonte di riconoscimento sociale, dignità e realizzazione della persona e nel turismo come opportunità di crescita personale e professionale.

**Luigi Passera**, CEO di LarioHotels



## Highlights 2022



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

Nel corso del 2022, hanno lavorato in modo continuativo per LarioHotels **126<sup>1</sup>** persone: il **18% in più** rispetto al 2021. I contratti a **tempo indeterminato** sono passati da 63 a **75** nel corso dell'anno e **34** dei nostri collaboratori hanno ottenuto una **promozione** negli ultimi 12 mesi. Alcune persone lavorano con noi da più di 20 anni (il 5,5%) e questo ci rende orgogliosi, perché dimostra l'importanza di un rapporto solido e reciprocamente vantaggioso.

Ma non si tratta semplicemente di numeri. LH si impegna ogni giorno per creare un ambiente di lavoro migliore, più proficuo e stimolante. Conosciamo un solo modo per farlo: creare un **rapporto di fiducia e di reciproca contaminazione con il nostro personale**. Il lavoro viene svolto principalmente in team e tra i diversi gruppi sono previsti momenti periodici di scambio e confronto, sia all'interno dello stesso albergo che tra le diverse strutture LH. Vengono organizzati **staff-meeting** settimanali con i capi reparto per ogni hotel: obiettivo è quello di organizzare procedure per garantire la sicurezza di staff e ospiti e anche quello di stimolare il dialogo e raccogliere suggerimenti sull'organizzazione e la gestione del lavoro.

Formazione, cultura, competenza: soltanto con le prime due si ottiene la terza. Chi lavora con noi viene costantemente stimolato, incentivato, guidato.

Nel 2022, ci siamo concentrati sullo **sviluppo delle competenze** commerciali, digitali, e sul revenue management, consentendo a 5 collaboratori di partecipare a corsi ed eventi di approfondimento per circa 36 ore a testa (quali la Luxury Hospitality Conference e il Wanderlust 2022 CBRE Hotel Event), in modo da accrescere le proprie conoscenze.

Per tutti, ricerchiamo una **formazione aperta**: ovvero una formazione che non miri solo a fornire competenze tecniche, ma che apra lo sguardo alla bellezza, incuriosisca, promuova la cultura nei nostri luoghi. A tal fine, quest'anno, come già in passato, abbiamo promosso tra i dipendenti momenti dedicati, quali la promozione di visite guidate alle Ville FAI.

Infine, per la prima volta, abbiamo organizzato una giornata di **volontariato aziendale**. **Un momento di fondamentale importanza e formazione i cui vantaggi si misurano nel tempo e superano di gran lunga i costi**. Anzitutto perché rafforza il legame dipendente-azienda, motiva il personale e lo fidelizza, facendolo sentire parte di un unico comune progetto. E poi perché favorisce la crescita professionale, valorizzando le cosiddette "soft skills", o competenze trasversali di ciascuno.

Per questo, il 10 novembre 2022, ci siamo trovati in 15 dipendenti e ci siamo impegnati insieme per Cometa, storica organizzazione comasca impegnata nell'accoglienza e nell'educazione di bambini e ragazzi in difficoltà.

<sup>1</sup> il dato non include le collaborazioni occasionali che LH ha attivato nel corso dell'anno per eventi speciali e matrimoni.

DIPENDENTI PER TIPO DI CONTRATTO, 2022			
	UOMINI	DONNE	TOTALE
Numero di dipendenti complessivo	74	52	126
Contratto a tempo indeterminato	46	29	75
Contratto a tempo determinato	28	23	51
Full-time	72	52	125
Part time	1		1
Numero di studenti in alternanza scuola lavoro	8	14	22
Numero di studenti progetto COMETA	5	1	6
Numero di studenti da scuole tecniche del territorio	1	3	4

“ Fin da subito in LarioHotels ho avuto la sensazione di essere una persona e non un numero, come invece capita in tante altre aziende: si percepisce quanto i dipendenti siano importanti per la famiglia Passera, in quanto motore indispensabile che fa funzionare gli hotel.

**Valentina Mongodi**, Front Office Manager VISTA Lago di Como 5\*L

### LH TEAM DAYS

Gli "LH Team Days" sono il momento formativo più importante in assoluto per LarioHotels. Due giorni interamente dedicati al nostro personale. Due giorni in cui si alternano momenti di aggiornamento, workshop, a visite speciali in particolari città d'arte italiane.

L'obiettivo è quello di fare team building e di costruire un forte spirito di squadra, riunendo per due giorni il personale di tutte e 5 le strutture LarioHotels.

Dopo la momentanea interruzione, causa pandemia, degli ultimi due anni, gli LH Team Days hanno ripreso la loro regolarità. Il **12 e 13 gennaio 2023 il team si è dato appuntamento a Verona**. Qui abbiamo sperimentato un "Urban Safari": un itinerario alternativo a quelli tradizionali, che ha lo scopo di mettere in mostra le rarità e le bellezze più nascoste della città. A fine giornata, dopo una cena di gala, sono stati assegnati gli **LH Awards**, il riconoscimento ai collaboratori più meritevoli.

Gli LH Team Days sono anche un'occasione di condivisione dei **principali risultati aziendali**. Il nostro CEO Luigi Passera ha illustrato a tutto il team gli importanti traguardi raggiunti insieme nel corso del 2022. Di estrema utilità infine, la prestigiosa testimonianza di Luigi Mazzola, manager Ferrari in Formula 1 e coach motivazionale. Ci ha svelato quali sono i segreti di un vero successo di squadra: passione, energia, emozioni, ricerca maniacale della performance, coinvolgimento nel progetto e chiara visione dei valori di fondo. Elementi, questi, imprescindibili per chiunque faccia parte del team LarioHotels.



# 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

Crediamo nel concetto di integrazione, nell'arricchire senza snaturare, nell'attrarre senza prevaricare. Il valore del merito funziona solo se si accompagna a **equità sociale e di genere**.

Per questo LH valorizza il **lavoro femminile**: il 41% dei collaboratori di LarioHotels è donna, così come l'unica figura dirigenziale presente nelle nostre strutture, la General Manager. Per quanto riguarda le altre mansioni, invece, è donna il 73% dei nostri impiegati e il 34% dei nostri operai, tra cameriere di sala, cameriere ai piani, aiuto cuochi e lavapiatti. LarioHotels ha inoltre inserito, fin dal suo statuto, l'obbligo di rispetto di una perfetta parità di genere nella composizione degli organi di governo.

**Equità salariale**: altra priorità per LarioHotels. Crediamo prima di tutto nella meritocrazia e nel riconoscimento del lavoro svolto: per questo le retribuzioni del nostro personale sono sempre commisurate alle responsabilità ricoperte e all'impegno e siamo da sempre contro qualunque forma di disparità salariale per questioni di genere, identità o provenienza geografica o religiosa.

Favoriamo la pari applicazione dei congedi parentali, di maternità e di paternità: nel 2022 sono stati soltanto 3 i dipendenti a chiederla ma il numero è destinato a crescere nel 2023.

**Welfare aziendale**: ovvero l'insieme delle iniziative, beni e servizi che un'azienda può mettere a disposizione dei propri dipendenti, per aumentare il loro benessere e favorire la conciliazione tra vita privata e professionale. LarioHotels ha studiato un piano di Welfare aziendale per ciascuno dei propri collaboratori. Si tratta di un bonus da 1.000 € spendibile su una piattaforma di servizi dedicati a partire dal 2023. Il premio ha l'obiettivo di ricompensare chi lavora con noi, ma anche di aiutarli a far fronte all'aumento del costo della vita, garantendone un miglior benessere. Welfare vuol dire infatti anche fidelizzazione del lavoratore, e crea maggior legame e miglior rapporto con l'azienda.

Ad ulteriore dimostrazione delle nostre politiche aziendali contro qualunque forma di discriminazione, nel 2022 il 33% dei dipendenti LH è di origine straniera, ed è ben integrato nel team di lavoro.

“ La direzione e la famiglia Passera non mi hanno mai fatto pesare il fatto di aspettare un bambino, anzi sono stati sinceramente contenti della notizia appoggiandomi completamente. È un sollievo e un piacere vedere che in LarioHotels la maternità non sia un fattore penalizzante, ma un'esperienza da vivere in serenità e con gioia. Dopo 9 mesi di assenza per fare la mamma a tempo pieno, sono rientrata al lavoro più carica che mai, felice di riprendere la mia posizione e le redini del mio reparto.

**Valentina Mongodi**, Front Office Manager VISTA Lago di Como 5\*L

DISTRIBUZIONE PER GENERE ED ETÀ NELLE CATEGORIE AZIENDALI, 2022												
	<30			30 - 50			>50			TOTALE		
	M	F	TOT	M	F	TOT	M	F	TOT	M	F	TOT
Dirigenti			-			-			-			-
Quadri			-			-		1	1	0	1	1
Impiegati	3	5	8	3	9	12		2	2	6	16	22
Operai e affini	23	13	36	33	17	50	12	5	17	68	35	103
Totale	26	18	44	36	26	62	12	8	20	74	52	126

DIVERSITÀ NEGLI ORGANI DI GOVERNO			
	UOMINI	DONNE	TOTALE
<30			-
30-50		1	1
>50			1
Totale		1	2

DIVERSITÀ NEI LAVORATORI, PER TIPO DI CONTRATTO, 2022						
	Tempo INDET.	Tempo DET.	Alternanza scuola lavoro	Progetto Cometa	Tirocini scuole	TOT
di provenienza estera	12	29	10	6	3	60
di provenienza italiana	59	22	12		1	94
con disabilità	4					4



## 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

Crediamo che **ognuno possa crescere e sviluppare il proprio potenziale** se adeguatamente accompagnato e valorizzato. Per questo favoriamo l'inserimento nel mondo del lavoro di **giovani talenti**: il 35% dei nostri collaboratori ha meno di 30 anni.

In continuità con gli anni precedenti, sono stati accolti **22 giovani in alternanza scuola lavoro** e **4 tirocinanti** provenienti da scuole tecniche del territorio o da associazioni. Tra queste l'Accademia dell'Hôtellerie (IATH: International Academy Of Tourism and Ospitality), Bloom Group e l'Azienda Sociale Comasca Lariana. Nel 2022 stimiamo di aver dedicato almeno **4.690 ore di formazione ai ragazzi in alternanza scuola lavoro**.

Infine, dal 2007 collaboriamo con **Cometa Formazione**, offrendo opportunità di tirocinio e inserimento a giovani donne e uomini che faticano ad entrare nel mondo del lavoro. In quest'ottica, nel 2022, sono stati inseriti in LarioHotels **6 giovani** in tirocinio, 5 ragazzi e 1 ragazza, e sono stati assunti **2 giovani** non appena terminato lo stage di formazione.

“LarioHotels è un'azienda la cui base è la famiglia, oltre che le persone. La sua collaborazione con Cometa, che è una scuola che ti accoglie e ti accompagna nel mondo del lavoro, è stata fondamentale per la mia crescita professionale e personale.

**Ernest**, ex studente Cometa e dipendente LarioHotels da oltre 10 anni

“Vista Palazzo Verona mi ha dato l'opportunità di mettere in pratica le mie capacità di leadership e di assumere una maggiore responsabilità all'interno dell'azienda. Questa esperienza mi ha permesso di crescere in modo significativo sia professionalmente che personalmente, nonché di alimentare giorno dopo giorno le mie abilità e competenze.

**Alice Dudoje**, SPA Manager&Beauty Expertise

### QUESTO ALBERGO È UNA CASA



Nato nel 2007 dalla collaborazione tra **Cometa Formazione, LarioHotels e il Consorzio Como Imprenditori Alberghieri**, il progetto “Questo albergo non è una casa” in 15 anni ha complessivamente formato e avvicinato al lavoro 298 ragazzi e ragazze del territorio comasco, che avevano abbandonato gli studi:

- ▶ 242 allievi del Mini Master Alberghiero (dal 2007)
- ▶ 56 allievi del Mini Master Housekeeping (dal 2019)

**LarioHotels partecipa al progetto “Questo albergo è una casa” fin dal suo avvio.** Lo fa formando e ospitando gli studenti presso le proprie strutture. Nello specifico::

- ▶ 68 inserimenti, di cui 30 curricolari e 38 extracurricolari
- ▶ **36 assunzioni nel Gruppo Lariohotel (pari al 53% dei tirocinanti)**

Il progetto nel suo complesso ottiene ottimi risultati in termini di inclusione professionale. Su una media delle ultime 4 edizioni, ha trovato una occupazione stabile:

- ▶ 82% degli allievi del master alberghiero
- ▶ 74% degli allievi del master housekeeping

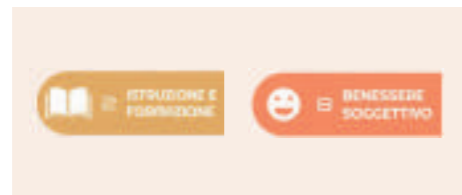


# 2° Finalità di Beneficio Comune.

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*

“ L'Italia è il Paese più bello del mondo. Non abbiamo dubbi. Vogliamo offrire ai nostri ospiti un'esperienza autentica che ne mette al centro il patrimonio culturale e paesaggistico.

**Bianca Passera**, Presidente di LarioHotels

Con i nostri 5 hotel promuoviamo da sempre, in maniera concreta, il territorio in cui operiamo. Non solo, ma contribuiamo parallelamente alla valorizzazione del patrimonio culturale italiano, sviluppando relazioni virtuose con le comunità locali.

Nello specifico, 29.573 ospiti, che hanno soggiornato nelle nostre strutture, hanno avuto la possibilità di visitare città d'arte come Verona e Como, conoscendone bellezze, cultura, e vivendone in prima persona ogni aspetto. Il risultato di questa filosofia dell'accogliere e dell'accompagnare l'ospite ha avuto riflessi concreti su tutti gli operatori locali, generando indotto economico sul territorio.

Facendo rete con gli operatori locali abbiamo promosso e favorito uno sviluppo sostenibile delle zone in cui siamo presenti. Lo abbiamo concretamente fatto collaborando ad eventi e spettacoli e accrescendo l'offerta culturale locale.

“ Sono orgogliosa di lavorare per LarioHotels, un'azienda che ha un forte senso dei valori umani. LarioHotels è stata tra le prime aziende italiane ad offrire il sostegno alla popolazione ucraina. Abbiamo realizzato un progetto con la fondazione Tabletochki che ci ha permesso di dare un contributo importante per i bambini ucraini, malati oncologici e bisognosi di cure continue. Essere parte di una azienda che mette la solidarietà al centro dei propri valori è molto importante per me ed è una grande fonte di motivazione.

**Elena Markova**, Digital & Communications Manager



## Highlights 2022

**750**

OSPITI COINVOLTI IN ESPERIENZE CULTURALI PROMOSSE DA LARIOHOTELS

**100**

BIGLIETTI MESSI A DISPOSIZIONE DEGLI OSPITI PER VISITE A SITI TUTELATI DAL FAI

**100%**

PRODOTTI MADE IN ITALY NELLA LINEA CORTESIA

**100%**

ALBERGHI IN CITTÀ D'ARTE E DAL FORTE VALORE PAESAGGISTICO

**63.241**

VISITATORI OSPITATI NELLE CITTÀ AL D'ARTE

**€ 6.579.755**

SPESI SUI TERRITORI DI COMO E VERONA

**€ 44.000**

DI DONAZIONI ALLA COMUNITÀ

## 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.*



Vogliamo che l'esperienza degli ospiti in LarioHotels sia un **momento di arricchimento, di conoscenza**, che permetta loro di scoprire la bellezza e la cultura del nostro territorio.

Per questo proponiamo **servizi ed esperienze personalizzate** che diano la possibilità di scoprire i segreti di **luoghi ricchi di cultura, bellezza e tradizioni**.

A Como, ad esempio, proponiamo visite guidate volte ad ammirare la bellezza e la storia della città e del lago, con le antiche ville e i loro parchi, ma anche ad assaggiare le prelibatezze locali. Nel 2022 sono stati 632 gli ospiti che hanno scelto una **gita in barca** sul lago, 81 quelli che hanno prenotato **un'esperienza personalizzata** del territorio.

A Verona, l'ultima nata della catena VISTA, l'attività è appena iniziata. Ma abbiamo già avviato partnership importanti con le più prestigiose realtà del territorio: nel 2022, sono 52 gli ospiti che hanno **prenotato un'esperienza personalizzata**.

Ma promuovere un territorio significa anche **promuoverne la produzione locale**. Presso le nostre reception comasche, gli ospiti possono acquistare numerosi prodotti di realtà locali, realizzati per un'esclusiva linea brandizzata LarioHotels: dalla seta, alle cravatte, ad altri accessori d'abbigliamento. Così come accappatoi in cotone, lenzuola di lino, e una linea di profumi per la casa, oltre a cuscini e diversi set di quaderni foderati in tessuto Dedar. Lo stesso che trovate negli arredi interni dei nostri hotel.

**Anche i nostri ristoranti e i bar promuovono l'italianità e il territorio.** Un esempio è "Essence of Italy," il fil rouge che accomuna la cocktail-list dell'Infinity Bar di VISTA Lago di Como: i drink classici della tradizione italiana sono stati rivisitati esaltando le sfumature del nostro Belpaese, e accompagnando il visitatore tra diversi profumi e colori, dalle Alpi al Mediterraneo.

Infine, rendiamo disponibili nei nostri alberghi **prodotti per la cura del corpo 100% made in Italy**. Negli hotel VISTA i nostri ospiti troveranno una Linea per la cura del corpo totalmente naturale appositamente realizzata da un produttore locale sfruttando le proprietà più peculiari della seta.

“Awesome property, conveniently located! Super luxurious rooms and staff is amazing! They have an amazing person there Mr. Alberto who can help you discover not only Como but Italy in style and comfort. His immaculate planning and taking you to spots which are not accessible to general tourists, is an experience not to be missed! Along with his driver Mr. Christian they both gave us an experience we will cherish for rest of our lives! Just trust in his planning and go with the flow. Thank you Alberto for giving us an experience of a lifetime!”

*Recensione Google*, novembre 2022

### LA LINEA CORTESIA ALLA SERICINA DEL BRAND VISTA

Ogni camera dei VISTA è dotata di una **nuova linea cortesia "Luxury Silk Style"**, realizzata per noi da un **artigiano locale** erede dell'antica tradizione della lavorazione della seta.

Si tratta di un perfetto esempio di **economia circolare**: la Sericina Integra, una particolare sostanza alla base delle nostre preparazioni cosmetiche, è un sottoprodotto, completamente naturale e biodegradabile, della lavorazione della seta, che altrimenti dovrebbe essere smaltito come rifiuto. Il prodotto valorizza l'**eccellenza italiana** del piccolo produttore comasco, la J. AND. C Cosmetici, che è stato capace di creare un prodotto di altissima qualità.

Oltre ad essere composta da **materie prime naturali**, ed essere **100% made in Italy**, **Luxury Silk Style** presenta un **packaging di plastica riciclata e completamente riciclabile**.



## 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; 203-2; 413-1

Per i nostri boutique hotel abbiamo scelto **città speciali, ricercate** e ricche di cultura italiana. E lo stesso pensiero guida i nuovi progetti. Vogliamo far scoprire Il Bel Paese per quello che realmente è: bellezza unica al mondo, ma fuori dai cliché.

Per far crescere i nostri territori, lavoriamo in **partnership con istituzioni e organizzazioni locali**. Dal 2013 siamo tra i fondatori della Rete d'Impresa Lake Como Net, oggi Convention Bureau Lake Como. Un interlocutore di eccellenza per il mercato MICE sul territorio. Facciamo inoltre parte dell'Associazione Albergatori di Confcommercio, di Federalberghi di Confindustria e siamo tra i fondatori del CIA (Como Imprenditori Albergatori). Siamo anche membri della fondazione che ha dato origine allo IATH (International Academy of Tourism and Hospitality), istituto di eccellenza assoluta nell'ambito dell'hôtellerie.

“ Siamo onorati di collaborare con LarioHotels, che si è dimostrato partner attento ai temi culturali e di inclusione sociale. Abbiamo promosso all'interno dei diversi Alberghi a Como concerti con giovani artisti aperti gratuitamente alla comunità, abbiamo realizzato uno spettacolo teatrale itinerante per le stanze dell'albergo. Una collaborazione importante perché è frutto di una co-progettazione rivolta allo sviluppo di una comunità che necessita di usufruire di eventi culturali anche in luoghi non consueti.

**Barbara Minghetti**, Direttore Teatro Sociale di Como /Asli

Siamo anche soggetti attivi, come già accennato, della vita culturale delle nostre comunità. LH è associata al **Teatro Sociale di Como e al Museo della seta, oltre che partner della fondazione Arena di Verona**. A Como promuoviamo, ospitando nei nostri hotel, **spettacoli di musica classica e performing arts**, collaborando a supporto, ogni anno, di numerosi eventi cittadini: il **Festival della Luce**, il **Festival Estivo**, la **Mostra Fotografica di Primavera**, a cura del Comune di Como, oltre al **TEDX Lake Como**. Rendiamo disponibili le nostre sale e offriamo **ospitalità gratuita** a oratori, attori, registi, organizzatori - solo nel 2022 abbiamo offerto 21 camere complimentary.

Per quanto riguarda invece Verona, dove siamo da poco presenti con il nuovo VISTA, abbiamo aderito al progetto **“67 Colonne per l'Arena”**, progetto di fundraising a favore della Fondazione Arena di Verona, di cui siamo appunto una delle “colonne”.

Coltiviamo inoltre la **collaborazione con artisti e media**. A tale scopo, offriamo ai giornalisti la possibilità di alloggiare presso le nostre strutture e scoprire le bellezze locali così che possano diffonderle a un pubblico più ampio. Nel 2022, abbiamo ospitato nei nostri alberghi **17 tra giornalisti e artisti italiani e internazionali**,

4 dei quali, ospitati presso il VISTA Verona, hanno avuto la possibilità di visitare la Casa Museo di Palazzo Maffei, un piccolo gioiello dell'arte tardo rinascimentale del XVII secolo. Gli articoli realizzati hanno raggiunto lettori internazionali, in particolare grazie a USA Today ed Elite Traveler.

Senza dimenticare che ci impegniamo da sempre a mettere a disposizione i nostri ristoranti e servizi a Enti del Terzo Settore del territorio, per eventi di raccolta fondi. Da più di 20 anni, ad esempio, l'Hotel Terminus è al fianco della **Cooperativa Sociale Sim-patia** di Valmorea, nell'organizzazione della sua serata di fundraising.

### LH CORPORATE GOLDEN DONOR DEL FAI



Nel 2019 LarioHotels ha scelto di diventare **Corporate Golden Donor del FAI - Fondo Ambiente Italiano**: supportiamo attivamente le attività di preservazione e conservazione delle bellezze paesaggistiche del nostro Paese.

Grazie a questa collaborazione, **LarioHotels beneficia di attività di formazione e coinvolgimento esclusive**. Oltre a ricevere 100 biglietti per visite a siti e beni tutelati FAI, che mettiamo a disposizione di ospiti e dipendenti, partecipiamo a workshop e seminari dedicati alla **tutela della bellezza italiana e alla sua diffusione al pubblico di oggi e di domani**.

Crediamo infine nel **potere dell'attività turistica come leva di promozione economica dei territori** meno battuti dal turismo di massa. Considerando solo le spese alimentari, per la manutenzione dei giardini e per il rinnovo dei tessuti, quelle per la linea cortesia di VISTA e il valore degli stipendi dei lavoratori, gli introiti che LH ha generato a cascata sui territori è ammontato a € 6.579.755.



# 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*

Da tempo abbiamo intrapreso un serio **percorso di riduzione della nostra impronta ambientale** e di tutela del territorio. Abbiamo adottato misure concrete e le abbiamo potenziate anno dopo anno, raggiungendo nel 2022 **importanti risultati** come la riduzione dei consumi energetici pro capite e dei rifiuti. Altro punto fondamentale del nostro percorso è il **monitoraggio costante dei consumi di risorse**. Obiettivo: aumentare l'efficienza dei sistemi e degli impianti per ridurre al massimo gli sprechi.

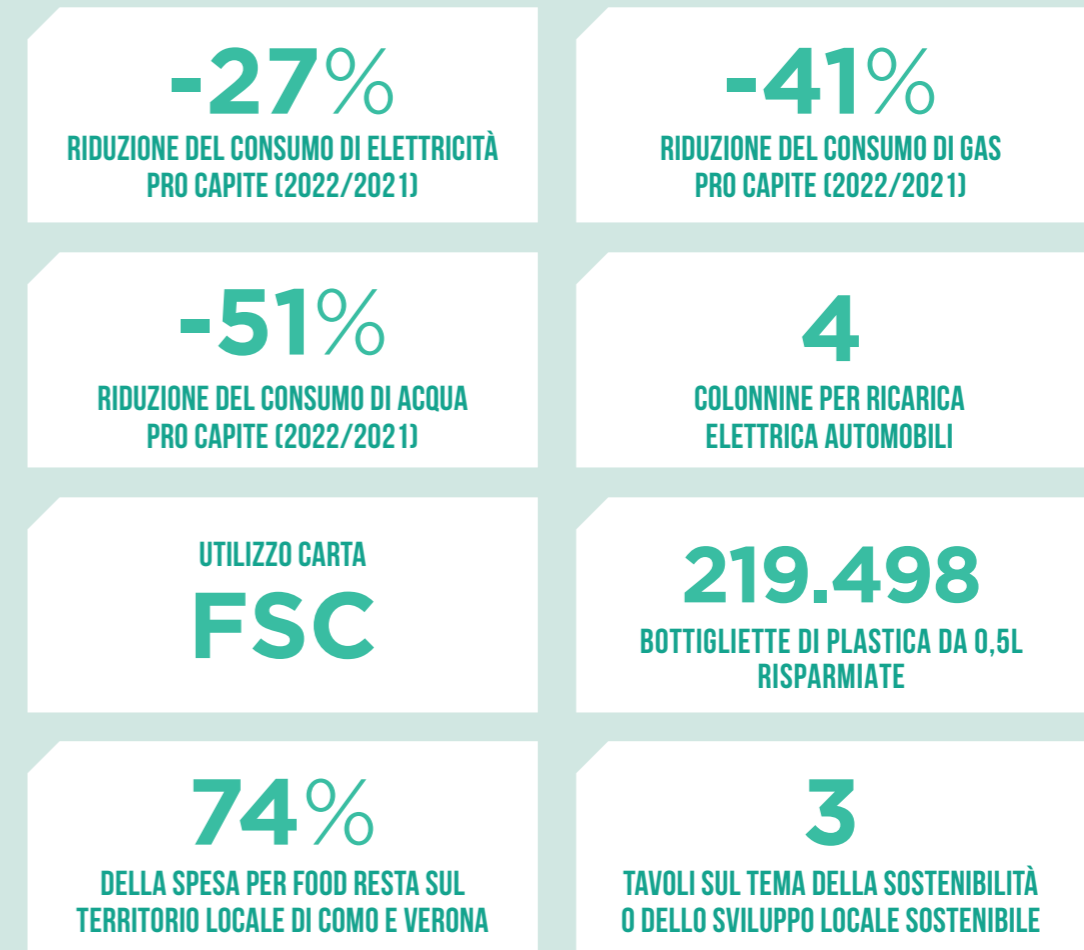
Tutela del territorio significa anche promozione delle **eccellenze alimentari locali**. Questo quello che facciamo nei nostri ristoranti. Aver privilegiato fino al 74% i produttori locali ci ha consentito inoltre di ridurre al minimo i trasporti di cibo e materie prime.

“ Siamo coscienti di come le nostre azioni producano un impatto sull'ambiente che ci circonda e il diventare Società Benefit, esplicitando il nostro impegno per un turismo a basso impatto ambientale, sancisce proprio questo.

**Bianca Passera**, Presidente di LarioHotels



## Highlights 2022



# 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; 306-1

La nostra **battaglia per la riduzione dei consumi** si muove in tre direzioni: energia, gas e acqua.

Per quanto riguarda la prima, tutti i nostri hotel sono dotati di **illuminazione a LED a basso consumo**: dura più a lungo, riduce la produzione di rifiuti, ma soprattutto permette un minor consumo di energia e una minore produzione di emissioni.

Per efficientare gli **impianti di riscaldamento e condizionamento** sono state installate **pompe di calore**: un sistema ad alta efficienza che ci ha consentito di ottenere una notevole riduzione del consumo di gas rispetto agli anni precedenti e di conseguenza delle emissioni di anidride carbonica e polveri sottili. Negli hotel di Como, in particolare, utilizziamo, **pompe di calore idrotermiche**: preleviamo l'acqua dal lago, la filtriamo e la rimettiamo in falda soltanto purificata, generando ulteriore beneficio per l'ambiente.

Abbiamo poi introdotto misure per ridurre lo spreco di acqua:

- **cambio lenzuola e asciugamani** solo su richiesta del cliente;
- dove possibile, l'inserimento nelle rubinetterie dei bagni di un **dispositivo automatico per regolare la fuoriuscita dell'acqua corrente** (con una riduzione dei consumi del 40%);
- l'inserimento delle **cassette dual-flush nei WC**.

I **risultati ottenuti** grazie a queste **pratiche di efficientamento sono evidenti**.

Osservando l'andamento dei consumi di energia delle 4 strutture comasche, si nota una **riduzione pro capite del 33%** rispetto al 2021.

L'aumento del consumo **di elettricità dell'intera catena alberghiera LH** (di 461.348 kw/h complessivi), è facilmente riconducibile alla apertura del nuovo VISTA Verona e ai consumi per il cantiere di ristrutturazione di Villa Flori (3 mesi). Ma se si osservano i consumi pro-capite, che tengono conto delle presenze degli ospiti nelle strutture, questi sono comunque scesi **del 27% rispetto al 2021**, tornando allineati ai valori del 2019, quando i nostri hotel erano soltanto 4.

Dati che confermano la decrescita costante dello spreco e l'efficacia delle politiche che abbiamo adottato.

Per quanto riguarda il consumo di gas, l'importante efficientamento realizzato con le pompe di calore ha prodotto una **riduzione del valore assoluto dal 2019 ad oggi dei consumi comaschi**. E nonostante il nuovo arrivato VISTA Verona, il valore assoluto del gas consumato dal Gruppo è rimasto pressoché costante: 175.823 smc nel 2019 con 4 strutture e 178.286 smc nel 2022 con 5 strutture. Producendo a sua volta una **diminuzione del consumo di 0,33 smc a presenza, pari all'11%** (dato 2022 rispetto a 2019).

Infine, anche sul fronte dei **consumi idrici** possiamo rilevare una **significativa riduzione**. Nel 2022 le strutture comasche hanno **risparmiato 2.964 metri cubi di acqua**. A livello di Gruppo, in 5 strutture sono stati utilizzati 16.831 mc di acqua, a fronte dei 17.377 mc dell'anno precedente in 4 strutture, con una riduzione del 3%, pari a -51% pro capite.

## CONSUMI DELLE 4 STRUTTURE DI COMO<sup>2</sup>

	2022	2021	2019	Differenza 2022 vs 2021		DIFFERENZA 2022 VS 2019	
Strutture osservate	4 alberghi	4 alberghi	4 alberghi				
Presenze ospiti	60.738	31.883	55.758				
<b>ENERGIA (Kw/h)</b>							
Consumo energia	1.330.961	1.046.433	1.169.559	284.528	27%	161.402	14%
Consumo energia per ospite	21,91	32,82	20,98	-10,91	-33%	0,94	4%
<b>GAS (smc)</b>							
Consumo gas	164.310	151.808	175.823	12.502	8%	-11.513	-7%
Consumo gas per ospite	2,71	4,76	3,15	-2,06	-43%	-0,45	-14%
<b>ACQUA (mc)</b>							
Consumo acqua	14.413	17.377	/	-2.964	-17%	/	/
Consumo acqua per ospite	0,24	0,55	/	-0,31	-56%	/	/

## CONSUMI COMPLESSIVI DEL GRUPPO LH

	2022	2021	2019	Differenza 2022 vs 2021		DIFFERENZA 2022 VS 2019	
Strutture osservate	5 alberghi	4 alberghi	4 alberghi				
Presenze ospiti	63.241	31.883	55.758				
<b>ENERGIA (Kw/h)</b>							
Consumo energia	1.507.781	1.046.433	1.169.559	461.348	44%	338.222	29%
Consumo energia per ospite	23,84	32,82	20,98	-8,98	-27%	2,87	14%
<b>GAS (smc)</b>							
Consumo gas	178.286	151.808	175.823	26.478	17%	2.463	1%
Consumo gas per ospite	2,82	4,76	3,15	-1,94	-41%	-0,33	-11%
<b>ACQUA (mc)</b>							
Consumo acqua	16.813	17.377	/	-564	-3%	/	/
Consumo acqua per ospite	0,27	0,55	/	-0,28	-51%	/	/

<sup>2</sup> I dati non comprendono i consumi di Vista Verona

Per quanto riguarda i rifiuti, abbiamo introdotto misure che hanno ridotto molto il consumo di plastica:

- sostituzione delle **bottiglie** d'acqua in plastica con quelle di **vetro**;
- installazione di **bocconi di acqua** e la fornitura di borracce per i dipendenti;
- utilizzo di **cannucce biodegradabili monouso**, in anticipo rispetto agli obblighi di legge (dal 2019);
- dotazione di **stoviglie lavabili e riutilizzabili** o di materiali ecosostenibili per i pic-nic dei clienti;
- **impiego di grandi dispenser per i detersivi** con cui vengono ricaricati i flaconi utilizzati per le pulizie; volti a diminuire il volume degli imballi singoli (progetto pilota, in via di sperimentazione in alcune strutture).

Per la gestione dei rifiuti classificati come "speciali", LH si avvale della collaborazione di aziende specializzate nel trasporto e smaltimento degli stessi e verifica che siano regolarmente iscritte all'Albo Nazionale Gestori Ambientali.

### UN BOCCIONE PER 219.498 BOTTIGLIETTE D'ACQUA

Una pratica che ci ha permesso di ridurre considerevolmente il consumo di plastica è stata l'inserimento dei **bocconi di erogazione dell'acqua** in 4 delle nostre strutture alberghiere. L'abbiamo fatto perché i nostri collaboratori potessero rifornirsi d'acqua riempiendo in autonomia le loro borracce, evitando che usassero (e poi buttassero) bottigliette in plastica. In **circa tre anni dall'installazione**, abbiamo risparmiato l'acquisto di 109.749 litri d'acqua, l'equivalente di 219.498 bottigliette di plastica da mezzo litro.

HOTEL	BOTTIGLIETTE DI PLASTICA EVITATE	GIORNI DI AVVIO DEL PROGETTO
TERMINUS	-75.494	1.252
VISTA COMO	-71.696	1.205
VILLA FLORI	-51.682	1.247
VISTA VERONA	-20.626	309



Infine, **abbiamo digitalizzato quasi tutte le attività di ufficio** per ridurre lo spreco di **carta**. Ove strettamente indispensabile, utilizziamo esclusivamente carta certificata FSC.

Inoltre proponiamo ai nostri ospiti la **mobilità dolce** mettendo a disposizione, nei nostri hotel Villa Flori e Terminus, **4 colonnine di ricarica** veloci e gratuite per auto elettriche, oltre a una **convenzione per l'affitto di automobili elettriche ed e-bike**. E per gli amanti delle due ruote, Villa Flori è dotata di una bike room attrezzata e protetta e quasi tutti i nostri hotel sono dotati di biciclette di cortesia: a utilizzarle è più del 50% dei nostri ospiti!

Abbiamo inoltre studiato un'**offerta turistica** "taylor made" per **cicloamatori e cicloturisti**.

### VISTA VERONA

Un primo passo verso l'architettura sostenibile dei nostri hotel è stato compiuto con la ristrutturazione di VISTA Verona, inaugurato l'8 maggio 2022.

Il progetto è stato pensato dall'inizio con l'obiettivo di conciliare lusso con **riduzione del consumo energetico**.

Una rilevante riduzione del fabbisogno energetico dell'hotel è stata raggiunta grazie all'**isolamento** e alla **coibentazione** dell'esterno dell'edificio: un processo che evita dispersioni di calore e, di conseguenza, dimezza le emissioni dovute al riscaldamento e al condizionamento.

Infine ci siamo affidati alla **domotica**: grazie alla tecnologia, la gestione automatizzata e razionalizzata delle luci (con possibilità di variazione degli scenari, utilizzo di fasce orarie, in base anche al livello di illuminazione esterna, uso di ambientazioni personalizzate) contribuisce alla riduzione di spreco energetico in modo sempre più puntuale.



## 3.2

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



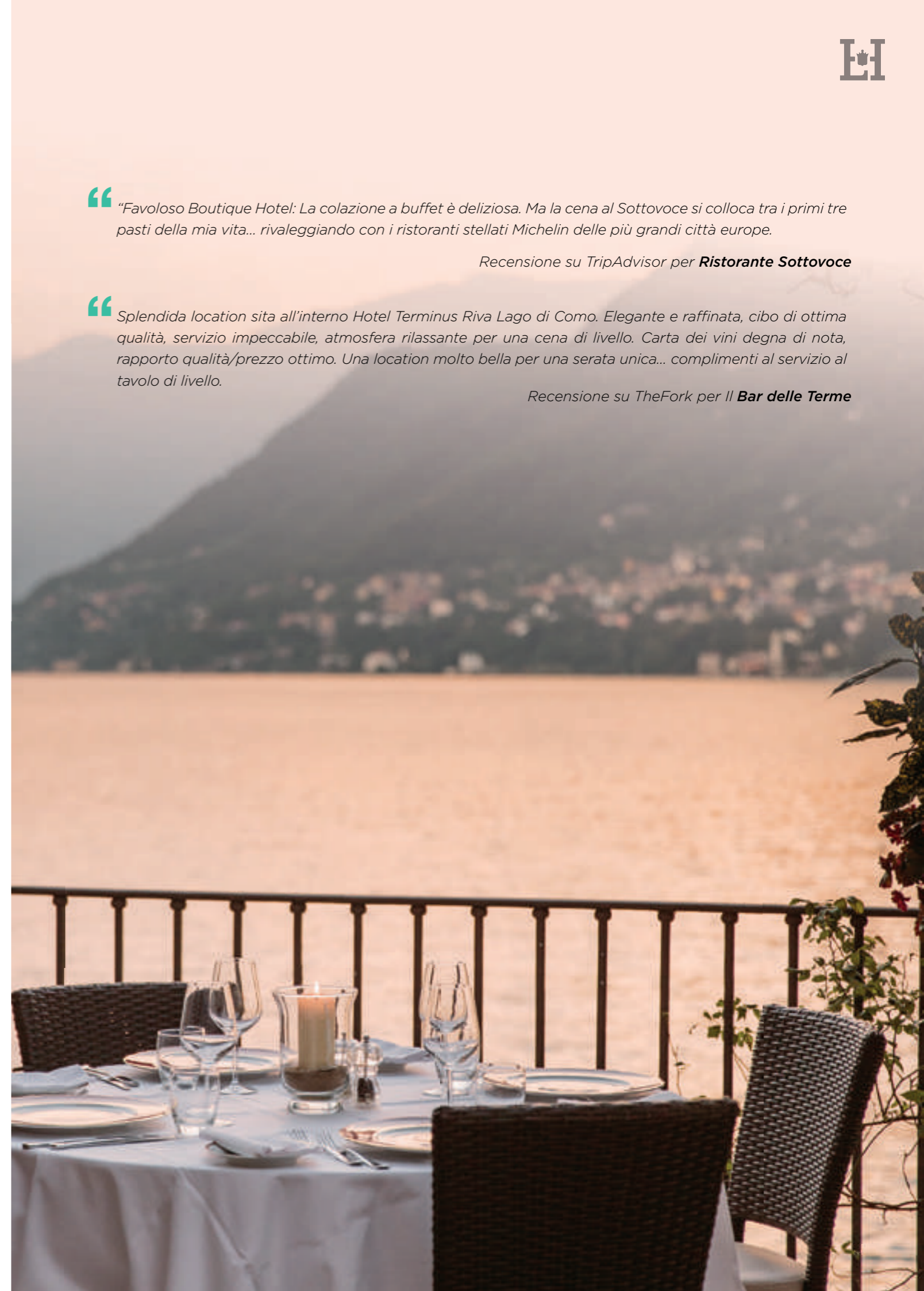
Riferimenti GRI:  
203-2

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. Nel 2022, per esempio, abbiamo sostenuto 45 fornitori locali del territorio di Como e Verona, destinando loro **oltre il 74%** dei nostri costi alimentari totali (76% a Como e 57% 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 nostre location, i ristoranti LH sono frequentati anche da chi non soggiorna nell'hotel. Il **Sottovoce**, ristorante gourmet di VISTA Como, è segnalato dalla Guida Michelin 2020-21, oltre che da quella dell'Espresso, di Identità Golose e del Gambero Rosso.



“Favoloso Boutique Hotel: La colazione a buffet è deliziosa. Ma la cena al Sottovoce si colloca tra i primi tre pasti della mia vita... rivaleggiando con i ristoranti stellati Michelin delle più grandi città europee.

Recensione su TripAdvisor per **Ristorante Sottovoce**

“Splendida location sita all'interno Hotel Terminus Riva Lago di Como. Elegante e raffinata, cibo di ottima qualità, servizio impeccabile, atmosfera rilassante per una cena di livello. Carta dei vini degna di nota, rapporto qualità/prezzo ottimo. Una location molto bella per una serata unica... complimenti al servizio al tavolo di livello.

Recensione su TheFork per **Il Bar delle Terme**

### 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

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, con l'Associazione Albergatori di Confcommercio, con Federalberghi di Confindustria, oltre che con il CIA e con la fondazione che ha dato vita allo IATH (International Academy of Tourism and Hospitality), anche nel 2022 abbiamo partecipato a importanti incontri sullo sviluppo sostenibile. Obiettivo: promuovere le città in cui operiamo e condividere pratiche e politiche sostenibili.



# Gli obiettivi 2022 e 2023 di LarioHotels.

FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE	OBIETTIVO SPECIFICO	OBIETTIVI 2022	STATO DI AVANZAMENTO	OBIETTIVI 2023	
<b>Governance della Società Benefit</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Nomina di presidio sulla sostenibilità in CdA</li> </ul>	In parte	<ul style="list-style-type: none"> <li>Creazione Team «Benefit e Sostenibilità»</li> </ul>	
<b>1.</b> Promuovere il <b>lavoro come fonte di riconoscimento sociale, dignità e realizzazione</b> della singola persona, che favorisca la <b>partecipazione appassionata al progetto di impresa</b> come fattore chiave di sviluppo e arricchimento per LH stessa	<b>1.1 Offrire opportunità di crescita e un ambiente di lavoro stimolante</b> 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"> <li>Istituzione programma di welfare aziendale</li> </ul>	In parte	<ul style="list-style-type: none"> <li>Avvio programma di welfare aziendale</li> <li>Avvio del processo di certificazione Great Place to Work</li> </ul>	
	<b>1.2 Garantire uguaglianza di trattamento e equità</b> a tutti i livelli dell'organizzazione, attraverso pratiche e politiche inclusive.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rafforzamento della parità di genere</li> </ul>	Fatto	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consoilidamento della parità di genere</li> </ul>	
	<b>1.3 Incoraggiare l'inserimento lavorativo</b> attraverso programmi di formazione professionalizzante e lo sviluppo di carriera nel settore dell'hotellerie, con attenzione particolare ai <b>giovani talenti</b> e alle persone appartenenti a <b>categorie svantaggiate</b> nell'accesso all'occupazione.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Attivazione tirocini per gli studenti di Cometa</li> <li>Partnership con le scuole del territorio</li> <li>Mantenimento alternanza scuola - lavoro</li> <li>Giornata di volontariato aziendale per i collaboratori</li> <li>Formazione collaboratori"</li> </ul>	Fatto Fatto Fatto Fatto In parte	<ul style="list-style-type: none"> <li>Collaborazione con Cometa Formazione e altre scuole tecniche / +20% di tirocini</li> <li>Momenti di aggiornamento e formazione per il management</li> <li>Giornata di volontariato aziendale / almeno 30 partecipanti</li> <li>Piano di formazione per i collaboratori / 50% middle management coinvolti</li> <li>Valutazione del clima aziendale, progetto Best Place to Work</li> </ul>	
<b>2.</b> 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.	<b>2.1 Offrire agli ospiti occasioni di arricchimento culturale, attraverso la proposta della storia e la tradizione del territorio italiano:</b> culturale, artistica, artigianale, enogastronomica, imprenditoriale.			<ul style="list-style-type: none"> <li>Sviluppo dell'offerta di esperienze culturali per i clienti</li> <li>Creazione di un sistema di monitoraggio della partecipazione alle esperienze e dell'impatto generato</li> </ul>	
	<b>2.2 Valorizzare e sostenere la cultura e la conservazione della bellezza</b> dei luoghi dell'arte italiani, sviluppando una <b>visione aperta e innovativa</b> dell'accoglienza, basata sullo <b>scambio di cultura e competenze tra gli attori</b> del territorio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nuove partnership per promuovere la città e il suo entroterra</li> </ul>	Fatto	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mantenere presenza attiva negli eventi culturali di Como e Verona</li> <li>Continuità dell'impegno come Golden Partner del FAI</li> <li>Organizzazione di almeno 2 eventi di raccolta fondi per sostenere borse di studio e organizzazioni del territorio</li> <li>Comunicazione interna ed esterna sulle attività culturali proposte per garantire massima diffusione</li> </ul>	
<b>3.</b> 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.	<b>3.1 Ridurre gli impatti ambientali delle strutture e delle operations, utilizzando in modo efficiente e cosciente le risorse</b> e puntando a una riduzione progressiva dei <b>consumi</b> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nuova linea cortesia sostenibile</li> <li>Utilizzo packaging dei prodotti in sola plastica riciclabile</li> <li>Dispenser dei detersivi negli hotel</li> <li>Materiali ecosostenibili nelle cucine</li> </ul>	Fatto Fatto Fatto In parte	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ulteriore riduzione dell'utilizzo della plastica, a partire dalla cucina e dalle attività di pulizia</li> <li>Avvio del monitoraggio sul consumo di plastica</li> <li>Ricerca della massima efficienza energetica nei prossimi progetti di sviluppo edilizio</li> <li>Perseguire il raggiungimento del 100% di energia da fonti rinnovabili</li> </ul>	
	<b>3.2 Promuovere un meccanismo virtuoso</b> che consenta di offrire il meglio in tavola, promuovendo <b>prodotti locali e da filiera corta</b> .				<ul style="list-style-type: none"> <li>Preferenza di produttori alimentari locali</li> <li>Ricerca di nuovi fornitori locali, presidi slow food e produttori di alimenti tipici italiani</li> <li>Comunicazione della provenienza degli ingredienti sui menù</li> </ul>
	<b>3.3 Operare in sinergia con gli altri stakeholder</b> , per la diffusione di politiche e pratiche sostenibili che attivino <b>circoli virtuosi di evoluzione della filiera</b> .				<ul style="list-style-type: none"> <li>Avvio progetto sulle politiche di acquisto e criteri di selezione dei fornitori</li> <li>Continuo stimolo alle reti territoriali per la sensibilizzazione alla sostenibilità</li> </ul>



**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.**

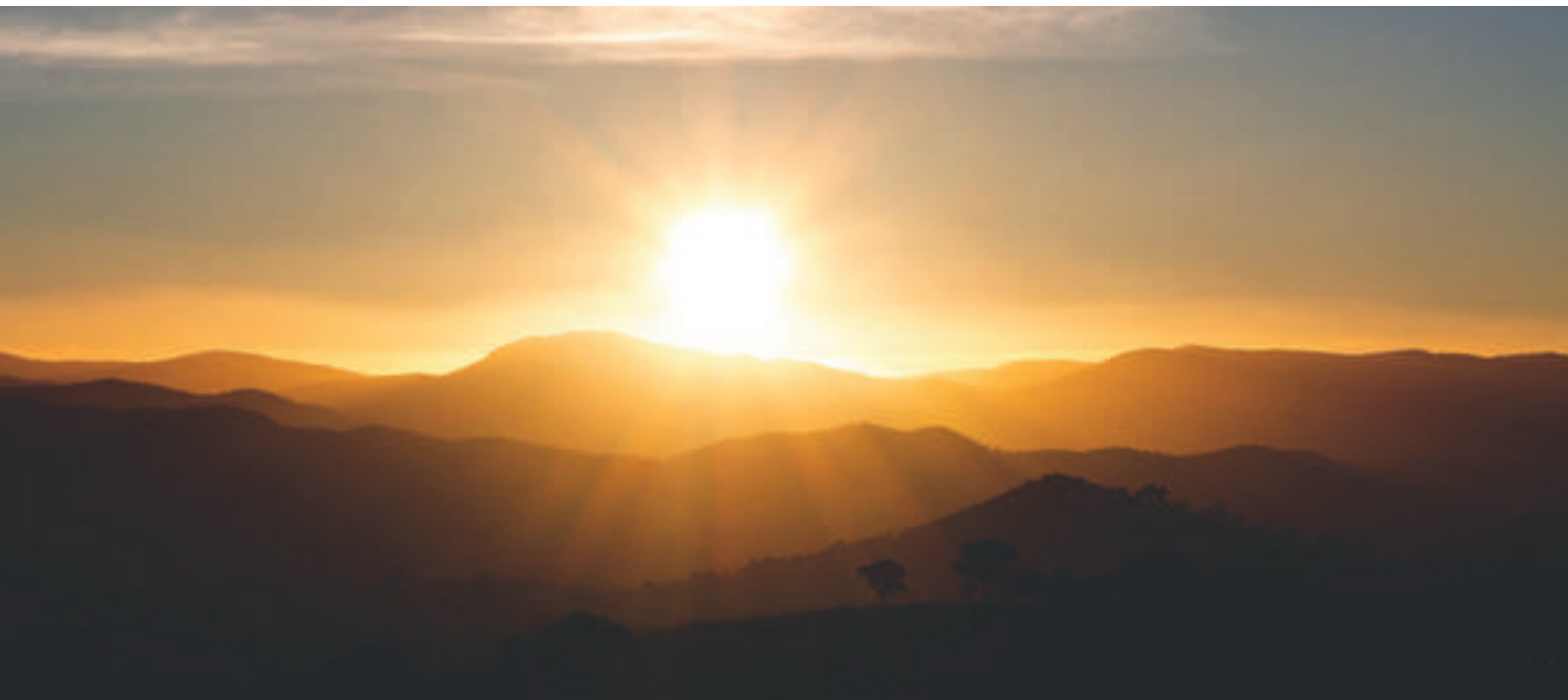
LarioHotels ha scelto il **B Impact Assessment**. Uno strumento di valutazione promosso dall'ente non-profit B Lab con l'obiettivo di osservare l'impatto complessivo generato dalle imprese in 5 aree: Governance, Lavoratori, Comunità, Ambiente, Clienti. Il B Impact Assessment viene utilizzato da circa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

Nel 2022 LarioHotels ha ottenuto un punteggio complessivo di **70.1 punti**. 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

Data di fine dell'anno fiscale 31 Dec 2022

**70.1**



### 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.



LarioHotels ha ottenuto un alto punteggio soprattutto nell'area **Governance**. Questo sicuramente grazie al riconoscimento ottenuto come **Società Benefit**, ma anche per le importanti politiche attuate in termini di **etica e trasparenza** (qui il valore è di circa il 37% superiore rispetto ai benchmark).

Per quanto riguarda l'area **Lavoratori**, abbiamo messo **salute, sicurezza, coinvolgimento e crescita professionale** al primo posto. Dal 2023, in partnership con Best Place to Work, intendiamo concentrarci ancora di più sul dialogo diretto con i nostri collaboratori, monitorando, attraverso i loro feedback, il grado di soddisfazione.

Infine, siamo particolarmente orgogliosi dei 6 punti frutto del nostro programma di **formazione e inserimento lavorativo** di giovani in difficoltà, svolto in collaborazione con Cometa Formazione.

Per l'area **Comunità**, abbiamo performance migliori del 50% sia rispetto al benchmark italiano che alle altre società con dimensioni come le nostre. Questo 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**.

Per l'area **Ambiente**, i nostri risultati sono in linea con il benchmark e nettamente migliori rispetto a quelli del settore. Quella alberghiera è un'attività di per sé ad alto impatto ambientale. Nonostante ciò, LarioHotels si è distinta per l'introduzione di pratiche virtuose importantissime: in particolare nella gestione dell'acqua, dei consumi e dell'energia. Per migliorarci ancora, tuttavia, abbiamo avviato un processo di monitoraggio costante e di formalizzazione delle pratiche che verranno introdotte.

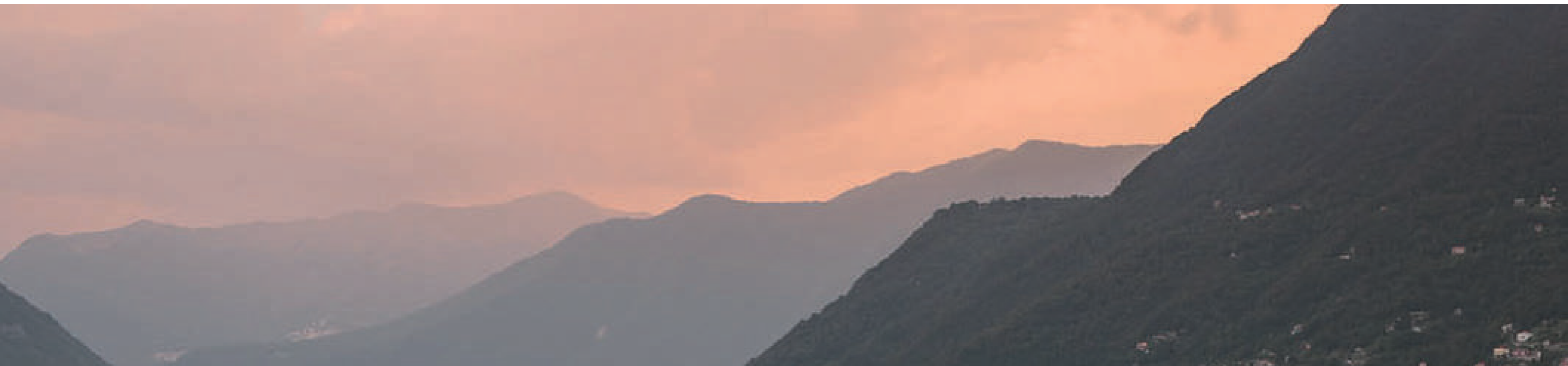
Infine, eccellente il risultato nell'area **Clienti**. **La nostra vocazione all'ospitalità, la nostra filosofia dell'accoglienza** ci hanno consentito di raggiungere un punteggio doppio rispetto al Paese, al settore e alle dimensioni. Al primo posto mettiamo da sempre la **qualità del servizio**, la 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 2022. 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” (pag. 40), 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” (pag. 69), 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 2022 e 2023 di LarioHotels” (pag.66).

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](http://www.globalreporting.org)



# Riconciliazione delle informazioni con Indicatori GRI, Global Reporting Initiative.

GRI STANDARD	TITOLO	UBICAZIONE
<b>GRI 2: INFORMATIVA GENERALE</b>	2-1 Dettagli organizzativi	LarioHotels è società benefit; struttura societaria e governance
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	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	La storia, hotel e ristoranti
	2-7 Dipendenti	Il successo di LH FBC 1.1 FBC 1.2 FBC 1.3 Tabella sui dipendenti
	2-8 Lavoratori non dipendenti	FBC 1.1 FBC 1.3 Tabella sui dipendenti
	2-9 Struttura e composizione della governance	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	Struttura societaria e governance
	2-19 Norme riguardanti le remunerazioni	FBC 1.2
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera agli stakeholder
	2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi	FBC 3.1
	2-28 Appartenenza ad associazioni	FBC 2.2 FBC 3.3
<b>GRI 201: Performance Economica</b>	201-1 Valore economico diretto generato e distribuito	Il successo LH
<b>GRI 203: Impatti Economici Indiretti</b>	203-2 Impatti economici indiretti significativi	FBC 2.2 FBC 3.2
<b>GRI 204: Pratiche di approvvigionamento</b>	204-1 Proporzioni della spesa effettuata a favore di fornitori locali	FBC 2.2 FBC 3.2

GRI STANDARD	TITOLO	UBICAZIONE
<b>GRI 302: Energia</b>	302-1 Consumo di energia interno all'organizzazione	FBC 3.1 Tabella consumi
	302-4 Riduzione del consumo di energia	FBC 3.1 Tabella consumi
<b>GRI 303: Acqua ed effluenti</b>	303-1 Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	FBC 3.1
	303-2 Gestione degli impatti legati allo scarico di acqua	FBC 3.1
	303-5 Consumo idrico	FBC 3.1 Tabella consumi
<b>GRI 306: Rifiuti</b>	306-1 Generazione di rifiuti e impatti significativi correlati ai rifiuti	FBC 3.1
<b>GRI 401: Occupazione</b>	401-1 Assunzioni nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti	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	FBC 1.3
	401-3 Congedo parentale	FBC 1.2
<b>GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro</b>	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	FBC 1.1
<b>GRI 404: Formazione e Istruzione</b>	404-1 Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente	FBC 1.1 FBC 1.3
	404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	FBC 1.1 FBC 1.3
	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono periodicamente valutazioni delle loro performance e dello sviluppo professionale	FBC 1.1
<b>GRI 405: Diversità e Pari Opportunità</b>	405-1 Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	Struttura societaria e governance FBC 1.2 FBC 1.3
	405-2 Rapporto tra salario di base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	FBC 1.2
<b>GRI 413: Comunità locali</b>	413-1 Operazioni con il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni degli impatti e programmi di sviluppo	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](http://www.lariohotels.com)  
[www.vistapalazzo.com](http://www.vistapalazzo.com)



@lariohotels  
@vistalagodicomo  
[www.verona.vistapalazzo.com](http://www.verona.vistapalazzo.com)



LARIO  HOTELS