

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ
2025-2026

LARIO  HOTELS



INDICE

2	Lettera del Presidente
4	Nota metodologica
5	LarioHotels Società Benefit e le finalità di beneficio comune
9	I numeri chiave
10	La nostra storia
12	Il nostro percorso sostenibile
14	Sustainable Development Goals (SDGs)
16	Struttura societaria e governance
18	Mission, vision e valori aziendali
23	Modello di business
24	Hotel e ristoranti
32	Risultati economici
38	LarioHotels nel mondo
40	Comunicazione e presenza digitale
44	Il futuro
46	L'impatto della nostra attività: una sintesi
48	Le nostre finalità di beneficio comune: rendicontazione
	Persone: il lavoro come occasione di realizzazione e partecipazione
	Comunità (e territori): il turismo benevolo a sostegno di cultura, bellezza, tradizione
	Ambiente: in equilibrio con il territorio e con il paesaggio
84	Obiettivi futuri
88	La valutazione con il B Impact assessment
92	Approfondimento metodologico
94	Riconciliazione delle informazioni con Indicatori GRI e ESRS

LETTERA DEL PRESIDENTE

Il periodo compreso tra il 1° maggio 2025 e il 30 aprile 2026 è stato per LarioHotels un anno di cambiamento, di scelte coraggiose e di importanti decisioni strategiche. Un anno che ci ha chiesto di guardare avanti con lucidità, mantenendo salde le nostre radici e i valori che hanno guidato la crescita del Gruppo fino a oggi.

Tra le decisioni più significative, vi è stata la positiva conclusione della cessione di due storici hotel sul Lago di Como. Un'operazione che ha rappresentato non soltanto un importante risultato imprenditoriale, ma soprattutto una scelta strategica orientata al futuro: concentrare ulteriormente le nostre risorse, le nostre energie e le nostre competenze sullo sviluppo del brand Vista e sulla sua crescita in nuove destinazioni italiane di eccellenza.

In questa direzione si inseriscono due tappe fondamentali del nostro percorso. La prima è l'apertura di Vista Ostuni, un progetto che ha coinvolto intensamente tutta l'organizzazione e che ci ha visto lavorare con passione, dedizione e spirito di squadra per dare vita a un nuovo hotel in una delle destinazioni più affascinanti e ricercate del turismo internazionale. L'avvio di questa struttura rappresenta un traguardo importante e, al tempo stesso, un punto di partenza per consolidare la presenza del brand Vista nel segmento dell'ospitalità di alta gamma.

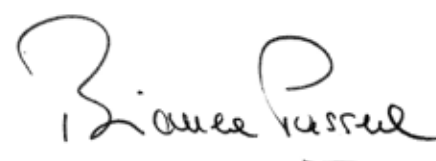
La seconda è la firma dell'accordo che porterà alla realizzazione di Vista Pisa, la cui apertura è prevista nel 2029. Un progetto ambizioso che conferma la nostra volontà di investire nel lungo periodo, valorizzando destinazioni di straordinario richiamo culturale e turistico e costruendo un modello di ospitalità capace di generare valore per gli ospiti, per i territori e per tutti i nostri stakeholder.

Se le scelte strategiche raccontano dove vogliamo andare, questo documento racconta anche chi siamo. Sfogliando queste pagine, emerge con chiarezza la forza della nostra cultura aziendale: una cultura fondata sulla responsabilità, sull'attenzione alle persone, sul rispetto dei territori in cui operiamo e sulla convinzione che il successo economico debba procedere insieme alla creazione di valore sociale e ambientale.

I risultati raggiunti quest'anno sono stati possibili grazie all'impegno, alla professionalità e alla passione delle nostre collaboratrici e dei nostri collaboratori. Sono loro i principali interpreti dei valori che guidano LarioHotels e che costituiscono il fondamento della nostra identità.

Proprio per questo guardiamo al futuro con un obiettivo chiaro: rendere questi valori ancora più riconoscibili, condivisi e distintivi. Vogliamo che siano sempre più parte integrante del nostro modo di lavorare, di prendere decisioni e di relazionarci con gli ospiti, i partner e le comunità locali. Perché crediamo che una forte identità culturale sia uno degli elementi più importanti per affrontare le sfide future e continuare a crescere in modo sostenibile.

Con questo spirito presentiamo il nuovo Bilancio di Sostenibilità e Relazione di Impatto, consapevoli dei risultati raggiunti e motivati dalle opportunità che ci attendono.



BIANCA PASSERA
Presidente di LarioHotels



NOTA METODOLOGICA

Il presente Bilancio di Sostenibilità e Relazione di Impatto, alla sua quarta edizione, è stato redatto in conformità alla normativa sulle Società Benefit (Legge n. 208 del 28 dicembre 2015, commi 376-383). Coerentemente con l'orizzonte temporale del bilancio di esercizio, il documento si riferisce all'esercizio sociale compreso **dal 1° maggio 2025 al 30 aprile 2026**, identificato nel presente documento come “2025-2026”.

Con atto del Notaio Monica De Paoli n. 34457/17077 del 20/02/2025, è stato modificato il termine di chiusura dell'esercizio sociale di LarioHotels S.p.A., che ora risulta essere il 30/04 di ogni anno, anziché il 31/12.

Si precisa inoltre che per il periodo transitorio 1° gennaio – 30 aprile 2025 è stato predisposto un apposito Bilancio di Esercizio con la relativa Relazione di Impatto. I dati relativi a tale periodo non sono stati inclusi nel presente documento ai fini comparativi, poiché il periodo non risulta omogeneo in termini di mensilità e ricade nella bassa stagione, durante la quale quattro delle cinque strutture del Gruppo sono rimaste chiuse per la consueta pausa stagionale, dall'8 gennaio al 13 febbraio 2025.

Il perimetro di rendicontazione del documento comprende **LarioHotels Società Benefit S.p.A. e le attività svolte tramite Vista Ostuni Società Benefit S.r.l.**, società posseduta al 100%. Sono inclusi i dati riferiti alle strutture Vista Lago di Como e albergo Terminus per il periodo in cui hanno fatto parte del Gruppo, fino al 30 novembre 2025.

PER QUANTO RIGUARDA I CONTENUTI RICHIESTI DALLA NORMATIVA:

- 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 “L'impatto delle nostre attività: una sintesi”, redatta sulla base del WHY Framework®, metodologia di osservazione e rendicontazione degli impatti, ideata da Goodpoint S.r.l. Società Benefit.
- Rispetto alla “valutazione dell'impatto generato utilizzando lo standard di valutazione esterno”, essa è consultabile all'interno della Sezione “La valutazione con il B Impact Assessment”, 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 riferimento al capitolo “Obiettivi Futuri”.

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

Il presente documento non è sottoposto ad assurance esterna. Per informazioni è possibile scrivere a: sostenibilita@lariohotels.com.



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 è un'azienda di famiglia, che opera nel settore dell'ospitalità da oltre 100 anni, giunta alla quarta generazione. Oggi, è proprietaria e gestisce direttamente quattro hotel tra il Lago di Como, Verona e Ostuni, per un totale di 111 chiavi.

A conferma di una visione di lungo periodo orientata alla valorizzazione dell'ospitalità in destinazioni iconiche del patrimonio italiano, il percorso di crescita prosegue con lo sviluppo di Vista Pisa, la cui apertura è prevista nel 2029. Di fronte alla Torre Pendente, occupa il Palazzo dei Trovatelli ed è attualmente in fase di completa ristrutturazione.

Dal 2021 l'azienda è ufficialmente Società Benefit, tra le prime realtà del settore ad aver adottato questo modello. L'attenzione verso le persone, il territorio, la comunità e l'ambiente, da sempre nel nostro DNA, è diventato un impegno formale integrato nella missione aziendale attraverso le finalità di beneficio comune sancite nello statuto.

UN'EVOLUZIONE NATURALE

Diventando Società Benefit abbiamo formalizzato la filosofia che da sempre ci guida. Quella del fare impresa in modo responsabile, per noi e per tutti gli stakeholder. Quella filosofia avviata dai nostri padri fondatori, quando ancora di sostenibilità non si parlava ma si era convinti che solo un modello di sviluppo basato sulla creazione di valore condiviso poteva dar vita a un'azienda davvero sana e capace di prosperare nel tempo.

UNA SCELTA UFFICIALE

Infine, abbiamo scelto di diventare Società Benefit, perché dare forma giuridica alla responsabilità sociale significa impegnarci a custodire i nostri valori e implementarli nel tempo.

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.	4 QUALITY EDUCATION 5 GENDER EQUALITY 8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH 10 REDUCED INEQUALITIES LAVORO E TEMPO DI VITA		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 stessi, 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.	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH 11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES ISTRUZIONE E FORMAZIONE BENESSERE SOGGETTIVO PAESAGGIO E PATRIMONIO		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.	6 CLEAN WATER AND SANITATION 7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY 8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH 12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION 13 CLIMATE ACTION 17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS		3.1 Ridurre gli impatti ambientali delle strutture e delle operations, utilizzando in modo efficiente e cosciente le risorse e puntando a una riduzione progressiva dei consumi. 3.2 Promuovere un meccanismo virtuoso che consenta di offrire il meglio in tavola, promuovendo prodotti locali e da filiera corta. 3.3 Operare in sinergia con gli altri stakeholder, per la diffusione di politiche e pratiche sostenibili che attivino circoli virtuosi di evoluzione della filiera.



I NUMERI CHIAVE

HOTEL

Prossima apertura:
Vista Pisa

4



PRESENZE



67.708

RICONOSCIMENTI



7

VISTA OSTUNI

Best New Opening & Top 50 Hotels in Italy, Travel & Leisure Italia
Best New Hotels of the Year, Travel + Leisure It List 2026
Best New Hotels in Europe and UK,
Esquire Best New Hotels Awards 2026
New Favorite Places, Town & Country Hotel Awards 2026
Nominee CNT Readers' Choice Awards 2026
& **T+L World's Best Awards** 2026

VISTA VERONA

Chiave Michelin 2025
Best Luxury Design Hotel in Italy e **Best Luxury Spa Hotel in Italy**,
World Luxury Awards 2025

FATTURATO TOTALE



27.361.986 €

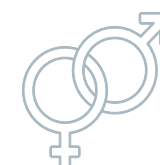
COLLABORATORI



202

AL 30 APRILE 2026

PARITÀ DI GENERE



Rinnovo Certificazione
Parità di Genere
UNI/PdR 125:2022

APPROVVIGIONAMENTO DI ENERGIA ELETTRICA

97%

da **fonti rinnovabili**
per tutti gli alberghi



Una storia di famiglia che guarda lontano.

Quella della famiglia Passera è una **lunga storia di accoglienza che inizia nei primi anni del '900** con un ristorante a bordo di una delle eleganti navi a vapore che solcavano il Lago di Como e che la porterà, in un secolo scarso, a diventare protagonista dell'ospitalità di alta gamma.

Quattro generazioni dopo, la storia continua. Accanto agli alberghi sul Lago di Como – Villa Flori e Posta Design Hotel – sono nati i cinque stelle lusso col brand Vista. Una collezione di boutique hotel di eccellenza con la «mission» di offrire un'ospitalità di alta gamma in destinazioni italiane ricche di storia e di bellezza, ma ancora poco presidiate dall'hotellerie di lusso. Con Vista desideriamo valorizzare edifici storici, spesso iconici, per ridare loro nuova vita nel rispetto della memoria.

Dopo le aperture di Vista Lago di Como nel 2018, di Vista Verona nel 2022 e di Vista Ostuni nel 2025, il 2029 vedrà l'inaugurazione di Vista Pisa. E nuovi progetti sono già in cantiere.



INIZIO 900

Nasce il primo ristorante sul battello a vapore.

ANNI 20

Si aggiunge la gestione dell'Hotel San Gottardo che diviene il migliore della città di Como.

ANNI 40

La famiglia Passera prende la gestione del Terminus.

1958

Si acquisisce Villa Flori costruita dai marchesi Raimondi nel 1859.

1985

È il turno della terza generazione: Antonello, con un curriculum accademico e professionale DOC, entra nel management degli alberghi, che in futuro costituiranno LarioHotels.

1990

Villa Flori si amplia e si rinnova e apre il rinomato Ristorante Raimondi.

1991

Inizia la ristrutturazione dell'Albergo Terminus che apre ufficialmente nel 1994.

2013

Entra in scena Bianca, sorella di Antonello, e nello stesso anno entra a far parte del management anche la quarta generazione: Luigi. Apre il Posta Design Hotel, un concetto di ospitalità completamente nuovo per LarioHotels e anche per Como, un boutique hotel di design di grande charme a tre stelle.

2018

Aprire Vista Lago di Como.

2021

LarioHotels diventa Società Benefit.

2022

Aprire Vista Verona.

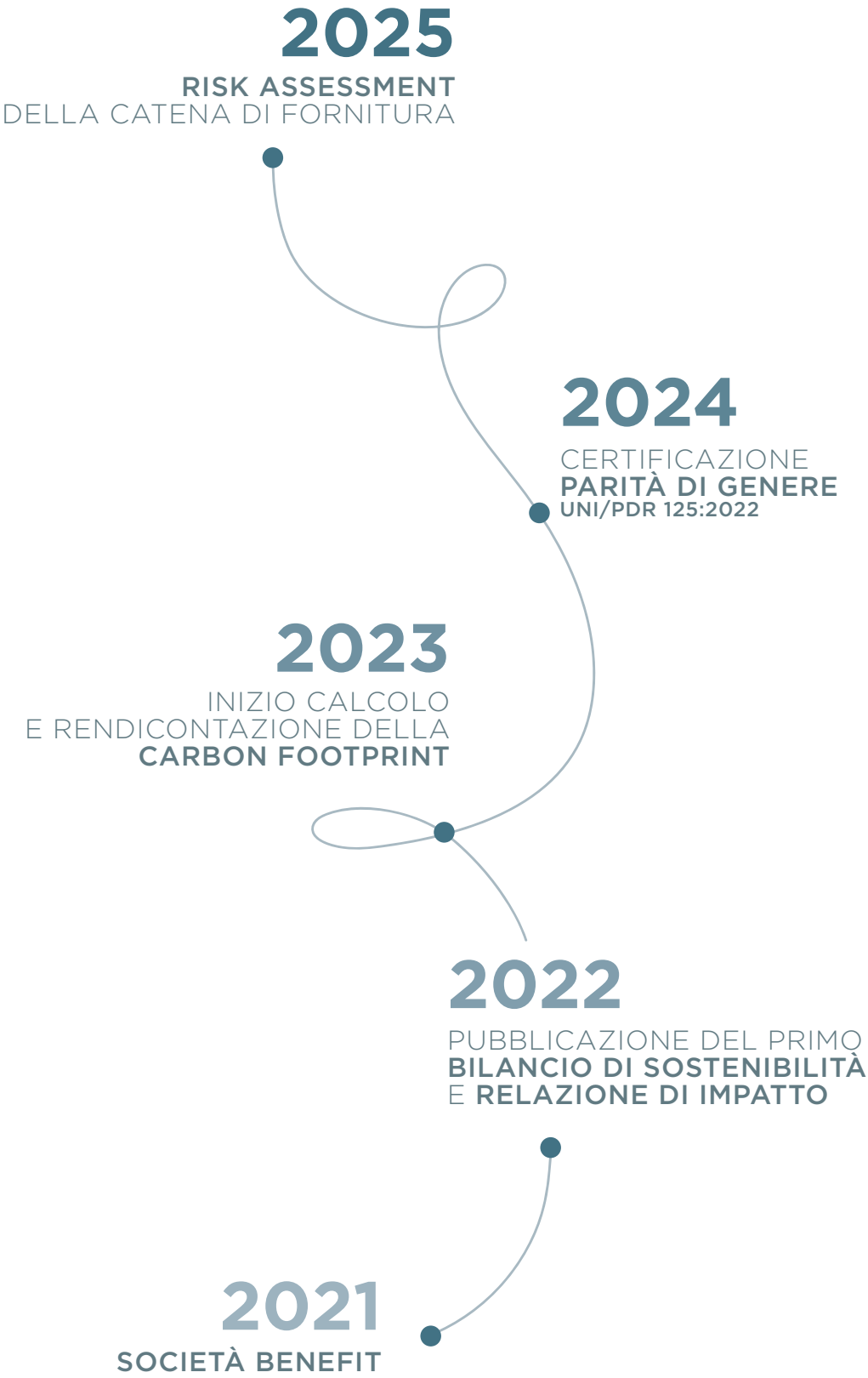
2025

Apertura Vista Ostuni. Ridefinizione del portafoglio del Gruppo con il passaggio di proprietà di Vista Lago di Como e Albergo Terminus.

2029

Nuova apertura Vista Pisa.

IL NOSTRO PERCORSO
SOSTENIBILE



Sustainable Development Goals

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

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

LarioHotels, nella propria attività, si impegna a perseguire 10 dei 17 obiettivi dell'Agenda 2030 attraverso l'implementazione di buone pratiche.



TARGET 4.4
Aumentare sostanzialmente il numero di giovani e adulti che abbiano le competenze necessarie, incluse le competenze tecniche e professionali, per l'occupazione, per lavori dignitosi e per la capacità imprenditoriale.

Promuoviamo un ambiente di lavoro formativo e stimolante per tutti i colleghi/e, offrendo opportunità di apprendimento costante e occasioni di sviluppare competenze qualificanti per tutte le figure, inclusi i profili operativi.



TARGET 5.1
Porre fine a ogni forma di discriminazione nei confronti di tutte le donne, bambine e ragazze in ogni parte del mondo.

Con una presenza significativa di collaboratrici, la parità di genere è una nostra priorità, una sfida che abbiamo raccolto e per la quale ci impegniamo concretamente. Dal 2024 siamo certificati Parità di Genere, avendo scelto di intraprendere un percorso che ci guida verso traguardi sempre più ambiziosi.



TARGET 6.4
Aumentare sostanzialmente l'efficienza idrica da utilizzare in tutti i settori.

Consapevoli dell'impatto ambientale connesso all'attività alberghiera e al flusso di ospiti nelle nostre strutture, adottiamo pratiche volte a promuovere un utilizzo più responsabile delle risorse idriche e a ridurre l'impatto della lavanderia, oltre all'impiego di rubinetteria e dispositivi a flusso ridotto per contenere il consumo di acqua negli hotel. Ad esempio, a Villa Flori, abbiamo implementato un sistema di filtraggio e reimmissione delle acque nel lago; a Vista Ostuni l'acqua piovana viene raccolta in una cisterna e riutilizzata per l'irrigazione.



TARGET 7.3
Raddoppiare il tasso globale di miglioramento dell'efficienza energetica.

Luci a Led, sistemi di domotica per monitorare e ridurre i consumi, pompe di calore, campagne educational per il personale e per gli ospiti: sono alcune delle attività e best practice adottate in questi anni per migliorare l'efficienza energetica dei nostri alberghi, alimentati al 97% da energia elettrica verde nell'anno di rendicontazione.



TARGET 8.8
Proteggere i diritti del lavoro e promuovere un ambiente di lavoro sicuro e protetto per tutti i lavoratori, compresi i lavoratori migranti, in particolare le donne migranti, e quelli in lavoro precario.

TARGET 8.9
Elaborare e attuare politiche volte a promuovere il turismo sostenibile, che crei posti di lavoro e promuova la cultura e i prodotti locali.

TARGET 8.5
Raggiungere la piena e produttiva occupazione e un lavoro dignitoso per tutte le donne e gli uomini, anche per i giovani e le persone con disabilità, e la parità di retribuzione per lavoro di pari valore.

La scelta di diventare Società Benefit riflette il nostro modo di operare, le nostre scelte sono orientate al beneficio di tutti gli stakeholder: collaboratori, ospiti, territorio e comunità. Crediamo nel lavoro come strumento di crescita e realizzazione personale e offriamo buone opportunità contrattuali basate su merito, equità e sviluppo nel lungo periodo.



TARGET 10.2
Entro il 2030, potenziare e promuovere l'inclusione sociale, economica e politica di tutti, a prescindere da età, sesso, disabilità, razza, etnia, origine, religione, status economico o altro.

Collaboriamo con scuole e associazioni del territorio per sviluppare programmi di formazione professionalizzante rivolti ai giovani. Tra le iniziative principali, rientra la partecipazione come fondatori dell'International Academy of Tourism and Hospitality (IATH) di Cernobbio, oltre a una consolidata partnership con Cometa Formazione. Sosteniamo, inoltre, diverse realtà no profit impegnate nell'inserimento lavorativo di giovani e categorie fragili, contribuendo allo sviluppo di competenze e opportunità professionali nel settore dell'ospitalità.



TARGET 11.4
Rafforzare gli impegni per proteggere e salvaguardare il patrimonio culturale e naturale del mondo.

La conservazione della bellezza dei luoghi d'arte, la divulgazione della cultura italiana, la valorizzazione del patrimonio culturale, artistico, artigianale, enogastronomico dei territori sono elementi fondanti del nostro modo di intendere l'ospitalità.



TARGET 12.2
Entro il 2030, raggiungere la gestione sostenibile e l'uso efficiente delle risorse naturali.

TARGET 12.5
Entro il 2030, ridurre in modo sostanziale la produzione di rifiuti attraverso la prevenzione, la riduzione, il riciclaggio e il riutilizzo.

Per noi, l'impegno alla sostenibilità è l'unica scelta possibile. E' il principio che guida le nostre scelte, in un'ottica di progressivo miglioramento. Privilegiamo materie prime naturali di provenienza locale, o riciclate o riciclabili, e il piano di riduzione dei rifiuti è focalizzato in particolare sulla minimizzazione della plastica monouso.



TARGET 13.2
Integrare nelle politiche, nelle strategie e nei piani nazionali le misure di contrasto ai cambiamenti climatici.

La gestione delle emissioni è parte integrante del nostro approccio operativo. Ci impegniamo a monitorare e rendicontare le emissioni di Scope 1 e Scope 2 di hotel e uffici, assicurando trasparenza e puntando a un miglioramento continuo delle performance ambientali. Promuoviamo inoltre una mobilità dolce: i nostri hotel sono bike friendly e, ove possibile, dotate di colonnine di ricarica per veicoli elettrici ed e-bike.



TARGET 17.17
Incoraggiare e promuovere efficaci partenariati tra soggetti pubblici, pubblico-privati e nella società civile, basandosi sull'esperienza e sulle strategie di accumulazione di risorse dei partenariati.

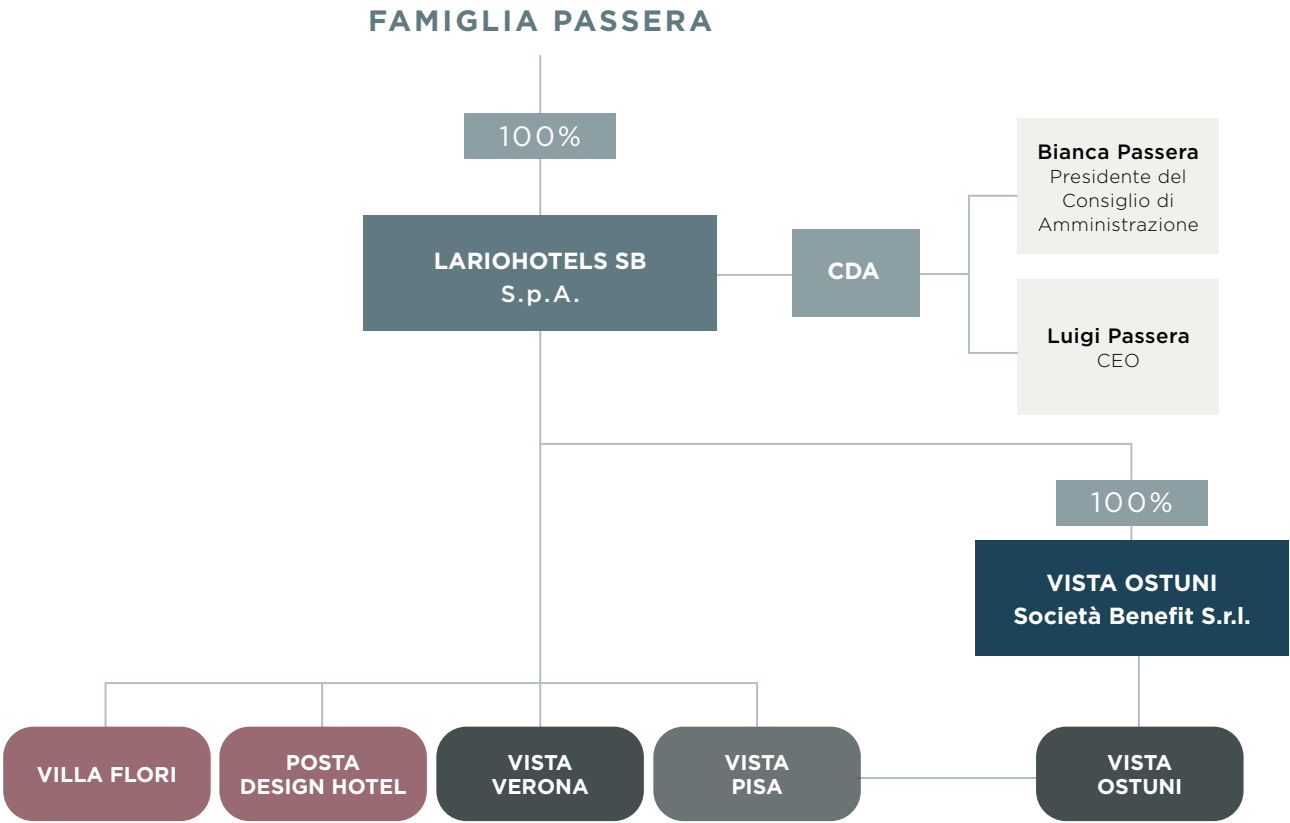
Lavoriamo in squadra, facendo rete con Associazioni territoriali, Istituzioni e Associazioni culturali, certi che lo scambio di cultura e competenze tra diversi attori sia la chiave per valorizzare al meglio le ricchezze delle nostre comunità.

Struttura societaria e Governance.

Da più di 100 anni la famiglia Passera, fondatrice dell'azienda, detiene il totale controllo di LarioHotels, garantendo continuità imprenditoriale e coerenza strategica nel lungo periodo.

Per quanto riguarda Vista Pisa, LarioHotels possiede una partecipazione del 25% nella società che ha la proprietà dell'immobile e, grazie alla pluriennale esperienza maturata nella gestione di hotel di lusso, contribuisce in modo importante al progetto di conversione e ristrutturazione. L'operazione segna inoltre un passaggio strategico importante per il brand, che per la prima volta si sviluppa anche attraverso una formula di affitto a lungo termine dell'immobile, confermando il percorso di crescita.

La gestione dell'hotel sarà infatti affidata attraverso un contratto di locazione di lungo periodo, consolidando la strategia di valorizzazione e riqualificazione di immobili storici e generando valore per il territorio e la comunità locale.



RIASSETTO DEL PORTAFOGLIO LARIOHOTELS

Nel 2025, nell'ambito del proprio percorso di sviluppo strategico, LarioHotels ha completato la cessione di due strutture a Como: Albergo Terminus e Vista Lago di Como.

L'operazione rappresenta un passaggio rilevante nella strategia aziendale, perché contribuisce in modo sostanziale al rafforzamento del focus sullo **sviluppo del brand Vista a livello nazionale**, confermando, allo stesso tempo, **la presenza di LarioHotels sul Lago di Como attraverso Villa Flori e Posta Design Hotel.**

L'operazione si è svolta in un contesto di piena collaborazione tra le parti coinvolte, garantendo continuità operativa e tutela delle persone: sono state assicurate continuità occupazionale, trasparenza nelle comunicazioni e supporto nella fase di transizione, nel rispetto dei diritti e delle condizioni contrattuali. Vista Lago di Como ha cambiato brand, mentre Albergo Terminus ha mantenuto la propria denominazione. Il marchio Vista rimane interamente di proprietà di LarioHotels proseguendo la sua strategia di espansione in ulteriori destinazioni italiane.

La nostra Mission:

evolvere il concetto di accoglienza aumentandone il valore, la qualità e la capacità di generare esperienze distintive.

La mission di LarioHotels è quella di evolvere il concetto di accoglienza, generando valore non solo per ospiti e azionisti, ma anche per tutti coloro che contribuiscono ogni giorno a offrire un'ospitalità d'eccellenza. **Puntiamo a sviluppare un modello di business positivo e responsabile per tutti i portatori di interesse**, inclusivo e attento alla comunità, al territorio e all'ambiente.

Desideriamo offrire un'ospitalità dall'**identità forte e riconoscibile a livello internazionale**, fondata sull'autenticità, l'eccellenza del servizio e l'innovazione sostenibile.

Vista ambisce a diventare il primo brand che viene in mente ai viaggiatori che cercano un'esperienza autentica in destinazioni italiane meno battute dai flussi turistici tradizionali, ma ad alto valore culturale, paesaggistico e identitario.



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 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 offrendo una customer experience sempre più modellata sulle aspettative dell'ospite;
- organizzare un ambiente di lavoro stimolante, nel quale i collaboratori si sentano liberi di esprimere la propria identità e le proprie capacità e possano cogliere opportunità di crescita, realizzazione personale ed emancipazione;
- stimolare lo sviluppo del settore turistico garantendo il rispetto del territorio e dell'ambiente.

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.



Valori aziendali.

BELLEZZA	Celebriamo la bellezza del nostro Paese, entrando nei luoghi con il rispetto che meritano. Scegliamo destinazioni con attenzione tra quelle dalle grandi potenzialità ancora parzialmente inesprese. Rispettandone la storia, l'ambiente e le comunità. Non distruggiamo, ma rigeneriamo, recuperando immobili importanti nella storia del luogo, in modo che possano riverberare il loro nuovo valore sul territorio.
ITALIANITÀ	Stile, gusto ed eleganza autenticamente italiani guidano ogni scelta: dall'interior design alla cucina mediterranea. Un'arte dell'accoglienza che affonda le radici nella nostra storia e nel Made in Italy.
RISPETTO	Per il territorio e le comunità che ci ospitano, a cui non saremo mai abbastanza grati. Per le persone che lavorano con noi, senza il cui impegno ed entusiasmo niente sarebbe possibile. E soprattutto per l'ambiente, per il quale non si fa mai abbastanza.
SOSTENIBILITÀ	Una linea guida irrinunciabile nelle nostre scelte: fare bene il nostro lavoro significa farlo in modo responsabile e trasparente, con attenzione sempre maggiore all'impatto ambientale e sociale, generando valore nel lungo periodo.
VISTA “TOUCH”	Spazio, privacy, personalizzazione e cura dell'ospite definiscono il nostro concetto di lusso: discreto, mai ostentato. Un servizio impeccabile, attento ma non invadente, accompagna l'ospite nella scoperta del bello e del buono che ogni destinazione custodisce, attraverso esperienze autentiche e su misura.

LARIOHOTELS COME BUONA IMPRESA



LarioHotels si riconosce nel modello della Buona Impresa promosso da **Fondazione Buon Lavoro**: un modello che si fonda sulla convinzione che un'impresa funziona bene se funziona per tutte le persone coinvolte. Per questo, LarioHotels è stato tra i primi firmatari del “**Manifesto della Buona Impresa**”: un'adesione di principio a un modello di impresa, che coniuga in modo inscindibile e reciprocamente vantaggioso etica e funzionalità.

Le iniziative e le attività proposte dalla Fondazione – dalle linee guida ai workshop - intendono sostenere le aziende nel “fare bene il proprio mestiere” e valorizzare il rilevante ruolo che le imprese, quando fanno bene il loro mestiere, svolgono per la società.



Il nostro modello di business: un coinvolgimento totale in ogni dettaglio.

L'offerta ai nostri ospiti si articola tra **Villa Flori** e **Posta Design Hotel** sul Lago di Como e **Vista**, boutique hotel **5 Stelle Lusso**, oggi presenti a **Verona** e a **Ostuni** e in apertura a Pisa nel 2029.

Il nostro modello di business si fonda storicamente sulla proprietà immobiliare e sulla gestione delle strutture, con una visione imprenditoriale di lungo periodo. **Privilegiamo l'acquisizione di edifici storici**, importanti nella storia del luogo, che vengono rigenerati attraverso progetti di ristrutturazione e riqualificazione attenti al patrimonio architettonico e paesaggistico, in modo che possano **restituire nuovo valore al territorio**.

Per scelta strategica, non realizziamo nuove costruzioni: investiamo nel recupero e nella trasformazione di immobili già esistenti, contribuendo alla loro conservazione e valorizzazione.

La proprietà partecipa attivamente alle fasi di progettazione, ristrutturazione e manutenzione, garantendo coerenza strategica, rapidità decisionale e una chiara definizione dei valori che guidano ogni progetto: qualità, rispetto per l'ambiente interno e circostante, sostenibilità economica e creazione di valore per tutti gli stakeholder.

A partire da novembre 2025, abbiamo **ampliato il nostro modello operativo** introducendo, accanto alla proprietà e gestione diretta, anche la formula di affitto di lungo periodo. **Vista Pisa** è il primo progetto di sviluppo che prevede questo modello. Questa formula, infatti, ci consente di valorizzare le nostre competenze distintive di gestione, collaborando con investitori terzi e rafforzando la presenza del brand in nuove destinazioni strategiche e al contempo mantenere coerenza valoriale e standard qualitativi elevati.

I nostri hotel.

I nostri hotel si trovano in Italia, in luoghi rinomati per la loro bellezza naturale e paesaggistica e per l'elevato valore culturale, artistico e storico, tra cui il Lago di Como, Ostuni e Verona, patrimonio mondiale UNESCO.

Ogni struttura nasce all'interno di edifici dal forte carattere identitario, custodi di memorie e architetture uniche: da un edificio razionalista nel centro di Como, a una villa ottocentesca *pieds dans l'eau*, fino a un palazzo storico nel cuore della città scaligera e a una costruzione del XIV secolo, emblema della Città Bianca e della sua eredità storica.

Sono situate in **aree cittadine di grande pregio** e godono, ognuno di esse in un suo modo particolare, di una vista spesso talmente inaspettata da diventare, oltre che il nome, un elemento identitario del brand.

In particolare, i Vista si distinguono per l'attenzione al design, per lo stile contemporaneo e per il servizio d'eccellenza: elementi che fanno di questi hotel vere e proprie esperienze di viaggio e naturali luoghi che diventano ambasciatori del territorio.

Le caratteristiche distintive di Vista:

- posizione strategica nel centro della città con una vista inaspettata: la vista come elemento identitario del brand e che va oltre al nome;
- presenza di un rooftop dal quale ammirare un panorama unico;
- eleganza degli ambienti e atmosfera sofisticata per definire un'accoglienza di charme e per generare una esperienza di benessere e relax;
- stile esclusivo e riservato, per sostare in tranquillità e consentire la privacy;
- interior design italiano, artigianale e di alta qualità;
- servizio impeccabile e gli standard più elevati.

Attualmente il Gruppo LarioHotels conta **111 chiavi**.



VILLA FLORI LAGO DI COMO



4 stelle superior, 53 camere con terrazze e vista sul Lago di Como. Lo charme di un'antica villa ottocentesca 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. **Villa Flori** conserva ancora gli arredi ottocenteschi nella stanza che ospitò l'"eroe dei due mondi". Nel 1865 viene venduta ad Alessandro Flori, marchese Serramezzana, e dal 1958, di proprietà della famiglia Passera, è diventato hotel. Dal 2024, il Ristorante Raimondi, completamente rinnovato, dà spazio a una cucina di alta qualità.

POSTA DESIGN

LAGO DI COMO



L'hotel più smart della città di Como, 14 camere in un edificio progettato da Giuseppe Terragni, uno dei fondatori e massimo esponente del razionalismo italiano. Frutto di un compromesso estetico tra essenzialità moderna ed eleganza neoclassica, presenta ancora elementi originali, come la scala in marmo giallo d'Istria e le lampade progettate dall'architetto stesso. In pieno centro storico, dall'eleganza minimal e dal design d'autore, offre agli ospiti un'esperienza informale e immersa nella vita cittadina. Il Posta Bistrot ne rappresenta l'anima conviviale: sempre aperto dalla prima colazione alla cena, è un luogo di incontro aperto alla città, che promuove socialità, relazioni e momenti di gusto.

VISTA
VERONA



Aperto a maggio 2022, **Vista Verona** nasce dalla completa ristrutturazione di un edificio storico nel cuore del centro medievale della città. L'hotel dispone di **16 camere e suite** arredate in uno stile eclettico e senza tempo, arricchite da pezzi di design e da mobili realizzati dai migliori artigiani italiani. Ospitato in un edificio ottocentesco, in gran parte ricostruito negli anni '50, si trova nel cuore di Verona, dichiarata Patrimonio dell'Umanità dall'UNESCO nel 2000 per la sua eccezionale eredità urbanistica e culturale. Gli ospiti possono visitare monumenti iconici, dall'Arena al celebre balcone di Romeo e Giulietta, dalla misteriosa Verona sotterranea al romantico Castel San Pietro, da cui si gode di una vista emozionante sulla città. Elemento distintivo – come in tutti i Vista – il rooftop, che regala un panorama che spazia dai tetti medievali ai colli circostanti. Completa l'esperienza, il ristorante Sottovoce, la piccola ma preziosa cantina per degustazioni, l'Infinity Bar e la spa – unica in città con piscina interna e spa suite privata di 45 mq – oltre a due cabine per trattamenti e una palestra attrezzata Technogym con Pilates Board.

VISTA

OSTUNI



Inaugurato a luglio 2025, **Vista Ostuni** nasce dalla riqualificazione dell'ex Manifattura Tabacchi, un edificio del XIV secolo intriso di storia e identità locale, che affaccia sulla straordinaria Piana degli Ulivi Monumentali, a pochi passi dalla celebre Città Bianca e con lo sguardo rivolto verso il mare. Un edificio che ha cambiato destinazione tante volte, ma sempre con una vocazione di accoglienza: è stato convento e ospedale, ricovero per i più deboli e un'occasione di riscatto e formazione per fanciulle sfortunate, fino a diventare Manifattura Tabacchi negli anni '20. Dopo oltre 60 anni di abbandono, il restauro conservativo ha restituito un simbolo della città di Ostuni e l'emblema di un'altra accoglienza ancora, quella di un'ospitalità di lusso. **Con 28 camere e suite**, il ristorante Bianca Bistrot, due bar - Chiostro e Rooftop Bar - un rooftop panoramico, tre piscine, un'area wellness & spa e palestra attrezzata Technogym, si distingue per l'armonia tra l'eredità architettonica e il design contemporaneo. Il progetto si sviluppa su tre ettari di paesaggio, progettati per valorizzare la vegetazione autoctona della macchia mediterranea. L'obiettivo di certificazione LEED previsto per il 2026 testimonia l'impegno concreto verso la sostenibilità fin dalla fase di progettazione e ristrutturazione.



I nostri ristoranti e bar.

Il punto d’incontro tra tradizione locale e creatività.



RISTORANTE RAIMONDI

Offre piatti della miglior tradizione italiana, realizzati con cura e attenzione e serviti *piéd dans l'eau* nello scenario unico del Lago di Como. Completamente rinnovato nel 2024, ha riaperto con una nuova veste e un nuovo bar per garantire un servizio di qualità anche agli ospiti che desiderano “vivere” il giardino. Alte specchiere, materiali come il pavimento in legno italiano e i tessuti dai colori naturali, contribuiscono a creare un’atmosfera accogliente e rilassante, dove l’interno si fonde in armonia con il paesaggio esterno. La filosofia dell’Executive Chef Fabio Castiglioni è l’italianità, la tradizione, la semplicità, il gusto, la stagionalità e il rispetto della filiera. Il menu comunica il filo diretto con le realtà produttive del territorio Lariano e Italiano votate alla sostenibilità. L’obiettivo è che ogni piatto valorizzi gli ingredienti lavorandoli il meno possibile e preservando i loro sapori originali.



SOTTOVOCE VERONA

Al piano alto di Vista Verona, il Sottovoce unisce creatività e tradizione, sperimentazione ed eccellenze del territorio. L’Executive Chef Fabio Aceti propone un menu profondamente legato al territorio, alle sue tradizioni e alle materie prime locali, interpretate con una particolare attenzione al mondo vegetale e alle erbe aromatiche. Antichi sapori vengono rivisitati in chiave gourmet, valorizzando verdure e ortaggi, che assumono un ruolo centrale nei piatti, spesso vegani, la stagionalità e l’utilizzo integrale della materia prima, accompagnati da una accuratissima selezione dei migliori vini italiani e di tutto il mondo. A pochi passi dal ristorante, l’Infinity Bar offre una ricca scelta di vini e cocktail per tutti i gusti: a chi vuole andare sul sicuro, consigliamo la nostra cantina di vini del territorio, che non hanno bisogno di presentazioni. Rossi, bianchi e bollicine tra i più famosi del mondo vi aspettano, rassicuranti nella loro eccellenza. Ma se vi piace lasciarvi sorprendere, abbiamo in serbo per voi alcune specialità della Lessinia, antica terra a Nord est di Verona. Molto speciali sono anche i cocktail e gli aperitivi di ispirazione italiana.



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

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

BIANCA BISTROT

Immerso nel giardino mediterraneo di Vista Ostuni, avvolto dal profumo degli ulivi e affacciato sulla piscina con vista sul mare, il Bianca Bistrot è un luogo di pace e convivialità aperto dalla prima colazione alla cena. Gli ospiti possono scegliere di accomodarsi all’esterno, immersi nella natura, oppure nell’elegante sala ristorante interna. Guidata dall’Executive Chef Giuseppe Aresta, la proposta culinaria combina tradizione italiana e sapori autentici del territorio pugliese, con una cucina contemporanea che valorizza i prodotti del territorio. Durante la primavera e l’estate, il servizio bar a bordo piscina completa l’esperienza con bevande naturali, cocktail e snack leggeri, regalando agli ospiti momenti di gusto e relax circondati dai profumi e dai colori della macchia mediterranea.

CHIOSTRO BAR

All’interno di Vista Ostuni, l’architettura richiama all’epoca in cui l’edificio era un convento, con ampie arcate, una grande bottigliera a vista, che da sola occupa la scena con centinaia di etichette tra vini e distillati, il camino, per una coccola in più e gli scorci della Città Bianca da ammirare lentamente. La proposta beverage è fortemente legata al territorio: accanto a una selezione curata di vini e distillati, spiccano i cocktail signature ispirati agli ingredienti locali e alla cultura pugliese, come l’emblematico Friggittello Tonic, che valorizza un prodotto semplice e identitario della Puglia.

ROOFTOP BAR

Non si chiama così per caso: cocktail raffinati e creativi, spazi ampi come un cielo, silenzio, pace e tanta bellezza. Il rooftop su cui si trova amplifica le percezioni: con un cocktail in mano, davanti a quella vista – sulla Città Bianca, sul mare e sulla distesa di ulivi secolari a perdita d’occhio – si perde la cognizione del tempo. Ci si sente davvero in cima al mondo, sospesi in un attimo infinito. Durante il giorno, il Rooftop Bar propone un servizio bar con menu dedicato; alla sera, si trasforma in uno spazio esclusivo per l’aperitivo e l’after dinner, mantenendo sempre il suo spirito elegante e rilassato.

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. Nel cuore del centro storico di Como, il Bistrot dispone di un piacevole deck esterno e di un dehors recentemente rinnovato e apprezzato dai comaschi fin dalla sua riapertura.

Risultati economici.



percentuali riferite al fatturato totale

BUSINESS KEY GRUPPO LARIOHOTELS¹

	2024	2025-2026
FATTURATO	25.601.000 €	27.361.986 €
EBITDA	9.044.853 €	5.454.434 €
DIPENDENTI	193	202
N° HOTEL	5	6 fino a 30.11.25, poi 4
CAMERE VENDUTE	36.019	35.839
OCCUPANCY %	72%	71%

BUSINESS KEY VISTA¹

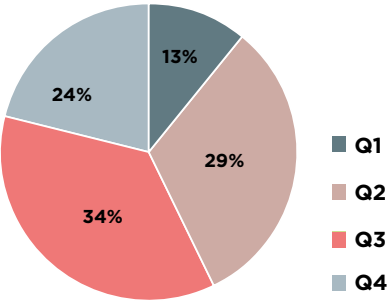
	2024	2025-2026
FATTURATO	9.454.000 €	10.395.183 €
N. HOTEL	2	3 fino a 30.11.25, poi 2
CAMERE VENDUTE	6.042	8.047
OCCUPANCY	55%	51%

L'anno di rendicontazione rappresenta una fase di transizione per LarioHotels. Il periodo temporale è stato infatti allineato all'esercizio sociale e coincide con il periodo 1° maggio 2025 - 30 aprile 2026 (si rimanda alla nota metodologica per ulteriori dettagli), in coerenza con il bilancio d'esercizio. Nel corso dell'anno, il Gruppo ha registrato variazioni del perimetro operativo, con la cessione di Vista Lago di Como e Albergo Terminus e l'apertura di Vista Ostuni: i risultati sopra esposti riflettono pertanto l'effetto combinato di tali cambiamenti. Il lieve calo del tasso di occupazione registrato a livello di Gruppo è coerente con la strategia commerciale adottata, orientata alla creazione di valore e al consolidamento del posizionamento delle strutture attraverso il miglioramento della marginalità più che l'incremento dei volumi. La riduzione dell'occupancy delle strutture Vista è principalmente attribuibile all'apertura di Vista Ostuni. Come in ogni nuova apertura, la prima stagione è stata caratterizzata da una saturazione progressiva delle camere; il dato risente inoltre della chiusura della struttura tra gennaio e marzo per il completamento di alcuni interventi di ristrutturazione. Beneficia viceversa dell'operatività annuale di Vista Verona, che ha incluso i mesi di bassa stagione.

1. I dati si riferiscono agli ultimi due anni completati di attività. Non sono riportati i dati relativi ai primi 4 mesi del 2025; un periodo di rendicontazione a sé stante, non significativo per il confronto periodico delle annualità. L'anno fiscale 2025-2026 inizia il 1° maggio 2025 e termina il 30 aprile 2026. Si rimanda alla nota metodologica per ulteriori dettagli.
2. La stagionalità fa riferimento alla distribuzione delle presenze degli ospiti rispetto ai mesi dell'anno solare.

STAGIONALITÀ GRUPPO LARIOHOTELS²

	Q1 (gen-mar)	Q2 (apr-giu)	Q3 (apr-giu)	Q4 (ott-dic)
2024	13%	30%	31%	26%
2025	13%	29%	34%	24%



Uno dei nostri obiettivi è favorire una distribuzione più omogenea degli ospiti durante l'anno, contribuendo alla destagionalizzazione delle destinazioni in cui operiamo. L'anno 2025 ha confermato il potenziale offerto dalle nostre città durante tutto l'anno, pur concentrando ancora maggiori presenze nei trimestri centrali, in coincidenza con la stagione estiva e con l'inaugurazione di Vista Ostuni avvenuta a luglio. Sulle strutture di Como la destagionalizzazione sta effettivamente avvenendo, con il Villa Flori che è rimasto sempre aperto e con la distribuzione tra le stagioni che si sta uniformando.

“Un luogo davvero magico. La struttura Vista a Ostuni è sinonimo di eccellenza e lusso a cinque stelle, dove ogni dettaglio è curato con estrema attenzione. Dalla pulizia impeccabile all'accoglienza calorosa, tutto contribuisce a creare un'esperienzaindimenticabile. Il personale è straordinario: sempre gentile, disponibile e attento a ogni esigenza, capace di far sentire ogni ospite coccolato e speciale. Le piccole attenzioni fanno la differenza e rendono il soggiorno ancora più piacevole. Un'oasi di relax e raffinatezza che consiglio senza esitazione a chi cerca comfort, qualità e un'atmosfera unica nel cuore di Ostuni.”

Recensione Expedia.com per **Vista Ostuni**, aprile 2026

“Il soggiorno a Vista Verona è stato semplicemente indimenticabile. L'ospitalità è impeccabile: il personale è attento, cortese e sempre disponibile, rendendo ogni momento speciale. L'aperitivo servito sulla terrazza panoramica è un'esperienza da non perdere: un'ampia selezione di drink accompagnati da stuzzichini raffinati, il tutto con una vista mozzafiato sulla città. Le camere sono eleganti e confortevoli, con un'attenzione ai dettagli che fa la differenza. La possibilità di gustare la colazione direttamente in camera aggiunge un tocco di lusso e comodità al soggiorno. Consiglio vivamente Vista Verona a chiunque desideri vivere un'esperienza di soggiorno unica nel cuore di Verona.”

Recensione Booking.com per **Vista Verona**, aprile 2026

“This was an outstanding experience. The interior was beautiful, and the views from the hotel were amazing. The rooms were immaculate. I've never stayed at a hotel as clean and well taken care of as this one. The staff was incredible every step of the way. The lounge bar was great, and bartenders and wait staff were always amazing. The daily breakfast always had great food and an amazing view. And the location is perfectly in between Cernobbio and Como, so there's always something to do. Certainly, one of the best hotel experiences we have had.”

Recensione Google per **Villa Flori**, ottobre 2025

Migliorarsi.

Parola d'ordine per LarioHotels.

“Ogni giorno ci impegniamo a coltivare e interpretare l'arte dell'ospitalità, con l'ambizione di offrire esperienze autentiche e profondamente memorabili. Ogni nostra azione è guidata dal desiderio di arricchire il viaggio di chi sceglie di affidarsi a noi, creando momenti capaci di lasciare un segno nel tempo. Siamo al contempo consapevoli che l'eccellenza rappresenti un percorso in continua evoluzione, che richiede dedizione, visione e costanza. In questo senso, i più recenti sviluppi legati a Vista Ostuni e Vista Verona costituiscono per noi tappe significative di crescita e consolidamento della nostra visione.”

Cristina Zucchi, General Manager

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

Vista Verona fa parte della collezione **Small Luxury Hotels of the World**, affiliata che richiede requisiti rigorosi, oggetto di attenta valutazione: piccole dimensioni, location eccezionali, cura dei dettagli e i più alti standard di servizio. Ogni anno un team di specialisti indipendenti ispeziona ciascun aspetto della struttura: dal servizio al design, dalle amenities alle pratiche di sostenibilità, assegnando un punteggio finale, che anche quest'anno conferma l'eccellenza raggiunta.

Nel 2025, Vista Verona ha conquistato la sua prima **Chiave Michelin**, nuovo simbolo di eccellenza nel mondo dell'hôtellerie: un traguardo che celebra la visione, la passione e la cura con cui Vista porta avanti un'accoglienza che fonde un livello di servizio impeccabile con buon cibo, design e identità italiana.

“La Chiave Michelin rappresenta per noi non solo un riconoscimento, ma una grande emozione. È il frutto della dedizione di un team che ogni giorno mette il cuore nel far vivere ai nostri ospiti un'esperienza indimenticabile. Vista Verona nasce dal desiderio di raccontare la bellezza e l'anima di questa città attraverso l'ospitalità: autentica, raffinata e profondamente umana.”

Cristina Zucchi, General Manager

Nei primi mesi del 2026, la struttura è stata inoltre selezionata per l'ingresso nel network **Virtuoso®**, il principale circuito internazionale del turismo di lusso ed esperienziale, a conferma del crescente riconoscimento di Vista Verona a livello globale.

A questo si affiancano i **World Luxury Awards 2025**, nei quali Vista Verona è stato premiato come **Best Luxury Design Hotel in Italy** e **Best Luxury Spa Hotel in Italy**, confermando l'eccellenza del progetto e la qualità dell'esperienza wellness offerta.

Anche **Vista Ostuni** ha già ricevuto i primi riconoscimenti sia a livello internazionale sia nazionale. Sin dall'apertura, è stato incluso nel network **The Leading Hotels of the World**, prestigiosa affiliata che prevede il rispetto di standard qualitativi e di servizio particolarmente elevati.

A pochi mesi dall'inaugurazione, Vista Ostuni ha ottenuto diversi premi nel settore travel, tra cui quello **Best New Opening** alla prima edizione dei **Travel + Leisure Italy's Best Awards**, ed è stato inserito tra i **50 Top Hotel in Italia**.

È inoltre presente nella **Travel + Leisure It List 2026**, che ogni anno seleziona le migliori nuove aperture e realtà dell'hôtellerie a livello globale, e negli **Esquire Best New Hotels Awards 2026**, tra le sole 13 strutture selezionate nella categoria Europe & The U.K. La struttura figura anche tra i vincitori dei **Town & Country Hotel Awards** nella categoria *Our New Favorite Places*, a conferma dell'elevato posizionamento del progetto nel panorama internazionale.



Vista Ostuni è stato inoltre nominato nelle edizioni 2026 dei **Travel + Leisure World's Best Awards** e dei **Condé Nast Traveler Readers' Choice Awards**, nelle loro edizioni americana e britannica, tra i riconoscimenti più autorevoli nel mondo dei viaggi, in quanto riflettono l'esperienza reale e le preferenze dei viaggiatori di tutto il mondo.

Accomodation - Canali di vendita.

Come negli scorsi anni, la strategia di vendita poggia sulla **diversificazione dei canali**. Il principale driver rimane il canale B2B, grazie all’ottima reputazione di LarioHotels e alle relazioni di lungo periodo con *Travel Agents* internazionali e operatori specializzati.

Continua l’aumento delle vendite tramite i canali diretti, in particolare tramite i siti web dei singoli alberghi, che negli ultimi due anni sono stati ripensati e posizionati per essere sempre più orientati al dialogo diretto con l’ospite, e per rendere l’acquisto individuale un’esperienza più semplice e accessibile.

Le politiche di prezzo sono state mirate all’aumento della tariffa media nei periodi di alta stagione e all’ottimizzazione dell’occupazione nei periodi di bassa stagione.

Complessivamente, **nell’anno di rendicontazione abbiamo registrato 67.708 presenze tra tutti gli alberghi**. Un valore allineato agli anni precedenti, ma distribuito in maniera diversa: con 9 mesi di operatività di Vista Lago di Como e Terminus, e i primi mesi di apertura di Vista Ostuni. Il numero dei check-in è cresciuto in tutte le strutture, con un aumento complessivo dell’1.8% rispetto al 2024.

I valori importanti e costanti dell’**ADR** attestano l’andamento dei nostri hotel nel mercato.

A D R ³	2025-2026
POSTA DESIGN	195€
TERMINUS	342 €
VILLA FLORI	515 €
VISTA LAGO COMO	1.435 €
VISTA OSTUNI	614 €
VISTA VERONA	947 €

Per efficientare la vendita delle camere, è stato introdotto **un nuovo Sistema di Revenue Management**, per tutti gli alberghi del Gruppo. Una piattaforma che utilizza dati in tempo reale e algoritmi avanzati per ottimizzare prezzi, disponibilità e strategie di vendita. Il sistema aiuta le strutture ricettive a massimizzare i ricavi analizzando domanda, mercato, canali distributivi e comportamento dei clienti, consentendo decisioni più rapide e precise, aumentando competitività, occupazione e redditività degli hotel.

“ Nel corso del 2025, LarioHotels ha intrapreso un percorso di evoluzione gestionale che ha portato all’adozione del nuovo ERP, con piena integrazione dei flussi informativi, e all’introduzione del Controllo di Gestione e della reportistica USALI (Uniform System of Accounts for the Lodging Industry), creando un sistema di controllo strutturato e orientato alle performance. L’analisi per reparto consente oggi un monitoraggio puntuale dei principali KPI, favorendo decisioni più rapide ed efficaci e contribuendo al miglioramento continuo dei risultati operativi. Questi risultati sono stati raggiunti grazie a un importante lavoro di squadra, sostenuto da un forte spirito di collaborazione tra tutte le funzioni coinvolte.”

Patrizia Faedo, Direttore Controllo di Gestione e Acquisti e **Emilio Radaelli**, CFO

3. L'ADR (Average Daily Rate) è la tariffa media giornaliera, spesa indipendentemente dalla categoria di camera, dalla data di viaggio e dalla stagionalità.



PRESIDIO DEI MERCATI E VALORIZZAZIONE DELLE DESTINAZIONI

Nel corso del 2025 è stata introdotta una **nuova figura dedicata alla funzione Sales**, con l’obiettivo di consolidare la relazione con il trade internazionale e rafforzare la presenza di LarioHotels nei principali appuntamenti di settore nel segmento luxury, a livello nazionale e internazionale.

La partecipazione a fiere ed eventi specializzati rappresenta non solo un’attività di sviluppo commerciale, ma anche uno strumento di promozione responsabile delle destinazioni in cui operiamo. In questo contesto, l’attività di Sales si traduce anche nello storytelling che valorizza il patrimonio culturale, paesaggistico e identitario dei territori, contribuendo alla diffusione di una domanda turistica qualificata e orientata alla destagionalizzazione.

Abbiamo rinnovato la nostra presenza ad alcuni dei più importanti eventi internazionali di punta, come ILTM Cannes (dicembre 2025), DUCO Milano (marzo 2026) e L.E/Miami (giugno 2026), aggiungendo nuovi appuntamenti strategici, tra cui True USA (gennaio 2026), LHW Australia Roadshow (febbraio 2026) e ILTM Latin America (maggio 2026), con un occhio di riguardo ad eventi di riferimento per il turismo di lusso nel Sud Italia, come True Puglia 2026. Particolare attenzione è stata dedicata alla promozione di Vista Ostuni e alla conoscenza della “destinazione Puglia”, con un impegno mirato a consolidarne il posizionamento internazionale.

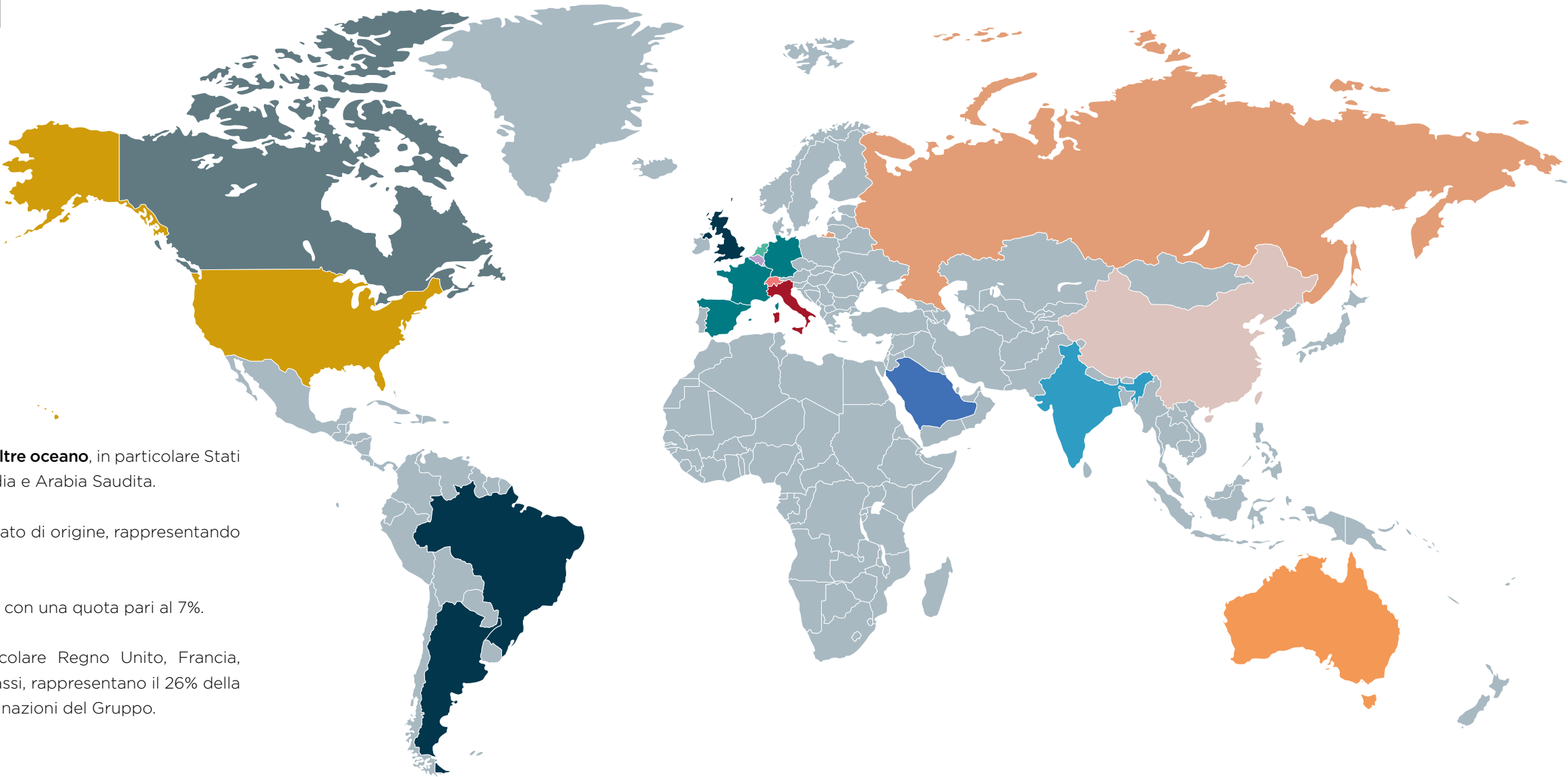
Gli ospiti LH nel mondo.

Le nostre strutture e l'eccellenza dei nostri servizi, insieme alla attrattività dei luoghi in cui operiamo, richiamano viaggiatori da tutto il mondo.

La clientela internazionale rappresenta il 94% del nostro mercato.

- Oltre il 56% della clientela proviene dai **Paesi oltre oceano**, in particolare Stati Uniti, Canada, Australia, Argentina, Brasile, India e Arabia Saudita.
- Gli **Stati Uniti** si confermano il principale mercato di origine, rappresentando il 43% della clientela totale.
- Il **Regno Unito** mantiene la seconda posizione con una quota pari al 7%.
- Nel complesso, i **mercati europei**, in particolare Regno Unito, Francia, Germania, Spagna, Svizzera, Belgio e Paesi Bassi, rappresentano il 26% della clientela, a conferma dell'interesse per le destinazioni del Gruppo.
- L'**Italia** si attesta al 6% del totale.
- L'**Australia** registra una lieve flessione rispetto all'esercizio precedente, in un contesto di maggiore incertezza nei flussi di mobilità internazionale.
- La clientela proveniente dal **Medio Oriente** cresce fino a rappresentare il 5% del totale, confermando la rilevanza strategica di quest'area geografica.
- Per la prima volta, il **mercato russo** raggiunge una quota del 2% della clientela.
- Dopo alcuni anni di contrazione, tornano a registrarsi presenze provenienti dalla **Cina**.

I primi 10 Paesi di origine valgono il 79% del fatturato del Gruppo.
Nell'anno di rendicontazione abbiamo avuto ospiti di **112 nazionalità diverse**, in linea con gli scorsi anni.



	2024	2025-2026
USA	44%	43%
CANADA	2%	2%
ARG/BRA	2%	2%
AUSTRALIA	4%	3%
INDIA	1%	1%
CINA	1%	1%
ARABIA SAUDITA	3%	5%

	2024	2025-2026
UK	7%	7%
FRA/GER/SPA	8%	7%
RUSSIA	1%	2%
ITALIA	6%	6%
SVIZZERA	3%	2%
BELGIO	1%	1%
OLANDA	1%	1%

Comunicazione e presenza digitale.

Integrare le attività digitali con la comunicazione stampa rappresenta un **elemento strategico** per garantire efficacia e coerenza nella diffusione dei messaggi. La stampa mantiene un ruolo autorevole nel dialogo con stakeholder, media e opinion leader, mentre il digitale ne amplifica la visibilità e favorisce l'interazione con i pubblici di riferimento. Un **approccio integrato e multicanale** contribuisce così a rafforzare la reputazione del brand e l'impatto complessivo delle attività di comunicazione.

Web e Digital

Lo sviluppo digitale si conferma uno dei pilastri per il consolidamento della presenza e dell'identità aziendale, contribuendo a rafforzare trasparenza, accessibilità e relazione con gli stakeholder garantendo una comunicazione sempre più strutturata e coerente.

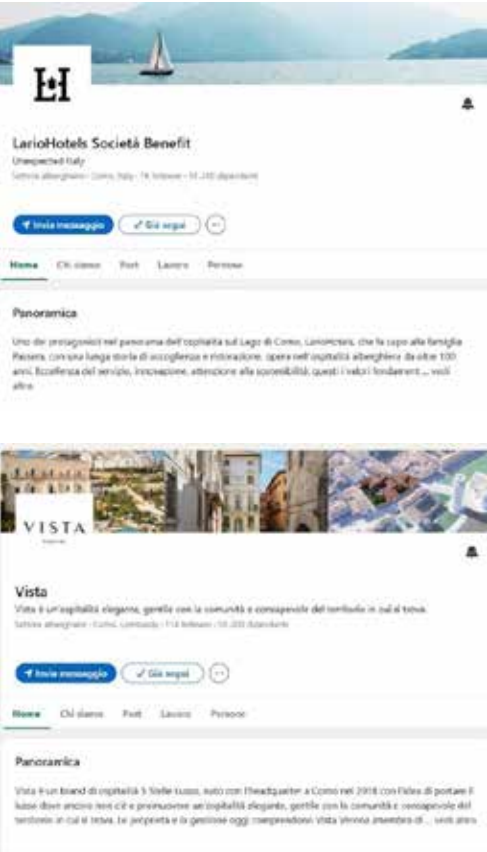
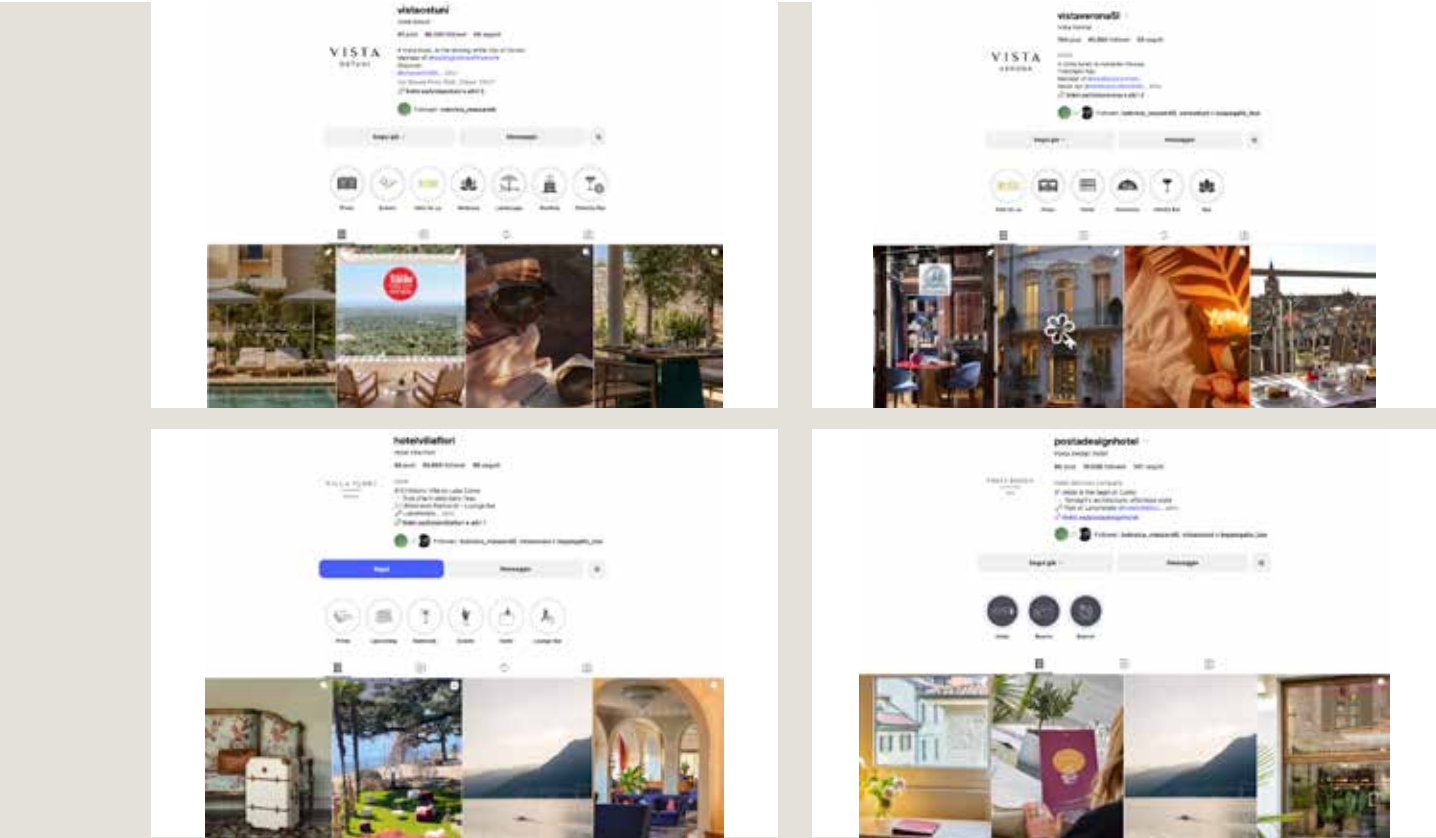
Nel corso dell'anno sono stati consolidati i siti web del brand Vista, con un continuo miglioramento dell'accessibilità alle informazioni e dell'esperienza utente. Le attività di digital marketing sono state ulteriormente ottimizzate per intercettare in modo più efficace la domanda, anche attraverso il primo lancio di **campagne Google Ads** dedicate a Vista Ostuni e il potenziamento delle attività di retargeting per Vista Verona e Villa Flori, con il supporto di partner strategici.

Parallelamente, è stata sviluppata una **strategia social basata su profili dedicati ai singoli hotel**, con l'obiettivo di valorizzarne le identità e favorire un engagement più diretto e autentico. In questo contesto, i nuovi profili di Villa Flori e Posta Design stanno registrando una crescita progressiva, mentre Vista Ostuni evidenzia una performance particolarmente significativa: in meno di due anni ha superato i 40.000 follower, con una notevole crescita rispetto all'anno precedente (+219%), alti livelli di engagement e oltre un milione di visualizzazioni mensili, a conferma della crescente attenzione verso la destinazione e il brand Vista. Vista Verona continua a consolidare la propria community digitale (+34%), mentre il profilo di Vista Pisa è stato attivato con largo anticipo per garantire una diffusione strutturata delle novità e dei contenuti.

INSTAGRAM

	Totale Post*	Totale Storie*	Totale Follower*
POSTA DESIGN	24	215	+10.1K
VILLA FLORI	33	261	+39.6K
VISTA OSTUNI	63	757	+40.9K
VISTA VERONA	55	215	+43.4K

* Mese di rilevazione: 30 aprile 2026.



La presenza su **LinkedIn** si rafforza ulteriormente: il profilo di LarioHotels ha raggiunto quasi 7.000 follower, confermando il crescente interesse della community professionale verso i valori e le iniziative del Gruppo, con un'attenzione sempre più costante anche da parte della stampa e degli stakeholder. È stata inoltre attivata la pagina aziendale del brand Vista, a supporto di una comunicazione più chiara e autonoma nel segmento luxury.

Le **newsletter** rappresentano uno strumento centrale di dialogo continuativo con ospiti e collaboratori. Con cadenza periodica, vengono condivisi aggiornamenti su novità, aperture, esperienze e iniziative legate a ospitalità, ristorazione, benessere e sostenibilità, offrendo contenuti informativi e aspirazionali con rimando diretto ai siti delle strutture. Questo canale contribuisce a rafforzare la brand awareness e la relazione con l'ospite anche oltre il soggiorno.

Parallelamente, le newsletter sono state sviluppate anche in chiave interna, diventando un mezzo di condivisione di risultati, progetti e iniziative aziendali, inclusi gli aggiornamenti relativi all'area Sostenibilità. Questo approccio contribuisce a rafforzare il senso di appartenenza e la cultura aziendale.

Comunicazione stampa

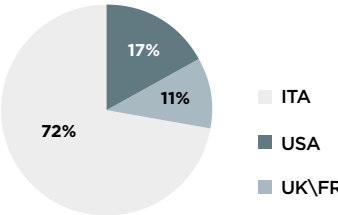
La comunicazione rappresenta per LarioHotels un **asset strategico** fondamentale per trasmetterne l'identità e i valori e consolidarne il posizionamento nei mercati di riferimento. Durante l'anno viene definito un piano di comunicazione dedicato, con particolare focus sul brand Vista, che ha coinvolto un ufficio stampa in Italia e, a partire dal 2025 – in occasione dell'apertura di Vista Ostuni – anche agenzie con base negli Stati Uniti e nel Regno Unito⁴ per una comunicazione sui mercati internazionali.

Le relazioni con i media costituiscono canali chiave per il racconto del brand, dei prodotti e dell'esperienza di soggiorno. La stampa nazionale e internazionale è stata coinvolta attraverso presentazioni, eventi dedicati e, in particolare, tramite viaggi stampa, che hanno permesso ai giornalisti di vivere direttamente l'esperienza in loco. Queste attività contribuiscono non solo alla promozione delle strutture, ma anche allo sviluppo e alla valorizzazione attiva del territorio sia in Italia sia all'estero, mettendo in luce cultura, paesaggio ed eccellenze locali delle destinazioni in cui operiamo.

Nel corso dell'anno le uscite stampa⁵ sono state 343, confermando un'ampia copertura sia nazionale sia internazionale. I contenuti hanno riguardato principalmente la nuova apertura di Vista Ostuni e l'annuncio del progetto Vista Pisa, con approfondimenti dedicati a Vista Verona – con particolare attenzione ai riconoscimenti raggiunti, come la Chiave Michelin e l'entrata nel network Virtuoso, alla spa e alla ristorazione – e articoli corporate focalizzati anche sull'identità di Società Benefit di LarioHotels. Altri contenuti, hanno riconosciuto i premi ottenuti dalle strutture. Un'attenzione specifica è stata inoltre dedicata a Villa Flori, che ha introdotto per la prima volta un'apertura estesa anche ai mesi invernali, garantendo continuità operativa durante tutto l'anno. La scelta contribuisce a un approccio più sostenibile e stagionalizzato all'ospitalità sul Lago di Como, favorendo una fruizione più equilibrata della destinazione anche nei periodi di minore affluenza.

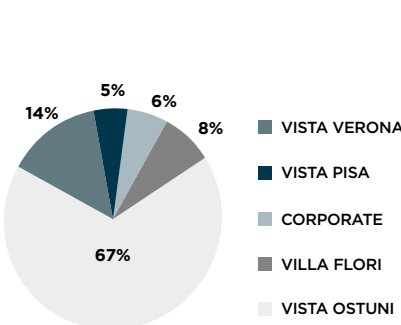
RASSEGNA STAMPA PER MERCATO

	STAMPA	ONLINE	SOCIAL	USCITE TOTALI ⁵
ITA	74	158	15	247
UK E FRANCIA	7	28	3	38
USA	8	43	7	58



RASSEGNA STAMPA PER STRUTTURA E CORPORATE

	STAMPA	ONLINE	SOCIAL	USCITE TOTALI ⁵
Corporate	17	4	0	21
Villa Flori Raimondi	7	22	0	29
Vista Ostuni	53	153	22	228
Vista Pisa	7	11	0	18
Vista Verona	5	39	3	47



⁴ La collaborazione con l'agenzia nel Regno Unito, attiva nei mesi iniziali del 2025, si è conclusa entro la fine dell'anno, garantendo comunque il supporto necessario durante le fasi di lancio internazionali.
⁵ Sia su carta sia sui canali digitali e social delle redazioni.

COMUNICARE LA SOSTENIBILITÀ

Per LarioHotels, anche la comunicazione della sostenibilità rappresenta uno strumento essenziale di trasparenza e di coinvolgimento degli stakeholder, volto a condividere obiettivi, risultati e impegni in ambito ambientale, sociale e di governance. Il **Bilancio di Sostenibilità e la Relazione di Impatto**, pubblicata annualmente e scaricabile dal sito nella sezione dedicata, costituisce il principale documento di rendicontazione e dialogo aperto con tutti gli stakeholder, dagli ospiti ai collaboratori, dai partner alle comunità locali.

Nel corso dell'anno è stata introdotta la sezione dedicata alla sostenibilità sul **sito** corporate dei Vista, con l'obiettivo di rendere accessibili in modo chiaro e continuativo gli impegni ESG e le principali iniziative sviluppate nelle diverse destinazioni del marchio.

È stata inoltre introdotta la newsletter tematica **“Sustainability Pills”**, rivolta sia agli iscritti esterni sia al team interno, con l'obiettivo di diffondere aggiornamenti e buone pratiche, rafforzando la cultura interna della sostenibilità e la consapevolezza della community. Parallelamente, sono stati implementati strumenti informativi ad hoc per categoria di stakeholder. In particolare, ai media, attraverso il **press kit** con sezione dedicata alla sostenibilità, e agli ospiti, attraverso una **card riposta in camera** che li invita a contribuire attivamente a un soggiorno più responsabile, oltre a scaricare una sintesi di tutte le azioni ESG dell'hotel tramite QR code, offrendo una guida chiara e accessibile.

Durante l'anno non sono mancate opportunità di dialogo diretto con stakeholder esterni, attraverso la partecipazione a **talk**, lezioni ed eventi in cui LarioHotels ha portato la propria testimonianza di Società Benefit.



Futuro è avere sempre nuovi progetti.

Per noi il futuro significa avere il coraggio di guardare avanti: portare un'ospitalità di lusso autentica in luoghi straordinari, dove gli ospiti possano vivere l'Italia più bella, anche oltre le destinazioni più conosciute e frequentate.

L'obiettivo è **crescere in modo responsabile**, migliorando costantemente la nostra offerta e mantenendo la sostenibilità come principio guida dello sviluppo. Per LarioHotels e per il brand Vista, sostenibilità significa costruire valore nel tempo: economico, culturale, sociale e territoriale.

La crescita di Vista si concentra sull'Italia, con l'apertura di Vista Ostuni nel luglio 2025 e il progetto di Vista Pisa, previsto per il 2029. La strategia privilegia città storiche e destinazioni di grande valore culturale e paesaggistico, già amate nel mondo, ma dove l'offerta di alta gamma non è ancora pienamente sviluppata.

“La vera crescita, per noi, è avere il coraggio di guardare prima degli altri a luoghi bellissimi e ancora non pienamente valorizzati, creando progetti capaci di generare valore per gli ospiti, per le nostre persone e per le comunità che ci accolgono.”

Luigi Passera, CEO LarioHotels

Il nostro approccio si fonda sulla **valorizzazione e riqualificazione di edifici storici**. Aprire un hotel significa dare nuova vita a immobili spesso dimenticati, preservarne la memoria e restituire loro una nuova funzione nella vita della comunità.

Ne sono esempio l'ex Manifattura Tabacchi di Ostuni, edificio risalente al XIV secolo restituito alla città dopo oltre 60 anni di abbandono, e il Palazzo dei Trovatelli a Pisa, del 1315, oggi al centro di un importante progetto di riqualificazione.

Anche nel territorio comasco, dove affondano le nostre radici imprenditoriali e familiari, continuiamo a investire per migliorare e innovare, con una nuova ampia suite vista lago pensata per valorizzare ulteriormente il rapporto con il paesaggio.

VISTA PISA - NEXT OPENING 2029

In apertura nel 2029, **Vista Pisa** sarà il **primo hotel 5 Stelle Lusso della città** e sorgerà nel cuore di Piazza dei Miracoli, all'interno del Palazzo dei Trovatelli, con affaccio diretto sulla Torre Pendente. L'hotel ospiterà circa 40 camere e suite, alcune con vista sulla Torre, un ristorante di tradizione ma contemporaneo, un bar aperto tutti i giorni dalla prima colazione al dopo cena, una spa e spazi dedicati all'arte.

Il Palazzo dei Trovatelli, risalente al 1315, custodisce oltre sette secoli di storia. Fu “Ospedale della Pace” e poi “Ospizio dei Trovatelli”, luogo destinato ad accogliere i bambini abbandonati della città. Oggi si prepara a rinascere come luogo di accoglienza, bellezza e memoria.

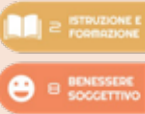
Il progetto sarà realizzato attraverso un importante intervento di restauro, ristrutturazione e riconversione in hotel, in collaborazione con l'Amministrazione Comunale e con la Soprintendenza, con l'obiettivo di restituire alla città uno spazio di pregio.

Vista Pisa non sarà soltanto una nuova apertura alberghiera, ma un progetto di rigenerazione culturale e territoriale: un esempio concreto di come il lusso, quando è pensato con responsabilità, possa diventare strumento di tutela, valorizzazione e futuro.



Report del Beneficio Comune.

L'IMPATTO DELLE ATTIVITÀ 2025-2026, IN SINTESI.

FINALITÀ DI IMPATTO		VALUTAZIONE DI	IMPATTO 2025-2026	BENEFICIO PER LA SOCIETÀ		
FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE	OBIETTIVO SPECIFICO	AZIONI REALIZZATE	IMPATTO GENERATO 2025-2026 (VS 2024)	STAKEHOLDER	SDG	BES
1. Promuovere il lavoro come fonte di riconoscimento sociale, dignità e realizzazione della singola persona, che favorisca la partecipazione appassionata al progetto di impresa come fattore chiave di sviluppo e arricchimento per LH stessa.	1.1 Offrire opportunità di crescita e un ambiente di lavoro stimolante nel quale i dipendenti ed i collaboratori si sentano liberi di esprimere le proprie capacità e di investire su loro stesse, alimentando la passione per l'hotellerie e condividendo una cultura di resilienza, gentilezza, sfida e coraggio.	- Occupazione complessiva di 397 lavoratori, di cui 190 a tempo indeterminato Piano di formazione delle competenze dei collaboratori - Giornate di onboarding per il 100% collaboratori di Vista Ostuni 10 giornate di volontariato aziendale in Caritas e 1 giornata presso la Cooperativa Noi Genitori	14 nuovi contratti a tempo indeterminato - VS 28 4.2% lavora nel gruppo da più di 10 anni - VS 5.6% 11.9% dei dipendenti ha avuto una crescita professionale - VS 8% 18 opportunità formative (es. area revenue, sales, reservations...)	Collaboratori		
	1.2 Garantire uguaglianza di trattamento e equità a tutti i livelli dell'organizzazione, attraverso pratiche e politiche inclusive.	- Consolidamento del piano di welfare aziendale per il 100% dei dipendenti LarioHotels, in progress per Vista Ostuni Equità salariale: assenza di gender pay gap Rinnovo della Certificazione della Parità di genere UNI/PdR 125:2022 di LarioHotels Formazione sul tema violence e molestie - Attenzione alla Diversità e Inclusione Avvio del processo per l'adozione del Modello Organizzativo 231	Lavoro femminile: 46% - VS 42% 50% Dirigenti 34% Impiegate 51% Funzioni Operative 26% lavoratori di origine straniera - VS 38% Divario retributivo: 8,8 2% / +0.62% forbice del Gender Pay Gap per ruoli comparabili	Collaboratori		
	1.3 Incoraggiare l' inserimento lavorativo attraverso programmi di formazione professionalizzante e lo sviluppo di carriera nel settore dell'hotellerie, con attenzione particolare ai giovani talenti e alle persone appartenenti a categorie svantaggiate nell'accesso all'occupazione.	- Accoglienza di 38 giovani in alternanza scuola lavoro - Attivazione di 5 tirocini con studenti provenienti da scuole tecniche del territorio e Università 1 ragazzo di Cometa in tirocinio formativo	31% dei lavoratori ha meno di 30 anni - VS 31% 9.513 ore di formazione on the job per i giovani del territorio - VS 9.266 44 studenti in stage formativi o tirocini o alternanza scuola lavoro - VS 40 11 ragazzi di Cometa lavoratori a tempo indeterminato in LarioHotels	Giovani e persone con minor accesso al lavoro		
2. Generare un impatto positivo sulla comunità locale e sostenere la cultura e la conservazione della bellezza dei luoghi dell'arte , promuovendo un “turismo benevolo” che offra anche opportunità di arricchimento culturale per gli ospiti.	2.1 Offrire agli ospiti occasioni di arricchimento culturale, attraverso la proposta della storia e la tradizione del territorio italiano: culturale, artistica, artigianale, enogastronomica, imprenditoriale.	Itinerari su misura alla scoperta delle destinazioni e delle tradizioni 24 eventi ospitati tra Como, Ostuni e Verona - Promozione di spettacoli e concerti di musica Promozione dell'enogastronomia italiana: menu dedicati alla valorizzazione dei territori, distillati con erbe locali a Vista Verona, cocktails reinterpretati in chiave pugliese a Vista Ostuni - Nei Vista, linea cortesia a base di sericina, proteina naturale della seta: un prodotto 100% italiano, biodegradabile e con packaging riciclato e riciclabile	3.049 ospiti coinvolti in esperienze culturali promosse da LarioHotels - VS 2.932 100 biglietti messi a disposizione degli ospiti per visite a siti FAI 100% prodotti Made in Italy nella linea cortesia per la cura del corpo negli hotel Vista	Ospiti		
	2.2 Valorizzare e sostenere la cultura e la conservazione della bellezza dei luoghi dell'arte italiani, sviluppando una visione aperta e innovativa dell'accoglienza, basata sullo scambio di cultura e competenze tra gli attori del territorio.	- Tutti gli alberghi si trovano in città d'arte e dal forte valore paesaggistico Partnership a reti d'impresa: Convention Bureau Lake Como, Associazione Albergatori di Confcommercio, Federalberghi e Como Imprenditori Alberghi Partnership con istituzioni locali: es. Museo della Seta di Como, Teatro Sociale, Fondazione Arena di Verona, Tavolo Cultura e Turismo, Palazzo Maffei Collaborazioni a supporto di eventi locali: es.TEDX Lake Como, Lake Como Design Festival, Una Valle dei Libri - Festival culturale in Valle d'Itria - Dal 2019 siamo Golden Donor FAI - Disponibilità di strutture e servizi per eventi di raccolta fondi a favore di associazioni del territorio - Collaborazione con l'Assessorato al Turismo in supporto all'accoglienza di giornalisti e media per promuovere il territorio - Preferenza a fornitori operanti sui territori locali	67.708 visitatori ospitati nelle città d'arte - VS 67.604 € 13.672.019 spesi sui territori di Como e Verona - VS € 12.676.749 € 9.532.298 spesi sul territorio di Ostuni - VS € 6.766.852 Numerose partnership per la comunità € 133.338 di donazioni e valorizzazioni alla comunità VS € 92.000 € 74.000 di camere offerte gratuitamente a giornalisti, territorio e per beneficenza - VS € 59.966	Territorio, sistema turistico e culturale italiano		
3. Promuovere un turismo che possa svilupparsi in equilibrio e nel rispetto dell'ambiente , mantenendo un rapporto armonioso tra l'essere umano e il territorio circostante e 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 .	Calcolo e monitoraggio della Carbon Footprint per individuare hotspot e implementare azioni di riduzione dei consumi e delle emissioni - Produzione e utilizzo di energia da fonte fotovoltaica a Vista Ostuni (in attesa di misurazione 2027) - Approvvigionamento di energia elettrica 97% da fonti rinnovabili per tutti gli hotel - Pratiche virtuose di contenimento dei consumi energetici, grazie all'uso diffuso di lampadine LED a basso consumo, all'impianto di riscaldamento e condizionamento con pompe di calore e al sistema di domotica - Villa Flori, pratiche virtuose di gestione delle risorse idriche, con utilizzo di acqua di lago per l'impianto di condizionamento e la relativa reimmissione in falda dopo averla rifiltrata Vista Ostuni, pratiche virtuose di gestione delle risorse idriche grazie all'utilizzo di una cisterna per la raccolta e il riutilizzo dell'acqua piovana per l'irrigazione Vista Ostuni, 3 ettari di giardino con vegetazione autoctona della macchia mediterranea a basso fabbisogno idrico e utilizzo di verde e pergolati per un ombreggiamento naturale dell'edificio e un miglioramento sostenibile del benessere - Presidio dell'attività di lavanderia per ridurne i consumi in tutti gli hotel. - Promozione della mobilità sostenibile: gli hotel sono bike friendly con parco bici a Villa Flori, Vista Ostuni e Vista Verona; colonnine di ricarica per auto e bici elettriche dove possibile e promossi itinerari e servizi di noleggio per scoprire i territori a un ritmo più lento e responsabile Adesione al programma Clean the World nelle strutture di Como e Verona - Scelte responsabili per sostituire la plastica monouso delle bottigliette d'acqua e delle amenities nelle camere - Utilizzo di stoviglie eco compatibili per pic-nic e gite fuori hotel Dispenser con refill detersivi per ridurre i flaconi di plastica utilizzati per le strutture di Vista Ostuni, Vista Verona e Posta Design	Consumo energia Gruppo LarioHotels per ospite: 36,44 Lw/h Consumo gas LarioHotels per ospite: 2,28 smc Consumo energia Vista Ostuni per ospite: 230 Kw/h Carbon Footprint: 353 tCO₂eq (market-based) Riduzione del 63% della Carbon Footprint grazie all'utilizzo di energia elettrica coperta da GO (approccio market-based) Intensità emissiva per camera venduta: 10 kgCO₂eq (market-based) Indice di intensità di carbonio sul fatturato: 11,22	Ambiente		
	3.2 Promuovere un meccanismo virtuoso che consenta di offrire il meglio in tavola, promuovendo prodotti locali e da filiera corta .	- Scelta di ingredienti freschi e di stagione, preferibilmente locali Offerta vinicola di alta qualità, per la maggior parte DOC o DOCG Preferenza a fornitori locali, con acquisto diretto Cucina sana, capace di rispondere alle esigenze di tutti i regimi dietetici, anche in mensa per il personale Attenzione allo spreco alimentare	52% della spesa alimentare resta sul territorio locale di Como, Ostuni e Verona - VS 63%	Ambiente e comunità locale		
	3.3 Operare in sinergia con gli altri stakeholder, per la diffusione di politiche e pratiche sostenibili che attivino circoli virtuosi di evoluzione della filiera .	Contributo al dibattito pubblico sui temi della sostenibilità e dello sviluppo locale sostenibile - Inizio risk assessment della catena di fornitura di LarioHotels	7 partecipazioni a iniziative di divulgazione e/o promozione della cultura della sostenibilità 43% dei fornitori totali analizzati, equivalenti all'82% della spesa complessiva di LarioHotels	Territorio, sistema turistico e culturale italiano Comunità locale		

1° Finalità di Beneficio Comune.



“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

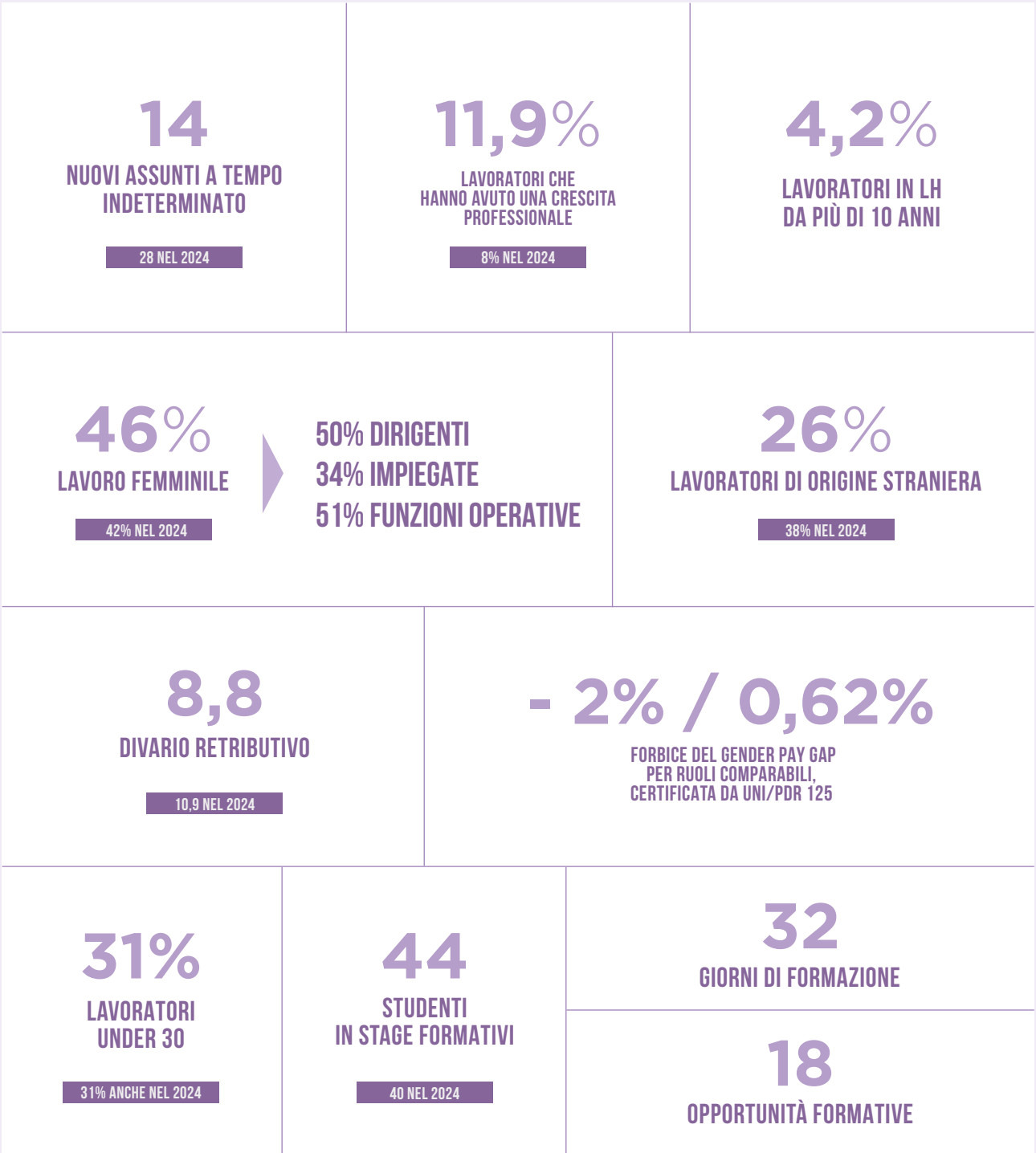
L'anno di rendicontazione ha rappresentato una **fase di significativa evoluzione per il Gruppo**, impegnato nella gestione di importanti cambiamenti organizzativi: l'integrazione della nuova squadra di Vista Ostuni e la gestione della cessazione delle attività di Vista Lago di Como e Terminus.

L'ingresso dello staff pugliese ha rappresentato un'importante occasione per consolidare e trasferire la cultura aziendale. Il processo di integrazione è stato curato direttamente dalla proprietà e dai vertici aziendali, che hanno presidiato la fase di avvio con una presenza continua. Nella cessione degli alberghi comaschi, la priorità è stata la tutela dei collaboratori coinvolti: ogni passaggio è stato condotto con l'obiettivo di assicurare la massima stabilità professionale e il benessere individuale. L'attenzione riservata alle persone anche nelle fasi di riorganizzazione conferma una visione imprenditoriale che riconosce nel capitale umano un elemento centrale di creazione di valore.

Anche in un anno segnato da importanti cambiamenti nel perimetro aziendale, **l'attenzione verso i collaboratori è rimasta costante**. Al 30 aprile 2026, i dipendenti assunti nel Gruppo a **tempo indeterminato sono 125**, di cui 11 sono contratti stabili della nuova struttura pugliese. La percentuale di contratti a tempo indeterminato è pari all'86% in LarioHotels, mentre per Ostuni si attesta al 16%: un dato naturale in fase di avvio, che mira a una progressiva stabilizzazione nel breve periodo. Si conferma forte la **presenza femminile**, che sfiora la metà dell'organico, confermando un equilibrio di genere in tutto il Gruppo. Anche la diversità rappresenta un valore prezioso per l'azienda: i professionisti di **origine straniera** e i **giovani under 30** rappresentano, ciascuno, circa un terzo del personale totale.

In un percorso di costante evoluzione, in continuità con la nostra visione, quest'anno abbiamo rinnovato la **Certificazione per la Parità di Genere UNI/PdR 125:2022** e, parallelamente, avviato il processo per l'adozione del Modello **Organizzativo 231**. Due strumenti che rivestono un profondo valore strategico: strutturare la governance significa dare una veste istituzionale all'etica che guida da sempre le nostre decisioni.

HIGHLIGHTS 2025-2026



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 stessi, alimentando la passione per l'hôtellerie e condividendo una cultura di resilienza, gentilezza, sfida e coraggio.

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

Nel corso dell'anno hanno collaborato con noi quasi 400 professionisti dell'ospitalità - di cui circa la metà donne: 255 nelle strutture di LarioHotels e 142 a Vista Ostuni. Delle 202 persone che al 30 aprile 2026 erano in forza nel Gruppo, il **61% contava su un contratto a tempo indeterminato**, e 24 di loro (11,9%) hanno avuto una crescita professionale.

Particolare attenzione e impegno sono stati dedicati all'apertura di **Vista Ostuni**, avvenuta a luglio 2025. L'avvio della nuova struttura ha rappresentato un momento significativo per la diffusione della cultura aziendale e per l'integrazione di un nuovo team all'interno dell'organizzazione. La complessità del progetto è stata affrontata attraverso un percorso di **accompagnamento attivo e sinergia tra i team** già consolidati e i nuovi collaboratori. Per favorire l'allineamento ai valori e ai principi operativi del Gruppo, sono state realizzate **giornate di onboarding dedicate all'intero staff di Ostuni, composto per il 90% da professionisti del territorio pugliese**, a conferma della volontà di generare un impatto occupazionale diretto e di valore nella comunità locale. Inoltre, figure chiave del management hanno operato, e continuano a operare periodicamente, presso la struttura per supportarne lo sviluppo, favorendo uno **scambio reciproco** tra l'esperienza storica e assicurando il trasferimento di processi e cultura aziendale.

Questo percorso di crescita è stato sostenuto da **un piano di formazione tecnica di alto profilo e trasversale a tutti i reparti**, dedicata alla diffusione dei più elevati standard operativi e qualitativi di settore. Tutto il personale di Vista Ostuni ha, infatti, partecipato a percorsi sui **protocolli LQA** (Leading Quality Assurance). Inoltre, è stata erogata anche una **formazione più specialistica**, dedicata ai protocolli Biologique Recherche che hanno coinvolto le aree Spa sia di Vista Ostuni, sia di Vista Verona.

Parallelamente, abbiamo continuato a investire nello sviluppo delle **competenze manageriali e specialistiche di tutto il personale**, puntando con decisione sull'eccellenza e sull'innovazione. 10 collaboratori delle aree accounting, marketing e front office hanno completato corsi avanzati online presso la **Cornell University**, approfondendo temi quali leadership inclusiva, applicazioni dell'intelligenza artificiale al marketing e data analysis. A questo impegno si sono aggiunti un focus verticale sul **Revenue Management** e la partecipazione al **Revenue Global Forum 2026**, occasione di aggiornamento e di confronto sui temi della leadership commerciale per le nuove generazioni, rivolti alle aree revenue, sales & reservations. Infine, un collaboratore ha completato un corso certificato promosso da **The Leading Hotels of the World**, volto al rafforzamento delle competenze professionali e alla gestione delle dinamiche di mercato.

DIPENDENTI E COLLABORATORI PER TIPO DI CONTRATTO - COMPLESSIVI - NEL CORSO DEL 2025-2026 - LARIOHOTELS

	UOMINI	DONNE	TOT 2025-2026	UOMINI	DONNE	TOT 2024	DIFF.
N° DI COLLABORATORI COMPLESSIVO	140	115	255	156	114	270	-6%
TEMPO INDETERMINATO	98	81	179	91	56	147	+22%
TEMPO DETERMINATO	41	34	75	63	57	120	-38%
ALTRO CONTRATTO	1	0	1	2	1	3	
FULL-TIME	137	115	252	153	112	265	
PART TIME	3	0	3	3	2	5	

DIPENDENTI E COLLABORATORI PER TIPO DI CONTRATTO - COMPLESSIVI - NEL CORSO DEL 2025-2026 - VISTA OSTUNI

	UOMINI	DONNE	TOTALE 2025-2026
N° DI COLLABORATORI COMPLESSIVO	75	67	142
TEMPO INDETERMINATO	5	6	11
TEMPO DETERMINATO	39	33	72
ALTRO CONTRATTO	31	28	59
FULL-TIME	74	67	141
PART TIME	1	0	1

DIPENDENTI E COLLABORATORI LARIOHOTELS PER TIPO DI CONTRATTO - AL 30.04.2026

	UOMINI	DONNE	TOT 2025-2026	UOMINI	DONNE	TOT 2024	DIFF.
N° DI COLLABORATORI COMPLESSIVO	73	60	133	113	80	193	-31%
TEMPO INDETERMINATO	66	48	114	80	52	132	-14%
TEMPO DETERMINATO	7	12	19	32	28	60	-68%
ALTRO CONTRATTO	0	0	0	2	1	3	
FULL TIME	72	60	132	110	79	189	
PART TIME	1	0	1	3	0	3	

DIPENDENTI E COLLABORATORI VISTA OSTUNI PER TIPO DI CONTRATTO - AL 30.04.2026

	UOMINI	DONNE	TOTALE 2025-2026
N° DI COLLABORATORI COMPLESSIVO	36	33	69
TEMPO INDETERMINATO	5	6	11
TEMPO DETERMINATO	1	0	1
ALTRO CONTRATTO	30	27	57
FULL TIME	35	33	68
PART TIME	1	0	1

DIPENDENTI E COLLABORATORI DIVISI PER HOTEL - AL 30.04.2026

	UOMINI	DONNE	TOTALE 2025-2026
N° DI DIPENDENTI COMPLESSIVO	109	93	202
CORPORATE	4	11	15
POSTA DESIGN	14	8	22
TERMINUS	0	0	0
VILLA FLORI	38	26	64
VISTA LAGO DI COMO	0	0	0
VISTA OSTUNI	36	33	69
VISTA VERONA	17	15	32

ANZIANITÀ DI SERVIZIO NEL GRUPPO LH - COMPLESSIVI - NEL CORSO DEL 2025-2026

		UOMINI	DONNE	TOT
OLTRE 10 ANNI	prima del 2016	9	8	17
TRA 5 E 10 ANNI	da 2017 a 2021	20	15	35
TRA 2 E 4 ANNI	da 2022 a 2024	56	42	98
MENO DI 1 ANNO	nel 2025 e 2026	124	123	247

COLLABORATORI CHE HANNO LASCIATO IL GRUPPO LH - SUDDIVISI PER MOTIVAZIONE - NEL CORSO DEL 2025-2026

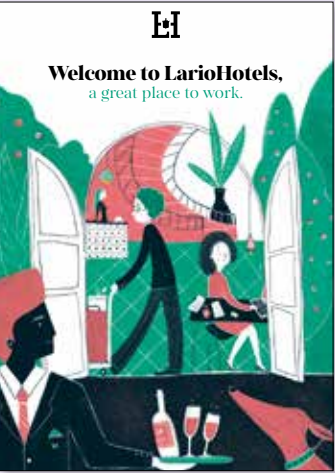
	A TEMPO INDET	A TEMPO DET	ALTRO	TOTALE
N. COLLABORATORI COMPLESSIVI CHE HANNO LASCIATO IL GRUPPO	63	127	3	193
TRASFERIMENTO	49	9	0	
DIMISSIONI VOLONTARIE	14	14	1	
TERMINE CONTATTO	0	98	0	
NON SUPERAMENTO PROVA	0	2	0	
RECESS. DDL PROVA/FINE APPR. DLGS. N.81/15	0	3	1	
RISOLUZIONE CONSENSUALE	0	1	1	
LICENZIAMENTO	0	0	0	
GIUSTA CAUSA	0	0	0	

“Dopo tanti anni, trascorsi in questa azienda, è difficile riassumere tutto in poche parole...semplicemente voglio esprimere la mia più sincera gratitudine per le opportunità che mi sono state date. Non ho solo lavorato ma sono cresciuta professionalmente e umanamente. Questi anni trascorsi al Villa Flori sono una parte preziosa della mia vita.”

Alessandra Volontè, Front Office Manager Villa Flori



LA BROCHURE DI BENVENUTO COME STRUMENTO CHIAVE



La brochure di benvenuto si conferma uno **strumento chiave per coinvolgere i nuovi collaboratori** fin dal primo giorno e introdurli alla cultura d’impresa di LarioHotels. Al suo interno, il personale neoassunto trova non solo indicazioni pratiche, informazioni utili e la panoramica dei numerosi benefit aziendali, ma anche **i valori e i principi etici che guidano l’azienda**.

Questo documento si configura come un vero e proprio vademecum per la fase di onboarding, studiato per facilitare l’orientamento nei primissimi giorni e centralizzare tutte le informazioni fondamentali necessarie per muovere i primi passi nel Gruppo.

I **progetti di volontariato** hanno alimentato il senso di appartenenza e la responsabilità sociale dei colleghi e delle colleghe. Nel territorio di Como, è proseguito il legame con la **Caritas** presso Casa Nazareth: nell’anno di rendicontazione, 14 colleghi si sono alternati per assicurare la partecipazione agli appuntamenti mensili del servizio mensa. In aggiunta, 11 collaboratori hanno preso parte a una giornata di attività della **Cooperativa Noi Genitori**, dedicandosi all’accompagnamento educativo di bambini e giovani provenienti da contesti familiari fragili attraverso laboratori di musica, gioco e lettura in biblioteca. Si sta valutando la fattibilità di estendere questo tipo di iniziative, a contatto con le realtà associative locali, anche nei territori di Verona e Ostuni.

Rispetto al coinvolgimento attivo dei collaboratori in gruppi di lavoro trasversali, il prossimo obiettivo è la formazione di un **Comitato Benefit** che valorizzi il coinvolgimento del personale e favorisca una consapevolezza diffusa dei traguardi di impatto che guidano l’impresa. Questo passaggio permetterà di integrare in modo sempre più organico la visione di Società Benefit in ogni area aziendale.

1.2

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



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

Il rinnovo della Certificazione per la Parità di Genere UNI/PdR 125:2022 conferma l'importanza strategica di questo tema per il nostro Gruppo, a partire dai vertici aziendali guidati da una Presidente e da una Direttrice Generale. La componente femminile rappresenta il 46% della popolazione aziendale complessiva. L'occupazione femminile ha registrato un ulteriore incremento rispetto all'esercizio precedente e ha riguardato prevalentemente le posizioni operative. La distribuzione attuale vede infatti le donne al 50% delle posizioni dirigenziali, al 34% dei ruoli impiegatizi e al 51% delle figure con funzioni operative.

Rispetto alla **politica retributiva del Gruppo**, essa si fonda unicamente sulle mansioni, sulle responsabilità e sulle competenze personali. L'indicatore specchio del nostro impegno dell'equità retributiva è il Gender Pay Gap: complessivamente, il divario si attesta tra il -2% e lo 0,62%. Si tratta di un posizionamento virtuoso, perché risulta significativamente inferiore ai livelli medi registrati in Italia (+ 5,3%) e in Europa (+11%, dati Eurostat 2025). L'analisi di dettaglio condotta in occasione del rinnovo della Certificazione per la Parità di Genere – effettuata seguendo le linee guida della prassi UNI/PdR 125:2022 su tutti i ruoli ricoperti da colleghi di genere diverso – ha confermato che, **a parità di livello contrattuale, le variazioni retributive sono minime e del tutto trascurabili**⁶. Un ulteriore parametro fondamentale per misurare l'equità aziendale è il **divario tra la retribuzione dei vertici e quella minima**. Nell'anno di riferimento, questo rapporto si è attestato a 8,8. Si tratta di un valore pienamente in linea con la celebre **“regola morale”** di **Adriano Olivetti**, secondo cui il compenso di un dirigente non dovrebbe superare di oltre dieci volte l'ammontare del salario minimo, a testimonianza di una crescita che vuole mantenersi equilibrata e socialmente sostenibile.

L'attenzione al benessere dei collaboratori si riflette in modo concreto anche **nelle politiche di conciliazione tra vita privata e lavorativa**, che rappresentano un pilastro del nostro modello organizzativo. Anche per l'anno in corso, abbiamo mantenuto attive misure consolidate quali il piano di **Welfare aziendale**, il **Bonus Nascita** e il ricorso allo **Smart Working** negli uffici. In merito a Vista Ostuni, sebbene non tutti i benefici sopramenzionati siano ancora stati implementati a causa della recente fase di avvio della struttura, siamo già impegnati nel lavoro di allineamento che avverrà nel prossimo futuro. Ad integrazione di queste misure, la **rete di partnership aziendali** finalizzate a offrire ai dipendenti l'accesso a servizi e beni a tariffe agevolate. I collaboratori possono infatti usufruire di convenzioni dedicate con realtà locali e nazionali come Ottica Anzani, Tigotà e Wall Street English, oltre a vantaggi legati al tempo libero e allo sport attraverso le partnership con il Calcio Como e il Teatro Sociale.

La **presenza di collaboratori di origine straniera** si conferma una caratteristica importante del Gruppo, rappresentando circa un terzo dell'organico complessivo, con professionisti provenienti da **26 Paesi differenti**. Questo profilo multiculturale riflette alcune dinamiche legate ai diversi territori: mentre negli alberghi già avviati la presenza di collaboratori di origine straniera è particolarmente significativa, sul territorio di Ostuni le candidature di personale sono state in grande maggioranza di nazionalità italiana e pugliese, portando alla formazione di una squadra locale dalla composizione più omogenea.

Nel complesso, questo mosaico di culture continua ad arricchire quotidianamente il nostro ambiente di lavoro nel segno della **contaminazione e dell'inclusione**. L'attenzione alla diversità si riflette concretamente anche nell'inserimento lavorativo delle **categorie protette**, pari al 7% dell'organico.

Sul fronte della governance e della trasparenza, abbiamo avviato il **processo per l'adozione del Modello Organizzativo 231** per LarioHotels S.p.A. Sebbene l'adozione sia facoltativa per legge, essa rappresenta una scelta strategica di tutela, uno scudo legale fondamentale e uno strumento di ottimizzazione del business.

“ Quando sono arrivato in LarioHotels ho subito percepito la bellezza di lavorare non solo in location “belle” ma con persone belle. Credo sia un privilegio poter lavorare ogni giorno in un ambiente stimolante, ricco di sfide e poter contare sulle persone che lavorano con me. Da ogni piccolo contributo di ciascuno di noi, costruiamo ogni giorno l'esperienza unica che fanno i nostri ospiti. Non è solo l'azienda per cui lavoro, è il luogo dove ogni giorno posso esprimere me stesso e crescere professionalmente, con orgoglio.”

Daniele Galletti, Digital Marketing Manager



⁶ Il perimetro certificato a dicembre 2025 comprende LarioHotels S.p.A., con esclusione delle strutture Vista Lago di Como e Terminus, cedute il 30.11.25. Stante il recente avvio, Vista Ostuni non è ancora stata certificata. Si precisa che i dati utilizzati ai fini del rinnovo della certificazione fanno riferimento al periodo tra il 1.11.24 e il 31.10.25.

DIVERSITÀ NEGLI ORGANI DI GOVERNO, GENERE E ETÀ - 2025-2026

	UOMINI	DONNE	TOTALE
<30	0	0	0
30-50	1	0	1
>50	0	1	1
Totale	1	1	2

CATEGORIE AZIENDALI - COMPLESSIVI NEL CORSO DEL 2025-2026

	LARIOHOTELS			VISTA OSTUNI			GRUPPO LH		
	M	F	TOT	M	F	TOT	M	F	TOT
AMMINISTRATORI	1	1	2	0	0	0	1	1	2
DIRIGENTI	1	1	2	0	0	0	1	1	2
QUADRI	0	1	1	1	0	1	1	1	2
IMPIEGATI	16	28	44	60	11	71	76	39	115
OPERAI E AFFINI	122	84	206	14	56	70	136	140	276
TOTALE	140	115	255	75	67	142	215	182	397

ORIGINE DEI LAVORATORI - COMPLESSIVI NEL CORSO DEL 2025-2026

	LARIOHOTELS	VISTA OSTUNI	GRUPPO LH	
DI PROVENIENZA ESTERA	105	0	105	26%
DI PROVENIENZA ITALIANA	150	142	292	74%

GENDER PAY GAP PER RUOLI COMPARABILI*

IMPIEGATA/O AMMINISTRATIVO	0,62%
ADDETTA/O PULIZIA CAMERE	0,43%
CAMERIERA/E RISTORANTE 4° LVL	-0,24%
CAMERIERA/E DI BAR	0,0%
CAMERIERA/E RISTORANTE 5° LVL	0,0%
CUOCA/O	-2,0%

* Fonte: ultima certificazione UniPdR 125, Dic 2025

INDICATORI DI DIVARIO RETRIBUTIVO - GRUPPO LH

Rapporto tra RAL più alta / più bassa	8,8
Benchmark: la “regola morale” di Adriano Olivetti	10
Benchmark: Proposta Referendum sul divario salariale in Svizzera ott 2013 (non passato)	12
Benchmark: Divario retributivo medio CEO-to-worker for Standard&Poor 500 USA companies -2024	285

CERTIFICAZIONE PARITÀ DI GENERE UNI/PDR 125:2022



La costante attenzione alla persona si è riflessa anche nel **rinnovo della Certificazione per la Parità di Genere**, un traguardo sostenuto da una politica aziendale dedicata e dal presidio attivo di un **Comitato Guida**, istituito per garantire una linea di tolleranza zero verso qualsiasi forma di discriminazione o molestia. A ottobre 2025 è stato proposto a tutti i collaboratori del Gruppo, includendo sia l'organico degli uffici sia quello di tutti gli alberghi, un **piano formativo specifico su diversità, inclusione e prevenzione delle molestie**. L'offerta formativa è stata estesa anche al team di Ostuni – pur non essendo la struttura ancora parte del perimetro ufficiale di Certificazione – **con l'obiettivo di promuovere una cultura diffusa, coerente e consapevole in ogni sede**.

Questo impegno si è affiancato anche ad azioni concrete di potenziamento dell'organico corporate, con l'**inserimento di nuove figure femminili** nei ruoli Sales e Sostenibilità. Per garantire un ambiente di lavoro sicuro e trasparente, il Gruppo ha inoltre consolidato i canali di segnalazione anonima gestiti dal Comitato Guida per la parità di genere, a tutela della riservatezza di ogni collaboratore. Rifiutare ogni discriminazione e promuovere la crescita professionale femminile sono principi che, guidati da regole chiare e da un monitoraggio interno costante, fanno parte dell'identità di LarioHotels da sempre.

1.3

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

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

La **formazione delle nuove generazioni** rappresenta una responsabilità strategica e un elemento distintivo del nostro modello di sviluppo. Per questo abbiamo dato spazio a **90 nuove opportunità di lavoro dedicate agli under 35**. E sono 78 i colleghi sopra i 50 anni che hanno dedicato loro tempo ed attenzione, consentendo quel passaggio di know how e condivisione di esperienze che è la base di un inserimento efficace.

L'investimento sulle nuove generazioni si consolida attraverso il **coinvolgimento di 44 studenti sui territori di Como, Ostuni e Verona**, con una netta prevalenza femminile di 34 ragazze. Il canale principale è rappresentato dai percorsi di **alternanza scuola-lavoro**, che hanno interessato 38 studenti desiderosi di misurarsi subito sul campo. Parallelamente, proseguono le convenzioni per i **tirocini con Università**, lo IATH e gli istituti tecnici locali, che hanno visto l'attivazione di stage per 5 ragazzi, impegnati sia nell'operatività alberghiera sia in uffici corporate, come revenue e sostenibilità. Tra percorsi scolastici e universitari, i colleghi senior hanno dedicato a tutti questi giovani un totale di **8.713 ore di affiancamento**, offrendo loro una formazione pratica e un orientamento sul campo di altissimo valore.

La storica collaborazione con l'**Associazione Cometa**, attiva dal 2007, esprime il nostro impegno nel favorire l'inserimento lavorativo dei giovani. Continuiamo a offrire opportunità di crescita sul campo a ragazzi che affrontano barriere all'ingresso nel mercato del lavoro. Con l'inserimento di quest'anno di un ragazzo, sale a 72 il numero complessivo di giovani che nel tempo hanno intrapreso un percorso professionale con noi. **38 di loro**, in questi 18 anni, sono stati assunti e **11 sono ancora con noi oggi**.

Il nostro impegno verso l'inclusione si riflette anche nella solida **rete di collaborazioni costruita negli anni con altre realtà del terzo settore quali COF e Telefono Donna**, dedite al supporto e all'inserimento lavorativo di donne in condizioni di fragilità. Sebbene nel periodo di rendicontazione non si siano registrati nuovi ingressi, il valore sociale di questi percorsi è testimoniato dalla **continuità del rapporto di lavoro** con le collaboratrici inserite nelle annualità precedenti. La presenza stabile di queste figure professionali all'interno di strutture come Villa Flori e Vista Lago di Como conferma l'efficacia di un modello di inserimento che non si esaurisce nella fase di accoglienza iniziale, ma punta sulla stabilità e sulla piena realizzazione della persona nel tempo.

“ Per me LarioHotels non è solamente un'azienda, né semplicemente un posto di lavoro, ma rappresenta un percorso di crescita sia professionale che personale. È stato un punto di riferimento, un luogo in cui ho costruito il mio percorso con impegno e passione. Gli anni trascorsi con LarioHotels sono ormai diventati una parte importante della mia vita.”

Rubel Khan, Restaurant Manager Posta Bistrot

DISTRIBUZIONE PER ETÀ - COMPLESSIVI NEL CORSO DEL 2025-2026

	LARIOHOTELS			VISTA OSTUNI			GRUPPO LH		
	M	F	TOT	M	F	TOT	M	F	TOT
<30	48	41	89	22	12	34	70	53	123
30-50	63	57	120	40	36	76	103	93	196
>50	29	17	46	13	19	32	42	36	78

GIOVANI UNDER 35 NUOVI ASSUNTI - COMPLESSIVI NEL CORSO DEL 2025-2026

	LARIOHOTELS		VISTA OSTUNI		GRUPPO LH		
	F	M	F	M	F	M	TOT
Tempo indeterminato	2	4	1	1	3	5	8
Tempo determinato	13	13	9	22	22	35	57
Stagionale	0	0	9	16	9	16	25
Totale	15	17	19	39	34	56	90

STUDENTI ACCOLTI - COMPLESSIVI NEL CORSO DEL 2025-2026 - GRUPPO LH

	UOMINI	DONNE	TOT 2025-2026	UOMINI	DONNE	Tot 2024	DIFF.
Numero totale di studenti	10	34	44	7	33	40	10%
Progetto Cometa	1	0	1	1	0	1	0
Alternanza scuola lavoro	8	30	38	6	29	35	9%
Tirocinanti	1	4	5	0	4	4	25%

RIGENERARE IL TERRITORIO, INVESTIRE SUI TALENTI: LA SINERGIA CON LO IATH DI CERNOBBIO



L'impegno di LarioHotels verso la formazione e l'empowerment delle nuove generazioni trova la sua espressione nella **storica partnership con IATH** (International Academy of Tourism and Hospitality) di Cernobbio. In qualità di socio fondatore dell'Istituto Tecnico Specializzato, promoviamo una **collaborazione “rotonda” e multiforme, attraverso una partecipazione attiva e un coinvolgimento concreto: i manager di LarioHotels partecipano attivamente ai programmi formativi in veste di docenti**, mentre gli **studenti** hanno l'opportunità di accedere a **visite riservate** nelle strutture del Gruppo per comprenderne i processi operativi e l'identità di marca.

Quest'anno abbiamo scelto di supportare l'espansione dell'Academy con il **progetto di ristrutturazione di una porzione dell'ex scuola media**, un edificio di pregio precedentemente in disuso e ora concesso in comodato dal Comune alla Fondazione IATH. Questo intervento di rigenerazione urbana non si limita ad ampliare la sede didattica con nuove aule, ma restituisce valore alla comunità locale: la struttura ospiterà infatti **spazi di coworking dedicati ai giovani del territorio e aree aperte alla collettività**, diventando un **polo di aggregazione e innovazione sociale**. L'investimento, celebrato in occasione del decennale dell'Academy e documentato nello speciale **Year Book di IATH**, testimonia come la nostra visione superi i confini aziendali per farsi motore di sviluppo territoriale. Attraverso il sostegno a infrastrutture educative e sociali di questo tipo, vogliamo confermare il nostro ruolo di custode della bellezza e della vitalità di Cernobbio, investendo oggi sui talenti che domani guideranno l'eccellenza dell'ospitalità italiana.

2° Finalità di Beneficio Comune.



“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

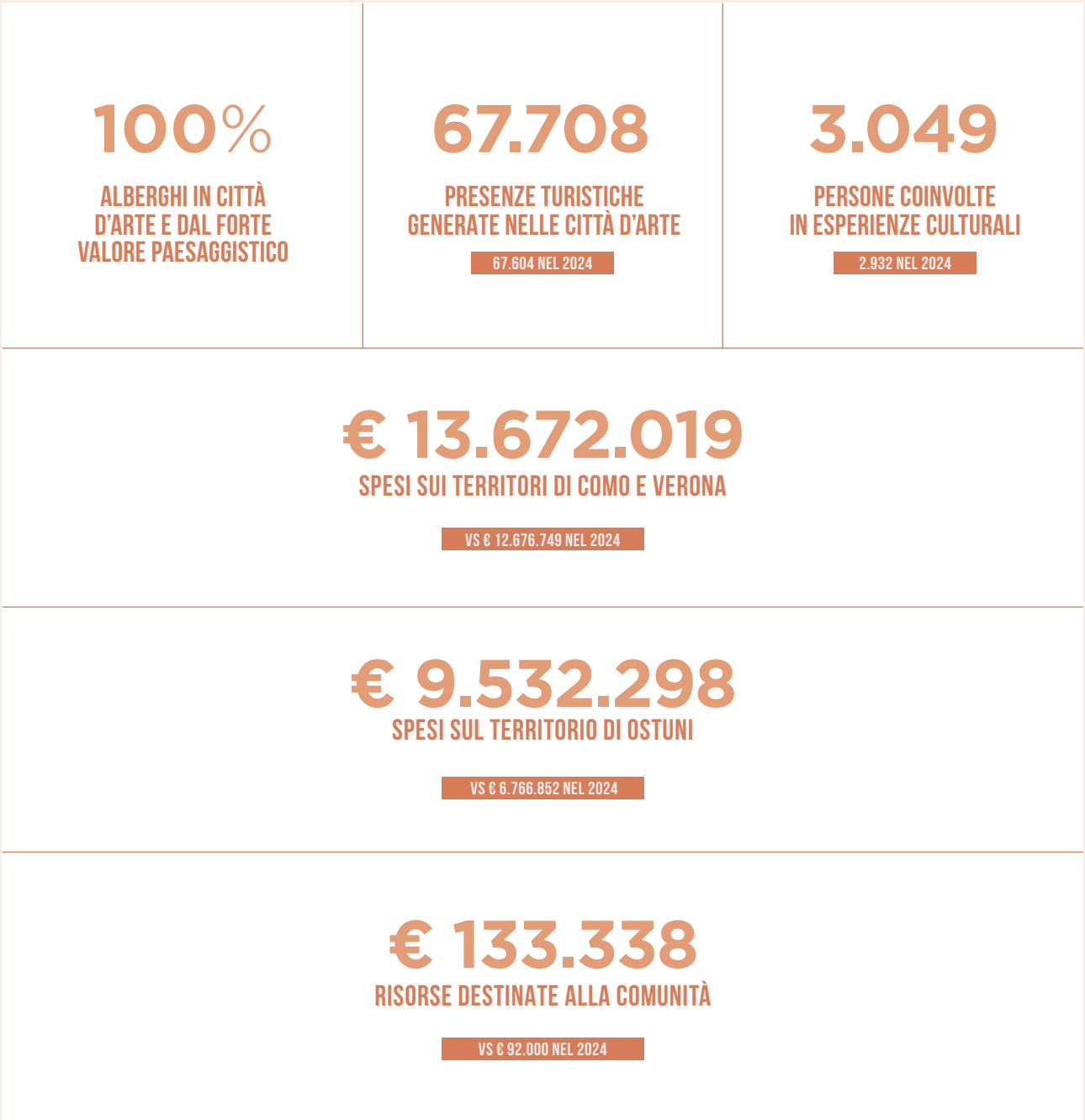
“La Puglia ha tutte le carte in regola per essere un grande polo mondiale del turismo del lusso. Non resta che lavorare con il territorio per elevare la qualità del servizio offerto.”

Luigi Passera, CEO LarioHotels, Corriere del Mezzogiorno

Promuovere un “turismo benevolo” significa fare dell'accoglienza un motore di sviluppo economico, sociale e culturale per le comunità che ci ospitano. È con questa filosofia che, nel 2029, la nostra proposta si arricchirà di una nuova destinazione, **Vista Pisa**, offrendo l'opportunità di esplorare questo nuovo territorio con il taglio distintivo che ci caratterizza.

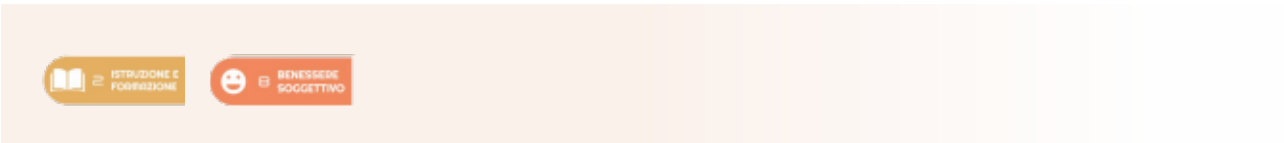
In questo quadro di crescita consapevole, il nostro Gruppo nell'anno ha accolto **oltre 67.000 visitatori**, **ampliando e diversificando l'offerta culturale** anche grazie alle importanti novità introdotte con l'apertura di Vista Ostuni. Abbiamo offerto ai nostri ospiti, e non solo, una varietà di esperienze e una personalizzazione sempre maggiore, capaci di coinvolgere circa **3.000 persone** nell'esplorazione attiva dei territori, della storia e dell'identità del nostro Paese. Questo forte legame con il territorio si traduce in un sostegno concreto alla crescita delle economie locali: un impatto amplificato proprio dalla nuova sinergia con la Puglia. Le attività del Gruppo hanno infatti generato risorse per oltre **13 milioni di euro** come indotto locale sulle aree storiche di Como e Verona, a cui si affiancano gli oltre **9 milioni di euro** spesi e distribuiti direttamente sul territorio di Ostuni, a conferma di una visione in cui la tutela e la valorizzazione della bellezza generano valore condiviso.

HIGHLIGHTS 2025 - 2026



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.



Il nostro obiettivo è coniugare il massimo comfort a un’immersione culturale profonda **favorendo una conoscenza autentica del territorio** attraverso esperienze che valorizzino storia, tradizioni e patrimonio culturale locale.

Un impegno che si riflette pienamente in **Vista Ostuni**: per far vivere l’anima più autentica della regione, abbiamo sviluppato una **selezione di esperienze pugliesi** che spazia dall’**esplorazione del territorio all’artigianato**, vissute quest’anno da 132 turisti.

Gli ospiti possono scoprire il **fascino della Città Bianca** e dei suoi dintorni a piedi, in **e-bike** o a bordo dell’iconico **Ape Calessino**, spingendosi fino alla meraviglia dei trulli di **Alberobello**, alla ricchezza storica di **Matera** e alla barocca **Lecce** fino al cuore del Salento. La bellezza paesaggistica si svela anche attraverso percorsi panoramici al volante delle auto d’epoca o lungo le affascinanti coste di **Polignano a Mare** e **Monopoli**, esplorate con **escursioni esclusive in barca privata**. Il dialogo con la tradizione locale si fa ancora più intimo attraverso i **laboratori artigianali**, come i workshop dedicati al mondo della ceramica e alla creazione delle tipiche luminarie pugliesi. La proposta culturale tocca infine **l’eccellenza enogastronomica e l’imprenditoria rurale**: dalle lezioni di cucina tradizionale e mixology artigianale presso il Bianca Bistrot, alle degustazioni di vini regionali e alle visite in caseifici storici per scoprire i segreti dell’arte casearia. Questo percorso sensoriale si completa con un viaggio nella storia dell’olivicoltura, che porta gli ospiti a esplorare antiche masserie, frantoi ipogei e il secolare uliveto monumentale protetto dall’UNESCO, trasformando la conoscenza del territorio in un patrimonio di emozioni condivise.

Anche a **Vista Verona**, che quest’anno abbiamo scelto di far rimanere sempre aperto per consentire ai visitatori di vivere le bellezze del territorio anche d’inverno, abbiamo confermato e ampliato le opportunità di arricchimento culturale. La selezione esclusiva di 9 tour privati ha visto la partecipazione di 249 ospiti, guidandoli alla **scoperta di storiche città d’arte** quali **Venezia, Modena e Mantova**, oltre che tra i paesaggi della Valpolicella e del Lago di Garda, senza dimenticare l’opportunità di assistere alle stagioni liriche nello scenario unico dell’**Arena di Verona**. A questo consolidato palinsesto **abbiamo aggiunto una nuova proposta dedicata al museo delle automobili d’epoca Nicolis** e potenziato sensibilmente il nostro parco **biciclette**, incentivando attivamente gli ospiti a scoprire la città e i suoi dintorni secondo i canoni della mobilità dolce.

In linea con la scelta di destagionalizzazione adottata a Verona, anche **Villa Flori** ha esteso quest’anno la propria apertura all’intero arco dell’anno, permettendo agli ospiti di scoprire il fascino del territorio lariano anche nei mesi più freddi. In continuità con le passate edizioni, sono stati confermati i tradizionali bike e **boat tour**, insieme all’esclusiva **secret guide** pensata per svelare gli angoli più autentici e meno noti del **Lago di Como**.



Promuovere il territorio significa per noi sostenerne attivamente la vitalità, offrendo sia ai visitatori sia alla comunità locale occasioni per **incontrare l’arte e approfondire la cultura italiana**. Con questo spirito, **Villa Flori** ha ospitato nel corso dell’anno diversi spettacoli teatrali, performance e concerti. Tra queste iniziative, si rinnova la collaborazione con il **Festival Como Città della Musica** attraverso la rassegna gratuita “Intorno al Festival”. Il parco dell’hotel ha così ospitato un concerto dedicato al compositore e chitarrista francese Roland Dyens, offrendo al pubblico un’esperienza artistica coinvolgente, esaltata dalla suggestiva cornice della struttura.

EVENTI ED ESPERIENZE - NEL CORSO DEL 2025-2026

	Eventi ospitati in albergo		Esperienze organizzate con partner	
	Numero	Stima persone	Numero	Stima persone
POSTA DESIGN	0	0	4	7
TERMINUS	15	563	50	125
VILLA FLORI	5	175	508	1.120
VISTA LAGO DI COMO	0	0	248	496
VISTA OSTUNI	4	182	45	132
VISTA VERONA	0	0	112	249
TOTALE	24	920	967	2.129

“Beautifully designed hotel and the spa was stunning.
The staff were the real highlight, however. Extremely friendly and helpful and made our stay very pleasant.”

Recensione Booking per **Vista Ostuni**, 3 ottobre 2025

L'ARTE APRE LE PORTE AL TERRITORIO: IL “FESTIVAL VILLA FLORI CLASSICA 2026” COME MOTORE CULTURALE



Abbiamo consolidato l’impegno nella promozione della cultura locale lanciando il “**Festival Villa Flori Classica 2026**”, una rassegna musicale di alto profilo nata dalla **sinergia con l’Associazione Dante Regazzoni ETS**. Con questa iniziativa, la storica Sala Musica di Villa Flori, un ambiente tardo neoclassico che custodisce la memoria risorgimentale di Giuseppe Garibaldi, è stata valorizzata come spazio culturale aperto alla comunità e al territorio. Sotto la direzione artistica del violinista Alessio Bidoli, abbiamo curato una **rassegna di quattro appuntamenti tra aprile e maggio 2026**, portando nella nostra dimora interpreti di rilievo internazionale come Andrea Bacchetti, Lamberto Curtoni e Davide Cabassi. Attraverso questo progetto, abbiamo voluto offrire ai nostri ospiti e ai cittadini un’esperienza culturale profonda, capace di far dialogare le note dei grandi maestri con la bellezza naturale del Lago di Como. Valorizzando l’acustica e l’eleganza architettonica di Villa Flori, abbiamo agito come motore di rigenerazione culturale, confermando la nostra volontà di essere non solo un luogo di ospitalità, ma un **centro di aggregazione artistica** capace di dare risalto alla storia e all’identità italiana.

IL SERVIZIO GUEST RELATIONS:
UN’ACCOGLIENZA SU MISURA ALLA SCOPERTA DEL TERRITORIO

Dietro ogni soggiorno memorabile c’è la dedizione del team di Guest Relations, una presenza costante e interamente focalizzata sul benessere dell’ospite durante tutta la sua permanenza, introdotta nella struttura di Vista Ostuni. Questo servizio specializzato nasce per offrire un **supporto completo e personalizzato** nella ricerca di esperienze, itinerari e luoghi da scoprire, trasformando la cura del cliente in un vero e proprio ponte verso la cultura locale. Per arricchire ulteriormente questo legame con l’ambiente circostante, abbiamo realizzato una **mappa esclusiva di Ostuni** che racchiude i nostri suggerimenti più preziosi e i segreti meglio custoditi del territorio. Non si tratta di una semplice guida turistica, ma di un compendio autentico pensato per far vivere la Città Bianca attraverso gli occhi di chi ne conosce profondamente l’anima, orientando i visitatori verso un’esplorazione consapevole, curiosa e rispettosa delle meraviglie pugliesi.



2.2

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



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

Scegliamo da sempre città uniche e profondamente immerse nella cultura italiana come cornice per i nostri hotel. È la stessa filosofia che ci ha guidati nello sviluppo di Ostuni e che ci proietta, nel 2029, verso la nuova destinazione di Vista Pisa. Il brand **Vista racconta il nostro Paese** proprio attraverso la rigenerazione di edifici storici in destinazioni uniche, svelando agli ospiti tradizioni meno conosciute ma straordinariamente affascinanti, nel pieno rispetto dei ritmi, dell'autenticità e dell'intimità dei luoghi.

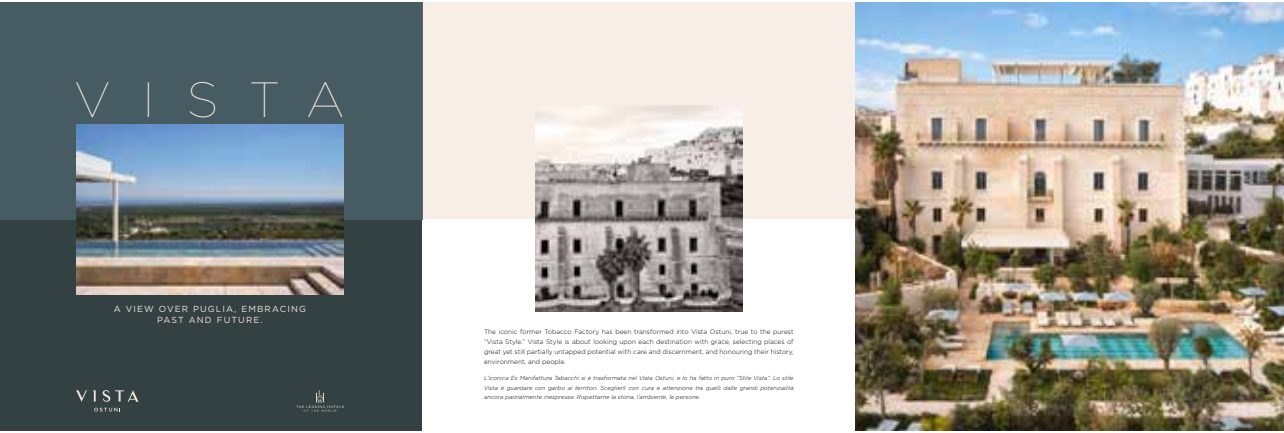
Un momento importante di questo sviluppo è stata **l'inaugurazione ufficiale di Vista Ostuni**, avvenuta con un evento che ha coinvolto **istituzioni, realtà del territorio e stampa di settore**, con la celebrazione dell'identità pugliese attraverso un menu fortemente radicato nei sapori locali e una serie di **esperienze connesse alle tradizioni del territorio**. Sempre nell'ottica di valorizzare la destinazione, abbiamo promosso la cultura locale organizzando un press trip dedicato alla stampa italiana, offrendo ai giornalisti un'immersione totale tra tour storici della città e workshop di ceramica artigianale. L'attività è stata affiancata da visite individuali, sia dei media sia di travel agent, accompagnati in percorsi personalizzati volti a promuovere una narrazione autentica dell'esperienza di soggiorno e del territorio. Il sostegno come partner alla **manifestazione "Un'emozione chiamata libro" 2025 promossa dall'associazione Una Valle di Libri**, ha confermato la nostra volontà di fare rete con le realtà culturali locali. L'iniziativa ha ribadito la vocazione del Gruppo a proporre le proprie strutture come spazi aperti, vivi e sinergici per la comunità.

Continuiamo a approfondire un forte impegno nella **promozione del territorio comasco**, dove le nostre radici e storia ci spingono a sostenere realtà locali e a collaborare a fianco di importanti organizzazioni. Siamo stabilmente associati al **Museo della Seta** e al **Teatro Sociale di Como**, di cui facciamo parte dell'organo di amministrazione, e contribuiamo con costanza alla vita culturale della città attraverso il supporto a iniziative come il **TEDx Lake Como**, il **Festival della Luce**, il **Tavolo Cultura e Turismo** e il progetto **Cinemateca**. La volontà di valorizzare il contesto locale si esprime sia attraverso l'offerta di concerti gratuiti dedicati al territorio, sia tramite eventi benefici come il torneo di burraco promosso a sostegno delle campagne di prevenzione dell'associazione **ComoCuore**, confermando un **legame di mutuo supporto con la comunità**. Per la prima volta, abbiamo avviato una collaborazione con **Sport Creates Memories**, organizzazione non profit che promuove percorsi di inclusione e crescita per bambini e giovani in contesti vulnerabili attraverso lo sport. Insieme al Como 1907 abbiamo supportato una campagna charity nazionale, contribuendo alla raccolta di fondi destinati ai progetti dell'associazione mediante l'offerta di un soggiorno premio presso Villa Flori. Si consolida inoltre la collaborazione con il **Lake Como Design Festival** che, nella sua settima edizione del 2025 dedicata al tema "Fragments", ha visto Villa Flori tra le sedi del palinsesto ufficiale, contribuendo a promuovere il dialogo tra cultura, design e ospitalità e a valorizzare il territorio lariano come destinazione creativa e culturale.

Il nostro concetto di ospitalità si traduce infine in un sostegno concreto ai progetti di rilevanza sociale che animano la città. In occasione dell'iniziativa internazionale **Viva Vittoria Como** contro la violenza sulle donne, svoltasi nel mese di novembre 2025 in Piazza Cavour, abbiamo offerto un supporto logistico fondamentale all'evento mettendo a disposizione per quattro giorni lo spazio commerciale adiacente al Terminus come punto di appoggio strategico per lo stoccaggio delle coperte destinate alla raccolta fondi. Infine, le strutture comasche di Villa Flori e Posta Design Hotel sono state confermate, con i relativi ristoranti, all'interno di **Wonderlake 2025**, la guida che illustra le realtà più interessanti intorno al Lago di Como.

L'ARTIGIANATO D'ECCELLENZA A VISTA OSTUNI: CUSTODIRE LE RADICI NEL SEGNO DELLA MODERNITÀ

Vista Ostuni rappresenta un modello di rigenerazione culturale e architettonica, guidato dalla volontà di restituire nuova vita all'**ex Manifattura Tabacchi**. Un luogo dalla storia antica e affascinante che, nel corso delle sue diverse vite, è sempre stato un punto di riferimento fondamentale per la collettività. La decisione di **collaborare con le maestranze e gli artigiani locali** affonda le sue radici nella volontà di preservare e valorizzare l'immenso patrimonio del saper fare italiano, un sapere prezioso che si tramanda di generazione in generazione e mantiene vive le nostre origini. Guidato dall'architetto **Roberto Murgia** dello **Studio RMA di Milano**, questo rigoroso **intervento di restauro conservativo** ha unito il rispetto per la storia alla funzionalità moderna. L'opera ha preso forma grazie a una grande squadra di maestranze locali: scalpellini e fabbri hanno riprodotto a mano i dettagli in pietra della facciata e gli elementi storici in ferro e ghisa, i falegnami hanno ricreato i serramenti originali mentre i maestri dei muretti a secco hanno modellato gli spazi esterni. Questa **celebrazione dell'alto artigianato** è proseguita nelle scelte di interior design, dove ogni dettaglio racconta il territorio grazie a collaborazioni d'eccellenza: dai pavimenti in pietra locale e in cotto smaltato di Cotto Vietri, fino ai vasi in ceramica di Grottaglie e alle lampade di Servomuto. Il risultato trasforma l'hotel in un autentico **custode di storie e competenze**, offrendo agli ospiti un'immersione profonda nella bellezza e nell'ingegno locale. Il risultato trasforma l'hotel in un autentico custode di storie e competenze, offrendo agli ospiti un'immersione profonda nella bellezza e nell'ingegno locale. Con l'obiettivo di preservare e condividere questo patrimonio, è stato inoltre realizzato un libro dedicato alla storia dell'edificio e al percorso di recupero che ne ha reso possibile la rinascita. Messo a disposizione degli ospiti, il libro rappresenta uno strumento di **valorizzazione della memoria del luogo** e consente di approfondire il significato culturale, sociale e artigianale dell'intervento, rafforzando la consapevolezza del valore generato dal progetto per la comunità e il territorio.



A **Verona** invece prosegue l’adesione a “**67 Colonne per l’Arena**”, il più grande progetto di mecenatismo a sostegno del teatro d’opera in Italia. Il nostro impegno nella valorizzazione del territorio si arricchisce anche grazie a partnership strutturate con le principali istituzioni culturali cittadine, tra cui **Palazzo Maffei** e il **Museo Nicolis**, punto di riferimento per la storia dell’automotive. Inoltre, nel mese di novembre, abbiamo collaborato in modo sinergico con l’**Art Week di Verona**, offrendo agli ospiti l’esclusiva opportunità di scoprire le esposizioni attraverso visite guidate private condotte da una curatrice d’arte, confermando il ruolo di Vista Verona come hub culturale integrato nel territorio.

LEADERSHIP, COMPETENZE E VALORE PER IL TERRITORIO

L’impegno nella condivisione di competenze si traduce nella **partecipazione attiva del management** a percorsi formativi e tavoli istituzionali, configurandosi come un ponte continuo tra la realtà operativa e la cultura del settore, a beneficio dell’intero ecosistema locale. Questa vocazione al dialogo ha visto **Cristina Zucchi, General Manager LarioHotels – premiata alla Borsa Internazionale del Turismo come Ambasciatore del Lago di Como**, intervenire a Roma nell’ambito di FareTurismo partecipando al **programma EHMA (European Hotel Managers Association)** Italia e a programmi di **mentoring**, dedicati alle nuove generazioni di professionisti contribuendo al dibattito sull’evoluzione delle competenze nell’hôtellerie di alta gamma. Parallelamente, il **CEO Luigi Passera** ha partecipato alla prestigiosa **tavola rotonda sul turismo** organizzata da Intesa Sanpaolo durante il Salone del Mobile di Milano, portando l’esperienza e il valore del modello lariano su un palcoscenico macroeconomico di grande rilievo. Questo costante orientamento, volto a fare dell’ospitalità una vera leva di sviluppo e di crescita per le comunità che ci ospitano, ha ottenuto importanti conferme istituzionali nel corso dell’anno. Il Gruppo è stato infatti insignito del **Premio Ferruccio Fabri** da **Confindustria Alberghi**, che ne ha riconosciuto l’eccellenza e la spinta all’internazionalizzazione, e ha ricevuto dal Comitato Scientifico la prestigiosa nomina ad **Ambasciatori d’Impresa**, un titolo che premia proprio il ruolo di primo piano svolto da LarioHotels nello **sviluppo economico, sociale e culturale del territorio**.

Consideriamo l’attività turistica prima di tutto come una leva fondamentale di **sviluppo per l’economia locale**. È per questo che nelle nostre strutture prediligiamo **stabilmente fornitori, prodotti e manodopera del territorio**, garantendo condizioni di trattamento eque e trasparenti. Calcolando la ricaduta economica diretta che comprende le spese alimentari, i salari dei lavoratori e gli investimenti per il rinnovo e la manutenzione degli spazi – il valore generato sulle comunità ospitanti corrisponde a oltre **13 milioni di euro** sulle aree di **Como e Verona** (+8% rispetto all’anno precedente) e **9 milioni di euro** sul territorio di **Ostuni**, con un incremento sostanziale del **41%** rispetto al 2024, dovuto alla conclusione dei lavori e all’avvio dell’ospitalità.

Continua il **sostegno nei confronti del territorio**, delle Associazioni sportive e culturali e degli Enti del Terzo Settore, con diverse iniziative e un impegno complessivo che è arrivato a € 133.338. Per collaborare alla promozione e vitalità del territorio, offriamo ospitalità gratuita ad attori, registi, artisti e giornalisti, e omaggiamo alcune organizzazioni non profit di voucher per soggiorni e cene nelle strutture. In particolare, nell’ultimo anno sono stati omaggiati 17 voucher a Enti non profit.

	COMO 2025-2026	OSTUNI 2025-2026	VERONA 2025-2026	TOT 2025-2026
EROGAZIONI				
Erogazioni sul territorio	15.000 €	5.000 €	10.300 €	30.300 €
VALORIZZAZIONI				
Camere offerte a giornalisti, territorio e per beneficenza	5.078 €	54.631 €	15.289 €	74.998 €
Voucher e servizi offerti per beneficenza	10.840 €	12.000 €	5.200 €	28.040 €
TOTALE	30.918 €	71.631 €	30. 789 €	133. 338 €

Continua anche il **sostegno al FAI**, di cui siamo Golden partner da anni, e la partecipazione alla **rete delle “67 Colonne”** promossa dalla **Fondazione Arena di Verona**. Per valorizzare il primo anno completo sul territorio di Ostuni, siamo stati al fianco del Comune nell’**allestimento delle luminarie natalizie per la città**. Sosteniamo direttamente alcune piccole realtà locali, come la **Cooperativa Noi Genitori** e **ComoCuore Onlus**, e quando possibile, ospitiamo volentieri eventi di raccolta fondi.

EROGAZIONI LIBERALI

- COMOCUORE Onlus
- Fondazione Arena di Verona
- Noi Genitori Cooperativa Sociale Onlus
- Teatro Sociale Como Aslico

SPONSORIZZAZIONI

- Comune di Ostuni
- FAI
- Fondazione AIDA ETS
- Tennis Como

ALTRE COLLABORAZIONI

- AISM (Associazione Italiana Sclerosi Multipla)
- Anni Luce SRL
- Art Week di Verona
- Associazione Dante Regazzoni - Festival Villa Flori Classica
- Caritas - Casa Nazareth
- Cinemateca Festival

- COMETA
- Como 1907
- Cooperativa Sociale L’Ancora
- Festival Como Città della Musica
- Fondazione Volta - Festival della Luce
- Friends of Florence
- Hole in One al Tumore
- Il Volo – per la salute mentale
- Lake Como Design Festival
- Museo della Seta Como
- Museo Nicolis, Verona
- Palazzo Maffei, Verona
- Qui le stelle
- Simpatia
- Sport creates memories
- TedXLake Como
- UNITALSI
- Associazione “Una Valle di Libri” - Un’emozione Chiamata Libro ed. 2025
- VIVAVITTORIA Como

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

Il nostro percorso verso la riduzione dell'impronta ecologica si muove attraverso **azioni concrete**, strutturate e misurabili. Nella piena consapevolezza dell'impatto generato dall'attività alberghiera, portiamo avanti da anni un presidio rigoroso dei consumi, implementando quando necessario interventi mirati. Questo impegno si riflette nella quantificazione dell'impronta di carbonio, di cui analizziamo sia le **emissioni dirette (Scope 1)** sia quelle **indirette derivanti dai consumi energetici (Scope 2)**. L'impegno di quest'anno è stato quello di ampliare ulteriormente le fonti emissive osservate. Questa analisi dettagliata, ci ha consentito di individuare gli "hotspot": i punti critici su cui intervenire per ridurre ulteriormente la produzione di CO₂ e fare la nostra parte nel contrastare il cambiamento climatico. Parallelamente, abbiamo consolidato le buone pratiche nelle strutture storiche del Gruppo e proseguito il loro allineamento nella nuova realtà di Vista Ostuni. Abbiamo inoltre rafforzato le iniziative volte a **sensibilizzare gli ospiti** a un utilizzo più consapevole delle risorse durante il soggiorno, rendendoli parte attiva del nostro percorso di sostenibilità.

Questo approccio responsabile guida anche le **politiche di acquisto**, dove privilegiamo i fornitori e le realtà del territorio. Collaborando strettamente con piccole aziende agricole e pescherecci locali, non solo conteniamo l'impatto ambientale legato ai trasporti a lungo raggio, ma **sosteniamo in modo diretto l'indotto economico delle nostre destinazioni**, affinché la comunità possa crescere insieme a noi. Una visione di valore condiviso che, nell'anno di riferimento, ha visto il **52% della nostra spesa alimentare rimanere sul territorio**, a diretto beneficio dell'economia locale.

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

Bianca Passera, Presidente LarioHotels

HIGHLIGHTS 2025-2026



353 tCO₂eq CARBON FOOTPRINT (MARKET-BASED)	10 kgCO₂eq INTENSITÀ EMISSIVA PER CAMERA VENDUTA (MARKET-BASED)	11,22 INDICE DI INTENSITÀ DI CARBONIO SUL FATTURATO
-63% RIDUZIONE CARBON FOOTPRINT GRAZIE A ENERGIA COPERTA DA GO (MARKET-BASED)		52% DELLA SPESA FOOD & BEVERAGE RESTA SUL TERRITORIO LOCALE DI COMO, OSTUNI E VERONA
36,44 Kw/h CONSUMO DI ELETTRICITÀ PRO CAPITE		97% ENERGIA ELETTRICA DA FONTI RINNOVABILI PER TUTTI GLI ALBERGHI
2,28 smc CONSUMO DI GAS PRO CAPITE *KPI PER LH, VISTA OSTUNI È ALIMENTATA ESCLUSIVAMENTE CON ENERGIA ELETTRICA		7 PARTECIPAZIONI A INIZIATIVE DI DIVULGAZIONE E/O PROMOZIONE DELLA CULTURA DELLA SOSTENIBILITÀ

3.1

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

6

CLEAN WATER AND SANITATION

7

AFORDABLE AND CLEAN ENERGY

12

RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

13

CLIMATE ACTION

Riferimenti GRI: 2-25; 302-1; 302-4; 303-1;303-2; 303-5; 305-1; 305-2; 306-1

Riferimenti ESRS: E1-4; E1-5; E1-6; E3-2; E3-4; E5-3; E5-5; S1-3; S2-3; S3-3

Continuiamo il nostro impegno per il **contenimento dei consumi e per una gestione responsabile delle risorse**, traducendo le scelte compiute negli anni in pratiche quotidiane in tutte le strutture.

Questo approccio sistemico, condiviso in modo trasparente con i nostri ospiti, unisce l'innovazione tecnologica alla sensibilizzazione attiva di clienti e collaboratori. L'impegno per l'efficientamento energetico e la tutela delle risorse naturali si traduce in un **approvvigionamento di energia elettrica da fonti rinnovabili al 97% negli hotel**, nell'utilizzo di **pompe di calore** ad alta efficienza e nell'integrazione di **avanzati sistemi di domotica** per l'ottimizzazione automatica dei consumi in camera. A questi interventi strutturali si affiancano l'adozione diffusa di **luci a LED** a basso consumo e l'installazione di rubinetterie a basso flusso per la **salvaguardia idrica**, dimostrando come ogni dettaglio della gestione quotidiana sia orientato a ridurre l'impronta ecologica del soggiorno attraverso comportamenti consapevoli e condivisi. A Villa Flori continuiamo a utilizzare pompe di calore idrotermiche che consentono di sfruttare l'acqua del lago per il riscaldamento e riportarla in falda purificata, generando così un ulteriore beneficio per l'ambiente. La struttura di Ostuni è invece alimentata esclusivamente con energia elettrica e non prevede l'utilizzo di gas metano. Inoltre, dispone di pannelli fotovoltaici.

CONSUMI ⁷ - 2025-2026	GRUPPO LARIOHOTELS	VISTA OSTUNI
Strutture	6 ALBERGHI fino al 30.11.25, poi 4 fino al 30.04.26	1 ALBERGO
Presenze ospiti	67.708	3.880
ENERGIA (kw/h)		
Consumo energia (Kw/h)	2.466.968	891.802
Consumo energia per ospite (Kw/h)	36,44	230
GAS (smc)		
Consumo gas (smc)	154.534	NA
Consumo gas per ospite (smc)	2,28	NA
ACQUA (mc)		
Consumo acqua (mc)	37.575	5.586
Consumo acqua per ospite (mc)	0,55	1,44

7. Il confronto dei consumi del 2025-2026 rispetto ai consumi degli esercizi precedenti non è significativo in quanto risente della variazione strutturale del perimetro osservato, dovuta al passaggio di proprietà di due hotel del Gruppo a Dicembre 2025, dell'operatività dell'albergo di Ostuni dall'estate 2025 e dell'importante variazione del mix energetico.



La Carbon Footprint

Ci impegniamo nella misurazione e nella rendicontazione trasparente delle nostre emissioni di gas a effetto serra, riconoscendo la carbon footprint come uno **strumento essenziale per continuare a migliorare le nostre strategie di efficientamento e transizione energetica**.

Il periodo di rendicontazione coincide con l'esercizio fiscale e comprende tutti gli uffici e le strutture del Gruppo⁸. Nell'ambito del percorso di progressivo miglioramento della completezza della misurazione, nel presente esercizio è stato **ampliato il perimetro delle emissioni considerate**, includendo nuove fonti emissive di Scope 1, relative ai consumi di carburante e GPL. Sono state pertanto considerate le seguenti categorie emissive:

SCOPE 1

Emissioni dirette generate da fonti di proprietà o sotto il controllo dell'azienda:

- consumi di gas naturale per cucine e sistemi di riscaldamento con combustione in loco;
- consumi di carburante per mezzi aziendali e trasferte effettuate con veicoli propri;
- consumi di GPL per il riscaldamento.

SCOPE 2

Emissioni indirette da energia acquistata e consumata nelle strutture del Gruppo:

- consumi di energia elettrica prelevata dalla rete e non prodotta in loco.

La carbon footprint di questo periodo incorpora significativi aggiornamenti sia metodologici sia contrattuali⁹. Per tali ragioni, i dati presentati costituiscono un nuovo anno di riferimento e non sono pienamente comparabili con quelli degli esercizi precedenti. Ci impegniamo a mantenere nei prossimi anni un approccio metodologico coerente, al fine di garantire la progressiva confrontabilità dei risultati nel tempo.

ESITO DELLA CARBON FOOTPRINT DEL GRUPPO LARIOHOTELS

I risultati del periodo di rendicontazione evidenziano il **ruolo determinante delle modalità di approvvigionamento energetico** nella definizione dell'impronta carbonica del Gruppo. Applicando l'approccio Location-Based, l'impronta carbonica complessiva risulta pari a 962 tCO₂eq, mentre l'approccio market-based restituisce un valore di **353 tCO₂eq**.

La differenza tra i due risultati è riconducibile principalmente alle emissioni Scope 2, che passano da 627 tCO₂eq secondo l'approccio Location-Based a 17 tCO₂eq secondo l'approccio market-based. **Complessivamente, l'utilizzo di energia elettrica coperta da Garanzie d'Origine consente una riduzione della carbon footprint del 63% rispetto al valore calcolato con il metodo Location-Based.**

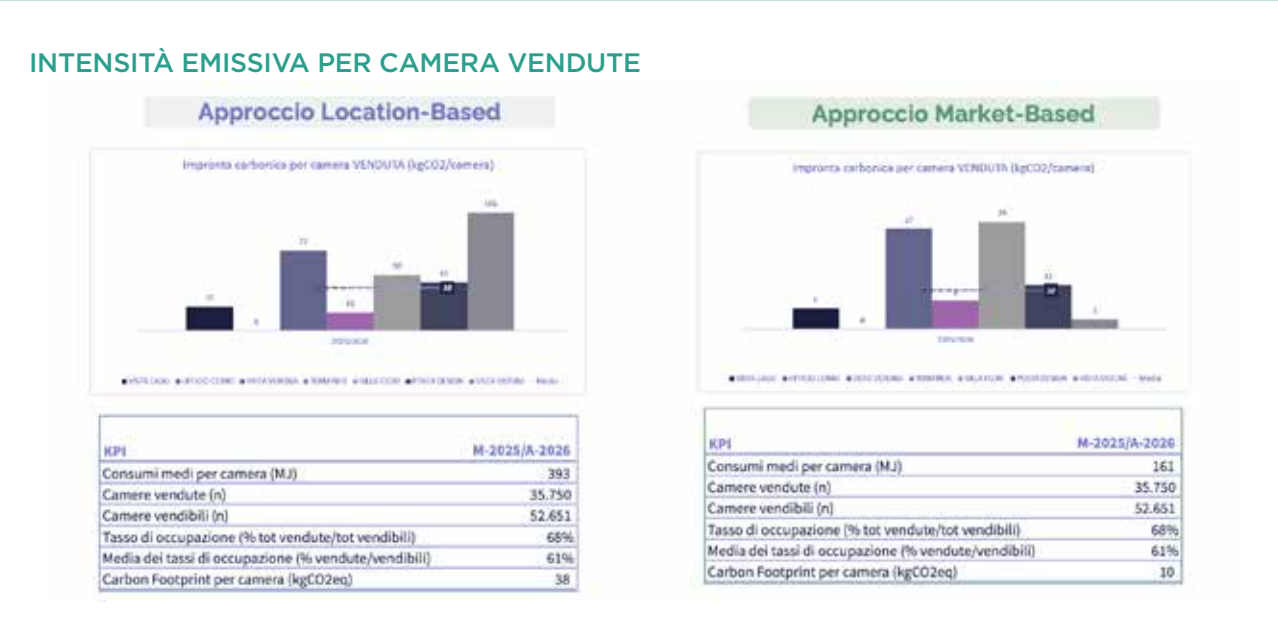
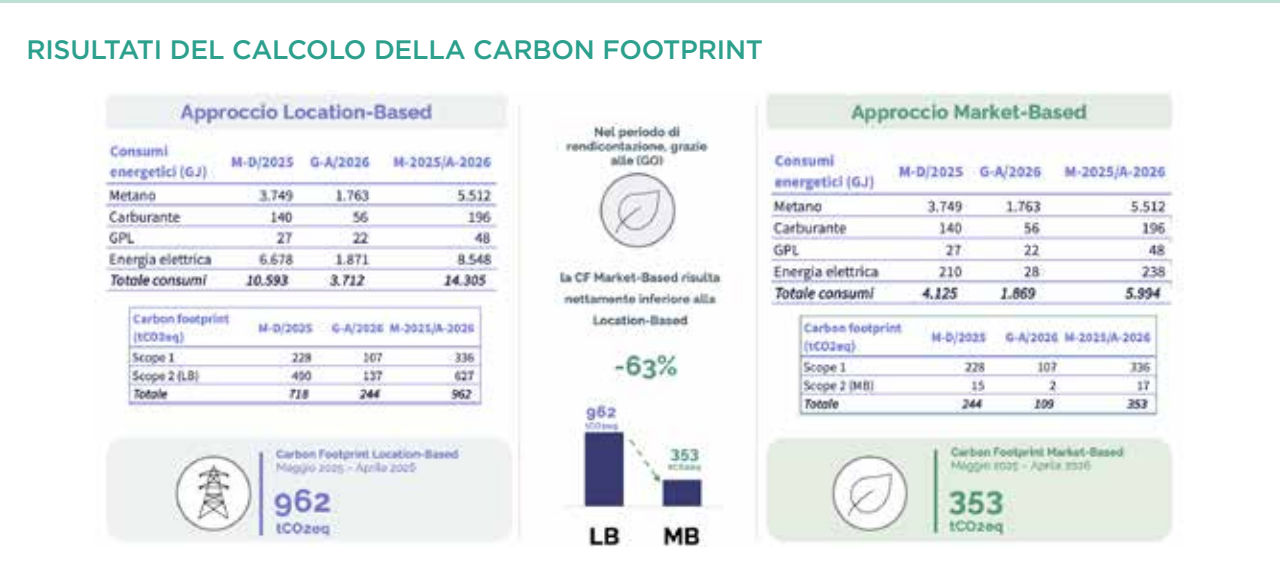
Nel periodo maggio-dicembre 2025, il **97% dei consumi di energia elettrica è stato coperto da Garanzie d'Origine** certificate tramite i relativi Cancellation Statement dei fornitori. Per il periodo gennaio-aprile 2026, il principale fornitore di energia ha inoltre confermato una copertura del 100%¹⁰ dei consumi mediante GO, in attesa dell'emissione del Cancellation Statement definitivo da parte del GSE.

I risultati conseguiti e la **scelta di una totale copertura con GO dei consumi di EE** testimoniano, anche per questo periodo di rendicontazione, l'impegno costante del Gruppo lungo il percorso di decarbonizzazione, al fine di contribuire sempre più alla complessiva riduzione delle emissioni indirette associate all'energia acquistata e più in generale alla transizione energetica.

INTENSITÀ EMISSIVA PER CAMERE VENDUTE DEL GRUPPO LARIOHOTELS

La **Carbon footprint media del Gruppo** risulta pari a 38 kgCO₂eq per camera venduta secondo l'approccio Location-Based e a **10 kgCO₂eq per camera venduta secondo l'approccio market-based**. La significativa differenza tra i due valori evidenzia il contributo delle Garanzie d'Origine e dell'approvvigionamento di energia elettrica da fonti rinnovabili certificate nella riduzione delle emissioni indirette. L'indicatore consente di misurare l'impronta carbonica associata al servizio alberghiero erogato e rappresenta un utile riferimento per monitorare gli impatti ambientali delle attività operative del Gruppo.

Per contestualizzare l'indice, come **benchmark** di riferimento è stato selezionato il **Cornell Hotel Sustainability Benchmarking (CHSB) Index 2026**, curato dal Center for Hospitality Research della Cornell University e Greenview su un campione globale di circa 31.000 hotel. Isolando i dati medi per l'Italia e filtrandoli per i segmenti di interesse del Gruppo, la voce "carbon emissions (kgCO₂eq) per Occupied Room" evidenzia un consumo di 33,38 kgCO₂eq per il segmento Luxury e di 35,74 kgCO₂eq per il segmento 5 Stelle. **Il confronto tra i dati testimonia l'efficacia delle strategie ambientali del Gruppo: il dato market-based (10 kgCO₂eq) si attesta significativamente al di sotto della media nazionale** emersa dallo studio CHSB 2026 per entrambi i segmenti di mercato.



8. Compresi Vista Lago di Como e Albergo Terminus (fino al 30 novembre 2025).

9. Nel corso dell'esercizio sono stati aggiornati i fattori di emissione utilizzati per il calcolo delle emissioni, al fine di allineare la metodologia alle più recenti basi dati disponibili. Inoltre, sono cambiati i fornitori di energia elettrica degli hotel, passando ad un unico fornitore a partire dal 1° gennaio 2026 che ci fornirà GO sulla totalità dei consumi. Le emissioni Scope 1 sono state calcolate secondo lo standard GRI 305 - Emissions, in conformità con il GHG Protocol del World Resources Institute e con la norma ISO 14064-1. Per le emissioni Scope 2 sono stati adottati entrambi gli approcci previsti dal GHG Protocol:
- Location-Based, utilizzando il fattore medio di emissione del mix elettrico nazionale.
- Market-based, tenendo conto degli strumenti contrattuali di approvvigionamento energetico, incluse le Garanzie d'Origine (GO).
10. Le percentuali di copertura tramite Garanzie d'Origine, relative ai periodi mag-dic 2025 e gen-apr 2026, si riferiscono esclusivamente ai consumi di energia elettrica delle strutture alberghiere.

IL PRESIDIO DELLA ATTIVITÀ DI LAVANDERIA

La frequenza di lavaggio della biancheria da letto e dei tessuti da bagno è un aspetto che monitoriamo con costante attenzione. Ottimizzare i cicli di lavaggio permette infatti di contrarre i consumi di energia elettrica e risorse idriche, limitando al contempo il rilascio di prodotti chimici e detergenti nei mari. Con questo obiettivo, **invitiamo i nostri ospiti a compiere scelte responsabili**: da tre anni, infatti, la sostituzione della biancheria viene effettuata esclusivamente su esplicita richiesta. Confrontando i valori pro-capite di lavaggio dei tessuti, questi sono rimasti sostanzialmente allineati con gli anni precedenti, a dimostrazione dell'efficacia delle scelte aziendali esposte. Lo scostamento dei valori di Villa Flori è dovuto alla sua apertura continuativa, all'elevato numero di camere con ottima occupazione e al fatto che nel 2024 la struttura è rimasta parzialmente chiusa a causa di alcuni lavori di ristrutturazione del ristorante.

CAPI DI TESSUTO LAVATI PRO CAPITE - 2025-2026

	MEDIA 2025 - 2026	MEDIA 2024	VARIAZIONE %
POSTA DESIGN	5,34	5,90	-9,4%
TERMINUS	5,96	5,70	4,5%
VILLA FLORI	6,81	6,04	12,7%
VISTA COMO	9,73	9,80	-0,7%
VISTA OSTUNI	3,65	NA	NA
VISTA VERONA	10,33	11,45	-9,8%

Accogliere più di 60.000 ospiti all'anno comporta una precisa responsabilità in termini di gestione delle risorse utilizzate. Per questo motivo, facciamo delle scelte con criterio, che si traducono in azioni concrete. Tra queste, **privilegiamo materiali naturali come legno, pietra e marmo**, valorizzando un approccio attento alla qualità e durabilità. Utilizziamo rubinetteria e dispositivi a flusso ridotto per contenere il consumo idrico.

Sul fronte della circolarità e della riduzione dei rifiuti, orientiamo ogni scelta operativa verso **il contenimento della plastica monouso e la selezione di materiali a ridotto impatto ambientale**. All'interno delle camere, questa attenzione si traduce nei dettagli, come le room key card interamente realizzate in legno, le amenities in materiali naturali e, per gli hotel Vista, una linea cortesia naturale 100% italiana e biodegradabile, caratterizzata da un packaging interamente riciclato e riciclabile.

Utilizziamo cannucce biodegradabili e stoviglie lavabili e riutilizzabili, insieme a materiali ecosostenibili per i pic-nic all'aperto per gli ospiti. Questo modello di attenzione verso le tematiche ambientali coinvolge direttamente anche il personale e la gestione quotidiana dei servizi. Sono stati, infatti, introdotti appositi sistemi di erogazione dell'acqua, tra cui bocconi e impianti di filtrazione e, nelle strutture in cui le caratteristiche operative lo consentono, utilizziamo dispenser di detersivi concentrati, per ricaricare i flaconi destinati alle pulizie quotidiane. Un ulteriore focus riguarda il monitoraggio dei sacchetti alimentari utilizzati nelle nostre cucine. Trattandosi di uno strumento indispensabile per conservare le preparazioni di base, il nostro impegno si sta orientando verso la ricerca di soluzioni alternative e nel frattempo continuiamo a registrarne i consumi per generare maggiore consapevolezza.

11. Il processo di raccolta con Clean the World è iniziato a settembre 2024 per tutte le strutture LarioHotels ed è in fase di implementazione a Vista Ostuni, a seguito della recente apertura. I dati includono il contributo di Vista Lago di Como e del Terminus fino al 30.11.2025.

Continuiamo ad aderire al Programma di Riciclaggio per il Settore Alberghiero **Clean the World**¹¹, un'iniziativa globale che trasforma i prodotti per l'igiene personale inutilizzati in risorse utili a contrastare la povertà e migliorare le condizioni di salute nelle comunità più vulnerabili. Attraverso questo progetto raccogliamo saponette e flaconi di cortesia lasciati dagli ospiti, che vengono recuperati, sterilizzati e trasformati in kit essenziali distribuiti nei Paesi in via di sviluppo. Ad oggi, abbiamo raccolto oltre 500 kg di saponette e 960 kg di plastica, contribuendo alla realizzazione di oltre 115 kit confermando il nostro impegno verso un modello di ospitalità capace di generare valore per l'ambiente e per le comunità.

Per dare solidità al nostro percorso nel turismo consapevole, stiamo valutando l'adozione di certificazioni per le singole strutture per migliorarne ulteriormente le performance. In quest'ottica, abbiamo completato un **pre-assessment** volto ad accedere a una certificazione di struttura, mappando **il nostro posizionamento rispetto ai più alti standard internazionali del settore** e definendo così una base concreta per i nostri sviluppi futuri.

LA GESTIONE IDRICA CONSAPEVOLE DI VISTA OSTUNI

In una regione come la Puglia, storicamente caratterizzata da climi aridi e dove l'acqua rappresenta una risorsa preziosa, Vista Ostuni ha sviluppato una strategia di gestione idrica attenta e lungimirante. Questo approccio si esprime nel **recupero delle acque piovane**, che vengono convogliate e custodite in un'apposita **cisterna** per essere destinate all'irrigazione del giardino. Per gestire i flussi in eccesso nel pieno rispetto della naturale idrologia del terreno, la struttura utilizza un sistema di trincee di infiltrazione capace di gestire complessivamente 376 metri cubi di acqua direttamente in loco, preservando l'equilibrio idrico e migliorando la qualità del suolo. Questa filosofia di massima efficienza si riflette anche nella selezione botanica e tecnologica all'esterno, dove **l'adozione di piante autoctone a basso fabbisogno e l'installazione di avanzati sistemi di irrigazione a goccia e a rotazione** consentono di abbattere i consumi idrici del 70% persino nei mesi estivi di picco. La cura prosegue coerentemente anche all'interno dell'edificio: il design dell'hotel integra, infatti, rubinetterie e sanitari ad altissima efficienza e a flusso ridotto, trasformando il risparmio idrico in un gesto quotidiano, invisibile e concreto.



IL MODELLO LEED DI VISTA OSTUNI

Abbiamo scelto di ristrutturare la struttura secondo i rigorosi criteri della **Certificazione LEED (Leadership in Energy and Environmental Design)**, il cui ottenimento è previsto nel 2026. Si tratta di un importante riconoscimento che valuta e premia l'adozione di pratiche ecologiche nella progettazione, costruzione, e gestione degli edifici. A Vista Ostuni questa filosofia prende vita attraverso il raggiungimento di sette macro-obiettivi fondamentali: il contenimento delle emissioni, la tutela della salute e del benessere, l'uso rigenerativo dei materiali a lungo termine, la conservazione delle risorse, la massima efficienza idrica, la protezione della biodiversità e il sostegno allo sviluppo della comunità locale. In questo contesto, l'impossibilità di intervenire sull'aspetto esteriore dell'edificio, per tutelare la storicità dell'ex Manifattura Tabacchi, non è stata un vincolo, ma un'opportunità per gestire l'energia in modo innovativo, ottimizzando le prestazioni interne nel pieno rispetto della memoria storica. A questo approccio si integrano perfettamente gli accorgimenti previsti in sinergia con l'Autorità Ambientale per la tutela del paesaggio. Tra questi: il ridisegno del giardino esistente, riproponendo gli elementi tipici dei paesaggi rurali della Murgia dei Trulli, trasformando parte delle coperture in giardini pensili e aumentando l'ombreggiamento delle coperture, così come la progettazione degli spazi aperti nel massimo rispetto del contesto in cui si trova. Una progettazione attenta degli spazi aperti che ricostruisce un autentico ecosistema mediterraneo, in totale continuità con il meraviglioso territorio circostante. Il progetto Vista Ostuni aderisce inoltre al Protocollo ITACA PUGLIA (Istituto per la Tutela dell'Ambiente e la Certificazione Ambientale), che rappresenta un metodo di valutazione che si applica agli edifici che vogliono rispettare criteri ecologici e di efficienza energetica.

Favoriamo infine **la mobilità dolce**: a Villa Flori sono presenti due colonnine di ricarica per auto elettriche, oltre a una convenzione per il noleggio di e-bike e vetture elettriche. Inoltre, sia in questa struttura sia a **Vista Verona**, gli ospiti possono usufruire di comode biciclette di cortesia, ideali per **esplorare il territorio con un ritmo lento e responsabile**. Anche la nuova struttura **Vista Ostuni** promuove attivamente questo approccio, offrendo sia colonnine di ricarica per auto e bici elettriche, sia un parco biciclette ideale per scoprire i migliori itinerari ciclabili della zona.



3.2

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



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

La ristorazione rappresenta un pilastro fondamentale dell'offerta di LarioHotels, guidata dall'obiettivo di **proporre l'eccellenza gastronomica italiana** a partire da una selezione rigorosa delle materie prime. Questo impegno si attiva fin dalla fase di approvvigionamento, orientando la scelta verso **ingredienti freschi, di stagione e di provenienza locale**, così da pianificare gli acquisti in modo mirato ed evitare flussi superflui. Dare la precedenza ai produttori che operano nelle vicinanze risponde a un duplice obiettivo: valorizzare l'economia del territorio e, al contempo, ridurre i trasporti a lungo raggio, abbattendo le emissioni di CO₂.

In questo percorso, **il Gruppo ha sostenuto 49 partner locali nelle aree di Como e Verona**, destinando loro il **57% della spesa alimentare complessiva e 26 partner locali nel territorio di Ostuni, con il 24% della spesa totale**. Anche le modalità di preparazione all'interno delle cucine sono studiate per coniugare l'alta qualità con una gestione responsabile delle risorse e la tutela del benessere. La scelta della cottura espressa consente di ottimizzare i consumi, mentre il limitato utilizzo di grassi e condimenti protegge la salute degli ospiti e previene gli sprechi. Infine, una gestione attenta dello stoccaggio e la capacità di riutilizzo creativo delle materie prime rappresentano i fattori chiave per ridurre al minimo scarti e rifiuti. Grazie a questo connubio tra qualità e fascino delle location, i ristoranti del Gruppo si confermano un punto di riferimento attrattivo anche per la clientela esterna che non soggiorna in hotel.

Anche a Como e Verona la proposta enogastronomica si sviluppa nel segno di una solida continuità con gli anni precedenti, confermando una linea strategica coerente con l'identità delle destinazioni. Il focus rimane orientato alla valorizzazione del territorio, alla qualità rigorosa delle materie prime e al consolidamento del rapporto con fornitori selezionati. Gli Chef sono costantemente impegnati nella ricerca di ulteriori elementi capaci di apportare un valore aggiunto concreto, con l'obiettivo di arricchire l'esperienza dell'ospite e, al contempo, elevare il racconto della filiera e delle sue radici geografiche.

Per esempio, al Sottovoce, il ristorante di **Vista Verona** — forte anche della recente conquista della prestigiosa **Chiave Michelin** — la proposta enogastronomica guidata dallo **Chef Fabio Aceti** esalta la tradizione della Valpolicella in chiave gourmet. Il menu valorizza l'identità del territorio attraverso una selezione rigorosa di micro-fornitori locali: il pesce freschissimo arriva da un peschereccio di Chioggia, le carni genuine e l'agnello di razza Brogna provengono dalla Lessinia, così come il tartufo nero e le uova di Velo Veronese, mentre l'olio è firmato da piccole realtà familiari della Valpolicella come Famiglia Orlandi e San Dionigi.

A completare l'esperienza, anche la carta beverage rende omaggio al territorio, con una selezione di distillati botanici realizzati con erbe spontanee della Lessinia, tra cui l'Hantak, amaro alle erbe officinali, e la Tzòa, un gin ottenuto dalla distillazione di venti botaniche locali. Una fitta rete di partner d'eccellenza che si conferma un autentico motivo di orgoglio e distinzione per la struttura. Una fitta rete di partner d'eccellenza che si conferma un autentico motivo di orgoglio e distinzione per la struttura.

RADICI E IDENTITÀ: L'ESSENZA PUGLIESE DI VISTA OSTUNI

La proposta gastronomica del Vista Ostuni promuove un meccanismo virtuoso volto a valorizzare i prodotti locali e la filiera corta. La filosofia dello **Chef pugliese Aresta** nasce da un legame profondo con il territorio, orientato a celebrare identità, stagionalità e biodiversità. Al centro del suo racconto c'è il mondo vegetale, interpretato come elemento centrale del piatto attraverso lavorazioni che ne esaltano gusto, consistenza e naturalezza. Questa visione si traduce nella collaborazione quotidiana con piccoli produttori locali e presidi Slow Food — privilegiando eccellenze della tradizione agricola pugliese come il Carciofo Brindisino o la Melanzana violetta Ostunese, le mozzarelle fresche e il rinomato capocollo di Martina Franca — e nella recente creazione di un orto coltivato direttamente in struttura, che permette di attingere a erbe e vegetali freschissimi assecondando il ritmo della natura. Sul fronte del beverage, il progetto guidato dal Bar Manager **Valentino Gallitelli** integra identità territoriale, sostenibilità operativa e racconto della cultura pugliese. Attraverso l'utilizzo di ingredienti locali e mediterranei — come agrumi, botaniche spontanee, erbe aromatiche e vini regionali — reinterpretati in chiave contemporanea, si costruisce un dialogo continuo tra prodotto, origine e stagionalità. Questo approccio ha guidato la creazione di una **speciale carta di drink signature**: tra le ricette più apprezzate spiccano il Friggitello Tonic, caratterizzato da gin infuso con il tipico peperone friggitello e acqua tonica, il Vista Ostuni Negroni, arricchito dalle note profonde del vino Primitivo, e l'innovativo Olive Silk, una miscelazione vellutata a base di olio d'oliva. L'ospite viene così accompagnato alla scoperta dell'autenticità del territorio direttamente attraverso il calice.



“Locale estremamente curato nei dettagli, abbiamo apprezzato l'autenticità dei piatti che valorizzano le materie prime. Personale efficiente e cordialmente che ci ha accompagnato durante la cena.”

Recensione su The Fork per Bianca Bistrot

3.3

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



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

Per raggiungere l'obiettivo comune dello sviluppo sostenibile, della tutela dei patrimoni italiani e della conservazione dei territori, crediamo fermamente che la strada più efficace risieda nella collaborazione con realtà che condividono la nostra visione, orientando le proprie attività verso gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) a vantaggio dell'intera comunità. Questo approccio si traduce nella volontà di **operare in costante sinergia con i nostri stakeholder**, promuovendo la diffusione di politiche e pratiche responsabili capaci di attivare circoli virtuosi e favorire un'evoluzione sostenibile dell'intera filiera.

Continuiamo a coltivare una **solida rete di alleanze con partner di rilievo**, tra cui il **Convention Bureau Lake Como** (già Lake Como Net), il **CIA di Como** (Consorzio Imprenditori Alberghieri), lo **IATH** (International Academy of Tourism Hospitality) e siamo all'interno dell'**Associazione Albergatori di Confcommercio** e **Federalberghi di Confindustria**.

Tra i momenti più significativi, siamo intervenuti portando la nostra best practice nell'evento **"La Società Benefit in dialogo con gli stakeholder"** promosso da Goodpoint, e abbiamo partecipato con orgoglio a **"Changed by Women"**, un importante progetto di empowerment femminile sviluppato dall'Università Bocconi. A queste tappe si aggiungono la nostra presenza all'interno del panel **"Sostenibilità e Innovazione: creare un turismo responsabile per il futuro"** dell'edizione 2025 del Congresso Identità Golose Milano e la docenza dedicata al **Master del Turismo** di RCS, occasioni in cui abbiamo condiviso la nostra esperienza nel settore luxury e la nostra visione di ospitalità responsabile.

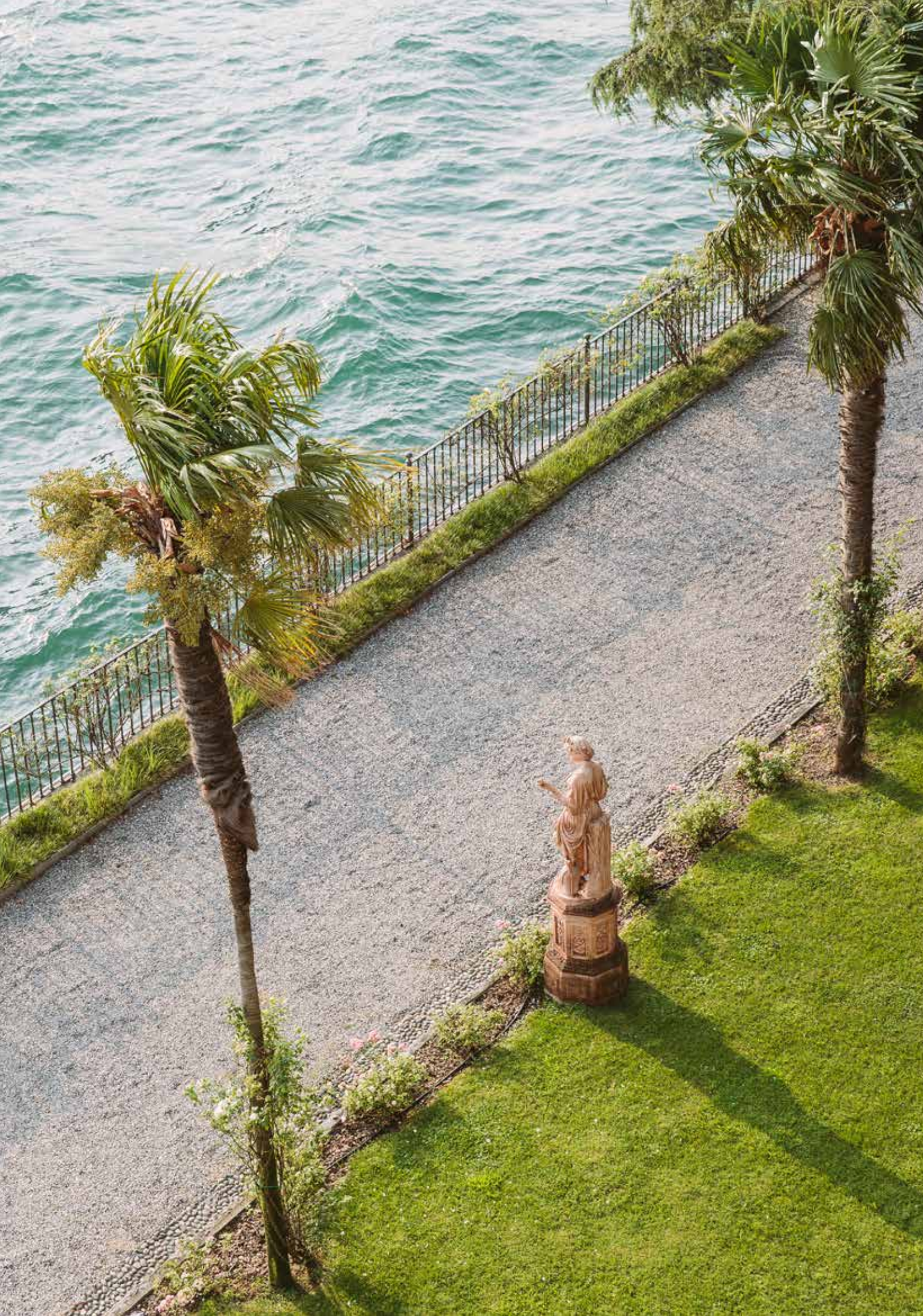
PRESIDIO DELLA FILIERA: L'ANALISI DEI RISCHI DI SOSTENIBILITÀ

Quest'anno, l'attenzione verso la qualità della nostra catena di fornitura si è tradotta nell'avvio di un processo strutturato di analisi dei rischi di sostenibilità sociale e ambientale. Il perimetro dell'attività ha coinvolto **210 fornitori, pari al 43% dei fornitori totali di LarioHotels S.p.A. Società Benefit ed equivalenti all'82% della spesa complessiva**. L'analisi si è concentrata sul primo livello della filiera (Tier 1). La valutazione dei rischi potenziali è stata condotta seguendo una metodologia di osservazione basata sui principali standard internazionali, che prende in considerazione variabili chiave come la tipologia di prodotto o servizio acquistato, il settore industriale di appartenenza e il Paese di produzione. Questo processo ha permesso di mappare gran parte della nostra value chain in termini di rischio di sostenibilità, consentendo di individuare potenziali *hotspot* critici suddivisi per categoria di fornitore e/o area geografica. L'analisi traccia così una linea d'azione fondamentale che consentirà a LarioHotels di esercitare un presidio sempre maggiore e di determinare in modo strategico le future priorità di intervento.



OBIETTIVI FUTURI

FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE	OBIETTIVO SPECIFICO	OBIETTIVI 2025-2026	STATO DI AVANZAMENTO	OBIETTIVI FUTURI
1. Promuovere il lavoro come fonte di riconoscimento sociale, dignità e realizzazione della singola persona, che favorisca la partecipazione appassionata al progetto di impresa come fattore chiave di sviluppo e arricchimento per LH stessa.		Comitato Guida: stabilire calendario di incontri periodici per aggiornamenti e strategie da adottare	✓ Fatto	- Avvio processo per Modello 231 - Valutazione di un Codice Etico di Gruppo - Miglior presidio della sostenibilità attraverso la valutazione di certificazioni per le strutture
	1.1 Offrire opportunità di crescita e un ambiente di lavoro stimolante nel quale i dipendenti ed i collaboratori si sentano liberi di esprimere le proprie capacità e di investire su loro stesse, alimentando la passione per l'hotellerie e condividendo una cultura di resilienza, gentilezza, sfida e coraggio.	- Integrare il nuovo personale di Ostuni nell'organico del gruppo - Mantenere l'impegno verso i lavoratori, anche in ottica di una nuova survey GPTW - Continuare con il percorso di formazione e con l'attività di sviluppo di competenze trasversali - Formazione su prevenzione e salute - Formazione sulla sostenibilità e sulla D&I - Continuare e rafforzare i gruppi di lavoro con agenda e incontri calendarizzati	— On going ✗ Non è stata fatta la survey GPTW ✓ Fatto — Non è stato possibile effettuarla ✓ Fatto — Fatto (in parte)	- Valutazione di una nuova survey ai dipendenti - Continuare con il percorso di formazione e con l'attività di sviluppo di competenze trasversali - Formazione su prevenzione e salute - Continuare la formazione sulla sostenibilità e sulle relative attività realizzate - Rafforzare la comunicazione interna tra reparti e tra strutture
	1.2 Garantire uguaglianza di trattamento e equità a tutti i livelli dell'organizzazione, attraverso pratiche e politiche inclusive.	Mantenimento della Certificazione Parità di Genere UNI/PdR 125:2022 e relative attività da proseguire	✓ Fatto	Mantenimento della Certificazione della Parità di Genere UNI/PdR 125:2022 e relative attività da proseguire
	1.3 Incoraggiare l' inserimento lavorativo attraverso programmi di formazione professionalizzante e lo sviluppo di carriera nel settore dell'hotellerie, con attenzione particolare ai giovani talenti e alle persone appartenenti a categorie svantaggiate nell'accesso all'occupazione.	- Mantenimento programma tirocini - Sviluppo volontariato di impresa	✓ Fatto ✓ Fatto	- Mantenimento programma tirocini - Ampliamento della partnership con IATH - Ricerca e sviluppo del volontariato di impresa su Verona e Ostuni
2. Generare un impatto positivo sulla comunità locale e sostenere la cultura e la conservazione della bellezza dei luoghi dell'arte , promuovendo un “turismo benevolo” che offra anche opportunità di arricchimento culturale per gli ospiti.	2.1 Offrire agli ospiti occasioni di arricchimento culturale, attraverso la proposta della storia e la tradizione del territorio italiano : culturale, artistica, artigianale, enogastronomica, imprenditoriale.	- Continuare a sviluppare l'offerta per i clienti in tutte le nostre strutture - Strutturare l'offerta su Vista Ostuni - Implementare partnership e aumentare le offerte sul territorio di Verona	✓ Fatto — On Going ✓ Nuova partnership Museo Nicolis	- Continuare a sviluppare experience per i clienti in tutte le nostre strutture - Implementare partnership e aumentare le offerte sul territorio di Ostuni
	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.	- Mantenere presenza attiva negli eventi culturali di Como e Verona - Continuità dell'impegno come Golden Donor FAI - Creazione di brochure e strumenti per comunicare più efficacemente le attività culturali proposte sui territori - Implementare la presenza di Vista Ostuni e le relazioni con la comunità e le istituzioni	✓ Fatto ✓ Fatto ✓ Fatto — On going	- Mantenere presenza attiva negli eventi culturali di Como e Verona - Continuare l'impegno come Golden Donor FAI - Implementare gli strumenti di comunicazione per diffondere le attività culturali proposte sui territori - Implementare la relazioni istituzionali e private con la comunità di Ostuni
3. Promuovere un turismo che possa svilupparsi in equilibrio e nel rispetto dell'ambiente , mantenendo un rapporto armonioso tra l'essere umano e il territorio circostante e 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 .	- Continuare con il monitoraggio della Carbon Footprint - Certificazione LEED per Vista Ostuni	✓ Fatto — On going	- Implementare il monitoraggio della Carbon Footprint - Ottenimento certificazione LEED per Vista Ostuni - Pre assessment delle certificazioni ESG per struttura - Progetto flaconi ricaricabili per Linea Cortesia per gli hotel
	3.2 Promuovere un meccanismo virtuoso che consenta di offrire il meglio in tavola, promuovendo prodotti locali e da filiera corta .	Apertura di Bianca Bistrot e Berton al Vista di Ostuni	✓ Fatto	- Riorganizzazione della proposta F&B Vista Ostuni - Realizzazione del progetto orto Vista Ostuni
	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 .	Avvio analisi della supply chain sui rischi di sostenibilità ambientali e sociali	✓ Fatto	Valutazione di un Codice Fornitori di Gruppo



**La valutazione
complessiva
dell'impatto.**

La valutazione con 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, utilizzando uno strumento di valutazione indipendente.

Ancora per questa annualità, il Gruppo LarioHotels ha scelto di effettuare l'autovalutazione con il **B Impact Assessment**, nella versione V1.6. Il B Impact Assessment è promosso dall'ente non-profit B Lab ed è utilizzato da circa 200.000 aziende nel mondo, con l'obiettivo di osservare l'impatto generato dalle imprese in **5 aree: Governance, Lavoratori, Comunità, Ambiente e Clienti**.

Nell'anno di rendicontazione, il Gruppo ha ottenuto un punteggio complessivo di **71**. 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.

Gruppo LarioHotels
al 30 APRILE 2026

71



AREA D'IMPATTO
Governance

PUNTEGGIO
15.1



AREA D'IMPATTO
Lavoratori

PUNTEGGIO
24.0



AREA D'IMPATTO
Comunità

PUNTEGGIO
14.9



AREA D'IMPATTO
Ambiente

PUNTEGGIO
13.2



AREA D'IMPATTO
Clienti

PUNTEGGIO
3.2

Le performance si confermano complessivamente buone rispetto a tutte le aree osservate.

Confermato il punteggio molto alto ottenuto sul fronte della **Governance**. Viene sicuramente riconosciuta la scelta di essere **Società Benefit**, ma anche le importanti politiche attuate in termini di **etica e trasparenza**, così come la **comunicazione costante agli stakeholder** sui risultati raggiunti, con la pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità e Relazione di Impatto.

Per quanto riguarda l'area **Lavoratori**, abbiamo messo **salute, sicurezza, coinvolgimento e crescita professionale** al primo posto, anche nell'apertura di Vista Ostuni. E abbiamo iniziato a dialogare in modo più diretto con i collaboratori, raccogliendo spunti e feedback sui quali impostare le azioni di miglioramento future. Viene inoltre valorizzato il nostro storico impegno nel **programma di formazione e inserimento lavorativo di giovani** in difficoltà.

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

Sul **fronte ambientale** il monitoraggio costante dei consumi, il calcolo sempre più accurato della **carbon footprint**, la scelta di rifornirci con **energia green e** la conseguente **riduzione delle emissioni** sono stati nuovamente premiati.

Infine, anche quest'anno, eccellente il risultato nell'**area Clienti**, grazie alla **vocazione all'ospitalità** e alla **distintiva filosofia dell'accoglienza**. Al primo posto mettiamo da sempre la **qualità del servizio**, la **discrezione** verso gli ospiti, la **tutela della privacy** e un approccio al marketing sempre soft e mai aggressivo.



APPROFONDIMENTO METODOLOGICO

Ad integrazione della nota metodologica presentata a inizio documento, di seguito si trova la specifica metodologica rispetto ai principali indicatori riportati.

PREMESSA:

- Le tabelle riferite al “Gruppo LH” includono i dati complessivi di pertinenza di LarioHotels S.p.A. Società Benefit e della controllata Vista Ostuni Società Benefit S.r.l.
- Le tabelle riferite a “LarioHotels” includono i dati di pertinenza di LarioHotels S.p.A. Società Benefit, relative alle strutture di Posta Design, Villa Flori e Vista Verona e – fino al 30.11.2025 – anche a Vista Lago di Como e Terminus.
- Le tabelle riferite a “Vista Ostuni” includono i dati di pertinenza della relativa società e struttura.
- Ove possibile, gli obiettivi relativi alle finalità di beneficio comune sono stati raccordati anche agli indicatori BES (Benessere Equo e Sostenibile), il principale framework di riferimento nazionale promosso dall'ISTAT. Tale modello nasce con lo scopo di valutare il progresso della società non solo da una prospettiva economica, ma anche sotto il profilo sociale e ambientale.

PRIMA PARTE:

- Totale camere vendute: numero di notti vendute per camera.
- Tasso di occupancy: numero di camere vendute diviso per il numero totale delle camere disponibili, calcolato sui mesi di effettiva apertura.
- ADR Average Daily Rate: la tariffa media giornaliera, spesa indipendentemente dalla categoria di camera, dalla data del viaggio e dalla stagionalità.

SECONDA PARTE:

OBIETTIVO 1.1

- Numero dipendenti e collaboratori complessivi nel corso del 2025-2026: totale di tutti coloro che hanno lavorato per il Gruppo LarioHotels tra il 1.5.25 e il 30.4.26, includendo qualunque tipo di contratto, per qualunque durata.
- Numero dipendenti e collaboratori al 30.4.2026: totale di tutti i collaboratori in forze al Gruppo LarioHotels al 30.4.26, includendo qualunque tipo di contratto, per qualunque durata.

OBIETTIVO 1.2

- Lavoratori di origine straniera: lavoratori con nazionalità straniera.
- Gender Pay Gap: differenza tra la RAL media degli uomini e la RAL media delle donne a parità di livello contrattuale e per ruoli comparabili, calcolata secondo i criteri proposti dalla UniPdR 125, certificata a Dicembre 2025. Si precisa che il perimetro di osservazione e certificazione è riferito esclusivamente a LarioHotels S.p.A. Società Benefit e alle strutture di proprietà al 30.10.25 (Posta Design, Villa Flori e Vista Verona, oltre agli uffici).
- Divario retributivo: rapporto tra la RAL più alta in azienda e la RAL più bassa in azienda.

OBIETTIVO 1.3

Numero di studenti accolti: somma degli studenti partecipanti al progetto COMETA, studenti in alternanza scuola lavoro e tirocinanti provenienti università e istituti di formazione tecnici.

OBIETTIVO 2.1

- Numero check-in: numero di ospiti che hanno soggiornato almeno una notte.
- Numero presenze: numero di ospiti presenti nelle strutture ogni giorno.
- Fruitori esperienze: somma delle prenotazioni effettuate dai clienti per ciascun servizio offerto da ogni albergo, e del numero delle prenotazioni per servizi esterni veicolate dal Gruppo. Si stima che ad ogni prenotazione corrispondano almeno 2 fruitori.

OBIETTIVO 2.2

- Camere complimentary: camere donate gratuitamente.
- Valore economico che resta sul territorio, in termini assoluti: somma del costo del personale e delle spese con fornitori locali (= della provincia locale di Como, Ostuni e Verona) nel corso dell'anno fiscale di rendicontazione.
- Erogazioni sul territorio: donazioni in denaro erogate a enti dei territori di Como, Ostuni e Verona nel periodo di rendicontazione. Sebbene effettuate nei primi mesi del 2025, sono state incluse anche tre donazioni effettuate a partner con cui è in corso una relazione continuativa e un impegno alla donazione annuale.
- Valorizzazioni: valorizzazione al costo per i servizi di ristorazione offerti, valorizzazione a prezzi di mercato per le camere donate e i voucher, valorizzazione a forfait per i beni donati.

OBIETTIVO 3.1

- Consumi di energia, gas, acqua: rilevati dalle bollette dei fornitori, con attribuzione dei conguagli per competenza, ove possibile. Nel monitoraggio dei consumi dell'acqua, è stata effettuata una stima per eccesso per i periodi in cui non è stata possibile la rilevazione accurata del dato.
- Consumi pro capite: divisione dei consumi di energia, gas ed acqua rispetto alle presenze registrate nell'anno.
- Indicatore di utilizzo della lavanderia pro capite: somma del numero di tutti i capi tessili lavati in lavanderia, della categoria “appartamento” (letto e bagno) diviso per il numero di presenze, per ogni albergo.
- Per il calcolo e l'analisi delle emissioni di gas a effetto serra (GHG – Greenhouse Gases), il Gruppo si è avvalso del supporto di Tecno ESG. Il perimetro di rendicontazione include tutti gli hotel e gli uffici del Gruppo attivi nel periodo 1° maggio 2025 – 30 aprile 2026, compresi Vista Lago di Como e Terminus fino alla data di cessione (30 novembre 2025). La rendicontazione copre le emissioni di Scope 1 e Scope 2. A partire dal presente esercizio, lo Scope 1 include anche i consumi di GPL e carburanti, al fine di garantire una rappresentazione più completa in linea con gli standard di riferimento. Il calcolo è stato effettuato in conformità al GRI 305 – Emissions, secondo il GHG Protocol del World Resources Institute e la norma ISO 14064-1. Nel corso dell'esercizio sono inoltre stati aggiornati i fattori di emissione, adottando DEFRA per lo Scope 1 e Ecoinvent per lo Scope 2, in sostituzione delle precedenti basi dati. Per lo Scope 2 sono stati applicati entrambi gli approcci previsti dalle linee guida internazionali: “Location-Based”, basato sul fattore medio di emissione del mix elettrico nazionale, e “market-based”, che considera gli strumenti contrattuali di approvvigionamento energetico, incluse le Garanzie d'Origine (GO), riferite esclusivamente ai consumi elettrici delle strutture alberghiere. Nel periodo di rendicontazione, una quota prevalente dei consumi elettrici delle strutture ricettive è stata coperta tramite Garanzie d'Origine certificate. I Cancellation Statement disponibili attestano una copertura pari al 97% per il periodo mag-dic 25. Per il periodo gen-apr 26, il fornitore di energia ha confermato una copertura pari al 100%, in attesa dell'emissione del relativo Cancellation Statement da parte del GSE.
- Indice di intensità di carbonio: Emissioni di Scope 1 e 2 in rapporto ai milioni di fatturato in dollari.

OBIETTIVO 3.2

- Numero dei fornitori Food & Beverage locali: somma dei fornitori F&B che hanno la sede legale sul territorio della Provincia di Como, di Ostuni e di Verona.
- % costi alimentari locali: valore della spesa per i fornitori locali (sopra definiti) rispetto al valore complessivo speso per food and beverage nel periodo di rendicontazione.

Riconciliazione delle informazioni con Indicatori GRI

(Global Reporting Initiative) e ESRS (European Sustainability Reporting Standards)

GRI STANDARD		ESRS STANDARD		UBICAZIONE
TITOLO		TITOLO		
GRI 2: INFORMATIVA GENERALE	2-1 Dettagli organizzativi			LarioHotels è società benefit; struttura societaria e governance
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	BP-1: OBBLIGO DI INFORMATIVA	Criteri generali per la redazione delle dichiarazioni sulla sostenibilità	Struttura societaria e governance Percorso sostenibile, Sustainable Development Goals
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto			Copertina, Nota metodologica e approfondimento
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	SBM-1: OBBLIGO DI INFORMATIVA	Strategia, modello aziendale e catena del valore	Storia, mission, vision e valori aziendali, modello di business, percorso sostenibile, hotel e ristoranti
	2-7 Dipendenti	S1: FORZA LAVORO PROPRIA	S1-6 Caratteristiche dei dipendenti dell'impresa	Risultati economici FBC 1.1 FBC 1.2 FBC 1.3 Tabella sui dipendenti
	2-8 Lavoratori non dipendenti		S1-6 Caratteristiche dei dipendenti dell'impresa	FBC 1.1 FBC 1.3 Tabella sui dipendenti
	2-9 Struttura e composizione della governance		S1-6 Caratteristiche dei dipendenti dell'impresa	Struttura societaria e governance
	2-11 Presidente del massimo organo di governo			Struttura societaria e governance
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti	GOV-1: OBBLIGO DI INFORMATIVA	Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo	Struttura societaria e governance
	2-19 Norme riguardanti le remunerazioni	S1: FORZA LAVORO PROPRIA	S1-16 Metriche di retribuzione (diario retributivo e retribuzione totale)	FBC 1.2
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	E1: CAMBIAMENTI CLIMATICI	E1-1 Piano di transizione per la mitigazione dei cambiamenti climatici	Lettera del Presidente, Percorso sostenibile, Sustainable Development Goals
	2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi	S1: FORZA LAVORO PROPRIA	S1 -3 Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai lavoratori propri di sollevare preoccupazioni	FBC 3.1
		S2: LAVORATORI NELLA CATENA DEL VALORE	S2-3 Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai lavoratori nella catena del valore di esprimere preoccupazioni	
		S3: COMUNITÀ INTERESSATE	S3-3 Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono alle comunità interessate di esprimere preoccupazioni	
	2-28 Appartenenza ad associazioni		G1-5 Influenza politica e attività di lobbying	FBC 2.2 FBC 3.3
GRI 201: PERFORMANCE ECONOMICA	201-1 Valore economico diretto generato e distribuito	E1: CAMBIAMENTI CLIMATICI	SBM-1 Posizione di mercato, strategia, modelli aziendali e catena del valore E1-6 Emissioni lorde di GES in ambito 1, 2, 3 ed emissioni totali di GES	Risultati economici FBC 2.2 FBC 3
GRI 203: IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI	203-2 Impatti economici indiretti significativi i	S1: FORZA LAVORO PROPRIA	S1-4 Interventi su impatti rilevanti per la forza lavoro propria e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il perseguimento di opportunità rilevanti in relazione alla forza lavoro propria, nonché efficacia di tali azioni	FBC 2.2
		S2: LAVORATORI NELLA CATENA DEL VALORE	S2-4 Interventi su impatti rilevanti per i lavoratori nella catena del valore e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il perseguimento di opportunità rilevanti per i lavoratori nella catena del valore, nonché efficacia di tali azioni	FBC 2.2
		S3: COMUNITÀ INTERESSATE	S3-4 Interventi su impatti rilevanti e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il perseguimento di opportunità rilevanti in relazione alle comunità interessate, nonché efficacia di tali azioni e approcci	FBC 3.2
		S4: CONSUMATORI ED UTILIZZATORI FINALI	S4-4 Interventi su impatti rilevanti per i consumatori e gli utilizzatori finali e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il perseguimento di opportunità rilevanti in relazione ai consumatori e gli utilizzatori finali, nonché efficacia di tali azioni	FBC 3.2

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

LARIOHOTELS S.P.A.
Società Benefit

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

T: +39 031 329 111
info@lariorhotels.com
sostenibilita@lariorhotels.com

CORPORATE WEBSITE
www.lariorhotels.com
www.vistapalazzo.com



@vistaverona5l
@vistaostuni
@vistapisa
@hotelvillaflori
@postadesignhotel



LARIOHOTELS

VISTA
VERONA

VISTA
OSTUNI

VILLA FLORI
LAGO DI COMO

POSTA DESIGN
LAGO DI COMO