



Bilancio di sostenibilità **2024**

Un hotel, senza le persone,
è solo una montagna
di mattoni.

Bilancio di sostenibilità 2024

Lettera agli Stakeholder

Care Amiche e cari Amici di HNH,

siamo orgogliosi di presentarvi il terzo Bilancio di Sostenibilità di HNH Hospitality S.p.A. Un documento ancora una volta sottoposto ad "assurance" di terza parte indipendente; un investimento che consideriamo fondamentale per confermare il nostro impegno nel percorso di avvicinamento agli obblighi normativi previsti dalla Normativa Europea (CSRD) e per dare ancora più valore all'impegno che tutta la nostra società pone sulle tematiche ESG.

Il Report di Sostenibilità 2024 rappresenta per HNH un momento di consolidamento nella propria rendicontazione di Sostenibilità; pur mantenendo quale punto di partenza gli Standard GRI abbiamo rafforzato alcuni esercizi come l'analisi di doppia materialità, già introdotta nel 2023.

I numeri e gli approfondimenti contenuti in questo Bilancio raccontano e fotografano in modo trasparente il nostro impegno verso i nostri stakeholder e rendono tangibile il nostro impatto sui territori nei quali operiamo.

Nel 2024, oltre al Fatturato (113,4 Milioni di euro rispetto a 107,1 Milioni di euro) è anche cresciuto il Valore Economico Trattenuto passato da 8,7 a 10,5 Milioni di euro. In particolare, è cresciuta la distribuzione a favore dei nostri fornitori, in relazione alla significativa crescita organica del business e dei nostri collaboratori, in relazione al conseguente dimensionamento degli organici.

L'apertura di due nuove property previste già nel 2025 testimonia come HNH consideri la crescita dimensionale un fattore strategico per rafforzare la distribuzione di Valore Economico anche verso terzi.

Care amiche e cari amici di HNH, siamo orgogliosi di presentarvi il terzo Bilancio di Sostenibilità di HNH Hospitality S.p.A.



L'Amministratore Delegato
Luca Boccato

Il terzo Report di Sostenibilità rappresenta anche l'occasione per raccogliere uno storico di informazioni sulle quali basare una comunicazione trasparente ai propri stakeholders.

Siamo orgogliosi di esserci migliorati rispetto agli anni precedenti sulla qualità del posto di lavoro: abbiamo ottenuto per il secondo anno consecutivo la certificazione Great Place To Work®: dalla rilevazione emerge che l'ambiente di lavoro è considerato eccellente dal 64% dei collaboratori e questo è per noi un elemento di particolare rilevanza data l'importanza che attribuiamo alla comunità dei nostri collaboratori.

welcome
to our
passion

Non a caso sono proprio i volti delle nostre persone ad accompagnare visivamente il racconto di questo Bilancio di Sostenibilità. La diversità e l'inclusione sono criteri di gestione cruciali in un Gruppo di oltre 1.000 dipendenti di 61 nazionalità. Siamo focalizzati nel continuare a migliorare l'Ambiente che ci circonda: per tutti i 12 mesi del 2024 abbiamo confermato la scelta di acquistare il 100% di Energia da fonti rinnovabili evitando di produrre 9.427 tonnellate di CO₂. Diversità, competenza e trasparenza sono valori centrali e concretamente realizzati anche nella Governance di HNH, che può vantare un Modello di Gestione e Controllo ex d.lgs.231, un pervasivo sistema di whistleblowing, il Rating di legalità ed un livello di affidabilità commerciale di primo livello secondo D&B. Siamo anche consapevoli che, in altre aree, possiamo e dobbiamo fare meglio. Oggi con tre anni di esperienza abbiamo l'opportunità di individuare in modo più chiaro le aree di miglioramento da potenziare e sviluppare.

In pochi anni abbiamo portato il nostro approccio alla Sostenibilità ad un approccio "forward looking", più mirato a prevedere che a rilevare a consuntivo. Questo documento rappresenta per HNH un importante momento di condivisione con tutti gli Stakeholder della responsabilità che ci guida in una attività di miglioramento continuo. Rispetto alle condizioni di lavoro dei nostri collaboratori, rispetto ai nostri fornitori e ai loro piani di sviluppo e di crescita. Rispetto all'obiettivo di valorizzare e innovare i nostri servizi alberghieri e al fine di rendere più semplice e sicuro il soggiorno dei nostri Ospiti, responsabili e consapevoli dell'impatto che vogliamo e dobbiamo avere all'interno della comunità nella quale operiamo.

L'Amministratore Delegato
Luca Boccato

Indice dei contenuti

Il 2024, in sintesi	10
1. Chi siamo	12
La nostra società La nostra storia La struttura societaria Il nostro 2024 Mission di HNH Hospitality Modello di business di HNH Hospitality La strategia multibrand di HNH Hospitality Il brand Almar	
2. Il percorso di HNH verso la Sostenibilità	30
Un cammino iniziato nel 2016 Il percorso verso la certificazione Green Key Il Sistema di Controllo Interno con riferimento alle tematiche ESG La Catena del Valore La prospettiva del cliente Il contributo delle risorse umane I valori condivisi L'acquisto della materia prima L'approvvigionamento di energia da fonti sostenibili	
3. L'analisi di materialità	48
I nostri stakeholder Analisi di materialità e stakeholder engagement La valutazione dei rischi di sostenibilità Tabella di raccordo dei temi materiali e GRI	
4. Conduzione Etica del Business	58
Una governance responsabile Codice Etico di comportamento Modello 231 Procedura Whistleblowing La gestione della privacy dei dati Il rating di legalità	
5. Soggiorno di qualità	68
Fatti e numeri chiave Perché è importante L'Attenzione ai nostri Ospiti	

6. Benessere sul posto di lavoro	76
Fatti e numeri chiave L'Attenzione ai nostri collaboratori L'indagine di clima La Certificazione Great Place to Work® Le maggiorazioni salariali Welfare e benessere psicologico Congedo parentale La comunità ed il territorio	
7. Diversità Pari Opportunità e Inclusione	96
Fatti e numeri chiave Perché è importante	
8. Sviluppo dei talenti	102
Fatti e numeri chiave Perché è importante La composizione del gruppo Crescere e Fare Squadra	
9. Ambiente di lavoro sicuro	110
Fatti e numeri chiave Perché è importante L'impegno per la sicurezza	
10. Energia, emissioni e cambiamento climatico	122
Fatti e numeri chiave Perché è importante Il percorso di HNH verso la riduzione delle emissioni Mobilità elettrica Acqua Rifiuti La tutela della biodiversità in HNH Treedom: la foresta HNH	
11. Gli obiettivi di miglioramento	134
12. Nota metodologica	138
Note ai dati e informazioni Tabella di raccordo temi materiali e temi GRI Appendice	
13. Indice dei contenuti GRI	146
Indice dei contenuti GRI Tematiche Materiali non coperte da GRI Aspects	
14. Relazione di Assurance	156

Il 2024, in sintesi

Conduzione Etica
del Business

Adozione Codice Etico
Adozione Modello 231
Procedura Wistleblowing
Rating di Legalità

Soggiorno di Qualità

16.251 recensioni
pubblicate sui principali portali online e social network turistici

72,8% risposte
alle recensioni da parte dei manager degli hotel

88,8% punteggio medio
lasciato dagli Ospiti che hanno soggiornato negli hotel

Benessere
sul Posto di Lavoro

Ottenimento Certificazione Great Place To Work®
64% Indice di gradimento complessivo
ricavato dall'analisi di clima Great Place to Work® 2024

Sviluppo dei talenti

679* collaboratori
46% donne
Oltre 8.375 ore
di Formazione erogata nell'anno 2024
di cui il 18% inerente ad aspetti legati alla sicurezza

Ambiente
di lavoro sicuro

1.746 Ore
di Formazione sul tema sicurezza

0
malattie professionali rilevate negli ultimi 3 anni

26 Infortuni
su 1.310.501 ore lavorate

Energia Emissioni
e Cambiamento
Climatico

17,1 milioni di kWh
consumati solo da fonti 100% rinnovabili, pari al 100% del
consumo elettrico complessivo

9.427 tonnellate di CO₂
evitate, grazie all'utilizzo di energia al 100% da fonti
rinnovabili

8 sistemi di smart metering
attivi nelle strutture del Gruppo

*Numero Medio/FTE

- La nostra società
- La nostra storia
- La Struttura societaria
- Il nostro 2024
- Mission di HNH Hospitality
- Modello di Business di HNH Hospitality
- La strategia multibrand di HNH Hospitality
- Il brand Almar

01. Chi siamo

La nostra società



16 + 5

Hotel + Prossime Aperture



2.223 + 622

Camere



12 + 2

Città



5

Catene alberghiere internazionali



1.100

Collaboratori*

**Il numero di collaboratori sopra riportato si riferisce al numero massimo registrato nel momento di massima operatività (agosto), coincidente con l'apertura di tutte le strutture e resort del gruppo.*

La nostra storia

1966



Angelo e Jolanda Boccato aprono il primo albergo: l'Hotel Brasilia a Jesolo.

1999



Loris Boccato, attuale Presidente, e Marina Drighetto aprono l'Hotel Tritone a Venezia-Mestre e fondano il Gruppo.

2003



Luca Boccato diventa Amministratore Delegato.

2005



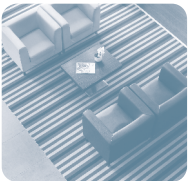
Il Best Western Premier Hotel Sant'Elena di Venezia entra in HNH.

2006



Il Best Western Gorizia Palace entra in HNH.

2010



Aprì il Best Western Plus Quid Hotel Venice Mestre.

2013



Il Best Western CTC Hotel di Verona entra in HNH.

2014



Aprì Almar Lido Jesolo, primo hotel 5 stelle del Gruppo.

2016



Il Best Western Plus Tower Hotel Bologna entra in HNH.

2017



Siparex, gestore di private equity, diventa socio investendo 8,5 milioni di euro in HNH Hospitality.

2018



L'Hotel Tritone diventa Best Western Hotel Tritone.

2019



L'Hotel Sant'Elena diventa Hotel Indigo Venice - Sant'Elena. Aprì il DoubleTree by Hilton Trieste. Il Grand Hotel Des Arts di Verona, Crowne Plaza Padova e Crowne Plaza Venice East - Quarto d'Altino entrano in HNH.

2020



Il Grand Hotel Des Arts Verona diventa Hotel Indigo Verona - Grand Hotel Des Arts.

2021



Aprono il DoubleTree by Hilton Rome Monti e il voco® Milan-Fiere, primo voco® in Italia.

2022



Il Quid Hotel Venice Mestre diventa voco® Venice Mestre -The Quid.

Aprì Almar Giardino di Costanza Mazara del Vallo, in Sicilia.

2023

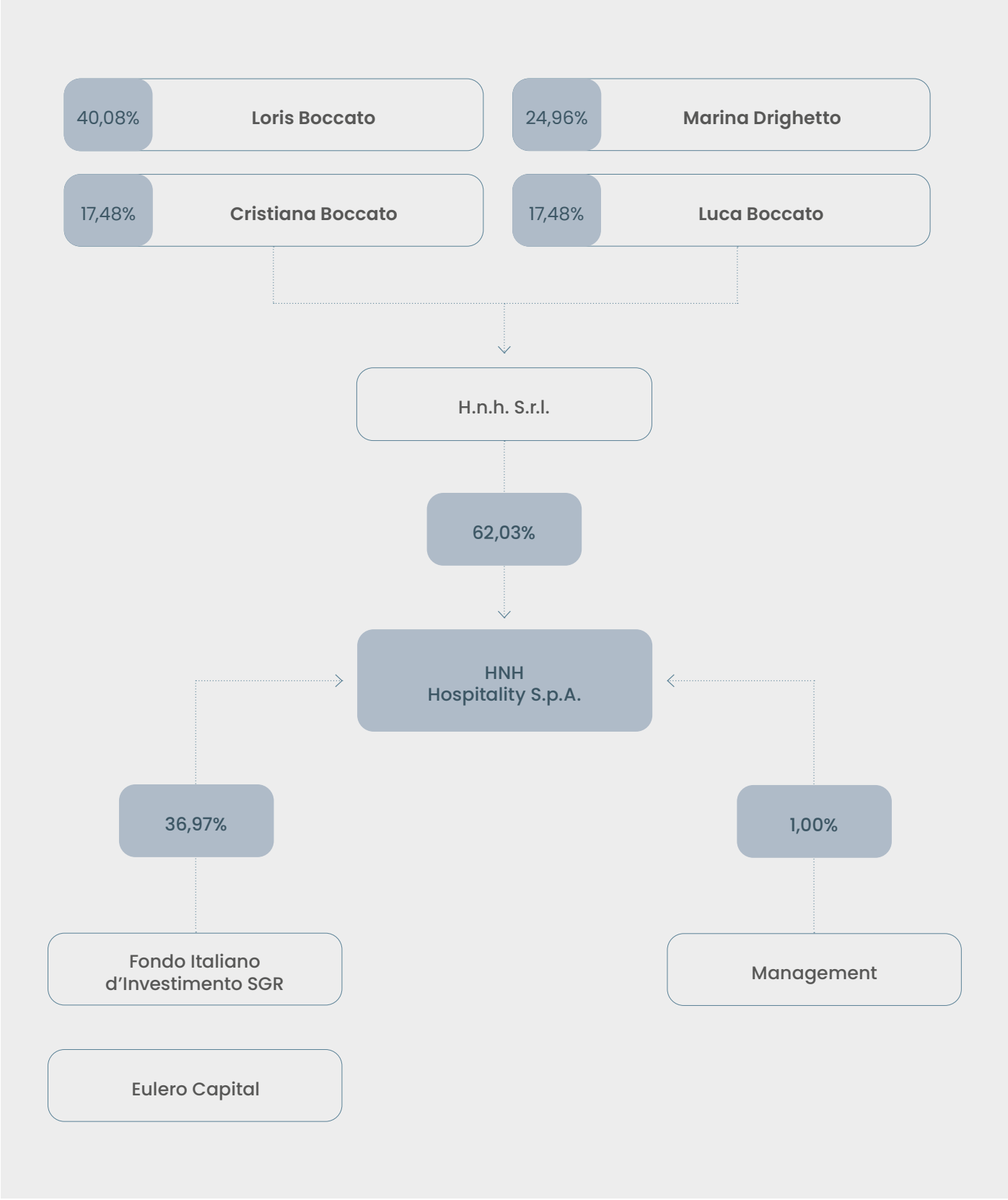


Almar Timi Ama Villasimius, in Sardegna, entra nel Gruppo.

Fondo Italiano d'Investimento ed Eulero Capital congiuntamente acquisiscono la partecipazione azionaria di Siparex.

Consiglio di Amministrazione (triennio 2023–2025)	Loris Boccato	Presidente
	Luca Boccato	Consigliere e Amministratore Delegato
	Cristiana Boccato	Consigliere
	Giovanna Manzi	Consigliere
	Gianpaolo Di Dio	Consigliere
	Gianfranco Burei	Consigliere
	Stefano Berton	Consigliere
Collegio Sindacale	Katia Agostini	Presidente del Collegio Sindacale
	Marco Buzzavo	Sindaco
	Guido Sesani	Sindaco
Società di Revisione	PwC Italia	
Organismo di Vigilanza ex D.Lgs. n.231/2001	Sabrina Rigo	

Hotel di proprietà*	Hotel in locazione di immobile	Hotel in affitto di azienda	Hotel in Management
Park Hotel Brasilia Hotel Indigo Venice Sant'Elena Best Western Hotel Tritone	Almar Lido Jesolo DoubleTree by Hilton Rome Monti DoubleTree by Hilton Trieste voco® Milan-Fiere voco® Venice Mestre – The Quid Best Western Plus Tower Hotel Bologna Best Western Gorizia Palace Hotel Hilton Garden Inn Milan Bergamo Airport** Cavallerizza Reale Torino Radisson Collection** Homy Livia Verona** Hotel Leon d'Oro**	Hotel Indigo Verona – Grand Hotel Des Arts Crowne Plaza Padova Crowne Plaza Venice East Quarto d’Altino Best Western CTC Hotel Verona Almar Lido Jesolo Almar Giardino di Costanza Mazara del Vallo Almar Timi Ama Villasimius	Palazzo delle Stelline MGallery Milano**
* Di proprietà della capogruppo, in locazione ad HNH Hospitality S.p.A. ** Prossima apertura			



Nel mese di dicembre 2023, l’Assemblea dei Soci ha approvato il piano di incentivazione a favore di amministratori e dipendenti della Società, l’adozione di un nuovo testo di statuto sociale integrato, e l’ Aumento di capitale sociale a pagamento con emissione di n. 5.774 azioni di categoria “C”, collocate nel termine massimo del 31 dicembre 2023, in favore di amministratori e dipendenti della Società identificati dal Consiglio di Amministrazione che aveva già autorizzato l’operazione il 13 ottobre 2023. A seguito dell’introduzione del piano il Management dell’azienda è diventato complessivamente azionista di HNH per una percentuale pari all’1% del Capitale della Società.

La Capogruppo H.n.h. S.r.l. detiene la proprietà di 3 dei 18 immobili in cui la controllata HNH Hospitality S.p.A. svolge l’attività di gestione alberghiera.

Il nostro 2024

Nel settore dell'accoglienza, il rapporto umano e il rapporto dell'uomo con l'ambiente che lo circonda acquisiscono un valore fondamentale. Sviluppare comportamenti socialmente responsabili significa creare le premesse per una concorrenza leale e trasparente, garantendo benessere e sviluppo, nel rispetto dell'ambiente e dei diritti umani.

Al fine di coniugare il bene della comunità con quello aziendale, HNH si impegna a perseguire un comportamento consapevole e responsabile, partecipando a iniziative dedicate alla sostenibilità ambientale, alla valorizzazione del capitale umano e all'impegno sociale.

HNH negli ultimi anni ha promosso un modello operativo e di business capace di coniugare crescita economica, sviluppo sociale e tutela dell'ambiente. Con riferimento a questi valori il 2021 è stato un anno particolarmente importante in quanto la Società è stata insignita tra le Top 100 Imprese Eccellenti Italiane, rientrando nella classifica delle aziende più sostenibili stilata da Credit Suisse e Kon Group, in relazione al raggiungimento di determinati rating ESG. Tale riconoscimento è stato riconfermato anche nel 2022 con la Top 50 Imprese Eccellenti Italiane riconoscendo ad HNH Hospitality un significativo incremento dei rating rispetto l'anno precedente in tutti e 3 i Pillar ESG ("Environmental" "Social" "Governance"). Anche nel 2023 e nel 2024, per il terzo e quarto anno consecutivo, alla società è stato riconosciuto il Sustainability Award, promosso da Kon Group ed ELITE, e celebrato nella cornice di Palazzo Mezzanotte a Milano il 17 ottobre 2024.

Nel settore dell'accoglienza, il rapporto umano e il rapporto dell'uomo con l'ambiente che lo circonda acquisiscono un valore fondamentale.

Già a partire infatti dal 2022 la Società ha adottato un approccio maggiormente strategico e strutturato ai temi della sostenibilità, con l'istituzione di un Comitato ESG composto dalle funzioni Amministrazione, Finanza e Controllo, Risorse Umane, Acquisti e Direzione Operativa che svolge attività istruttorie e consultive nei confronti dell'Amministratore Delegato con riferimento al successo sostenibile dell'impresa. Tra le altre attività il Comitato promuove l'integrazione della sostenibilità nelle strategie e nella cultura del Gruppo e la sua diffusione presso tutti gli stakeholder, nonché una valutazione periodica del posizionamento della Società sui temi di sostenibilità attraverso l'identificazione di una Matrice di materialità di impatti condivisa e un confronto con altri player del settore.

Tale Matrice riflette le priorità negli ambiti di sostenibilità rilevanti per il Gruppo, sui quali la Società ha investito e continuerà a investire con l'obiettivo di integrare la sostenibilità, non solo nelle linee guida strategiche, ma anche nell'operatività quotidiana e nella cultura aziendale mediante la definizione di una prima roadmap, contenente obiettivi di miglioramento specifici e iniziative dedicate ai temi ritenuti maggiormente rilevanti per la società.

HNH Hospitality S.p.A. ha chiuso il 2024 con un EBITDA Adjusted pari a 16,3 milioni di euro, in continuità rispetto al 2023, e con un'incidenza sui ricavi, passata dal 15.3% del 2023 al 14.4% del 2024.

RISULTATI ECONOMICI (MIGLIAIA DI EURO)		
	2024	2025
Fatturato	113.425	105.764
EBITDA Adjusted	16.306	16.178
EBIT	9.583	10.528



Nella tabella sotto-riportata vengono presentati i dati economici 2024 in termini di valore generato e distribuito, in coerenza con gli standard GRI 201-1.

GRI 201-1

VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO (MIGLIAIA DI EURO)		
	2024	2023
Valore Economico Generato	113.425	113.425
Valore Economico Distribuito	102.913	98.384
Valore distribuito ai Fornitori	68.250	65.900
Valore distribuito ai Dipendenti	28.174	26.064
Valore distribuito alla PA*	4.452	4.400
Valore distribuito ai Soci	1.144	1.046
Valore distribuito ai Finanziatori	885	961
Valore distribuito alla Comunità	8	13
Valore Economico trattenuto	10.512	8.710

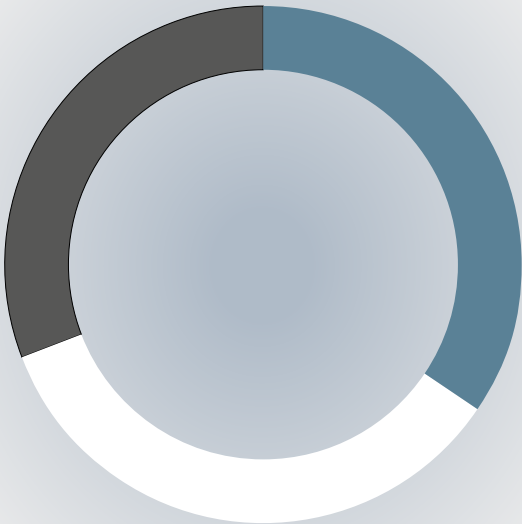
*Valore Distribuito alla PA: Imposte, Tasse e Tassa Rifiuti Alberghi

Il Valore Economico Generato nel 2024, cresciuto del 5,9% rispetto al 2023, è dovuto all’effetto combinato di:

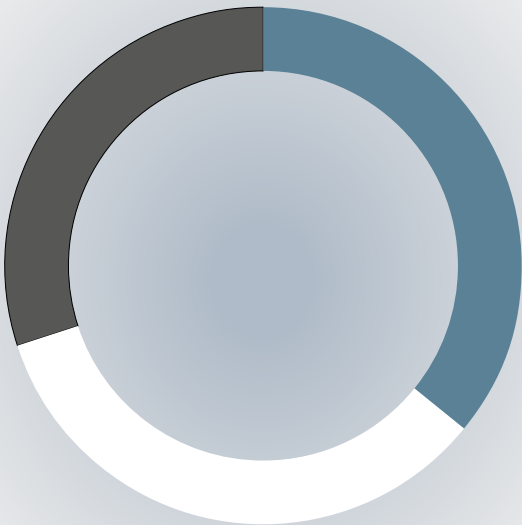
- consistente ripresa del business operativo per le strutture storiche;
- consolidamento hotel di città in particolare Roma e Milano.

All’interno del Valore Economico distribuito le voci che registrano una crescita più significativa riguardano in particolar modo:

- Fornitori, in relazione alla significativa crescita organica del business;
- Dipendenti, in relazione al conseguente dimensionamento delle strutture.



Primary Italian Destination	34%	
Secondary Italian Destination	36%	
Sun & Beach Destination	30%	



Business Hotel	36%	
City Hotel	34%	
Resort	30%	

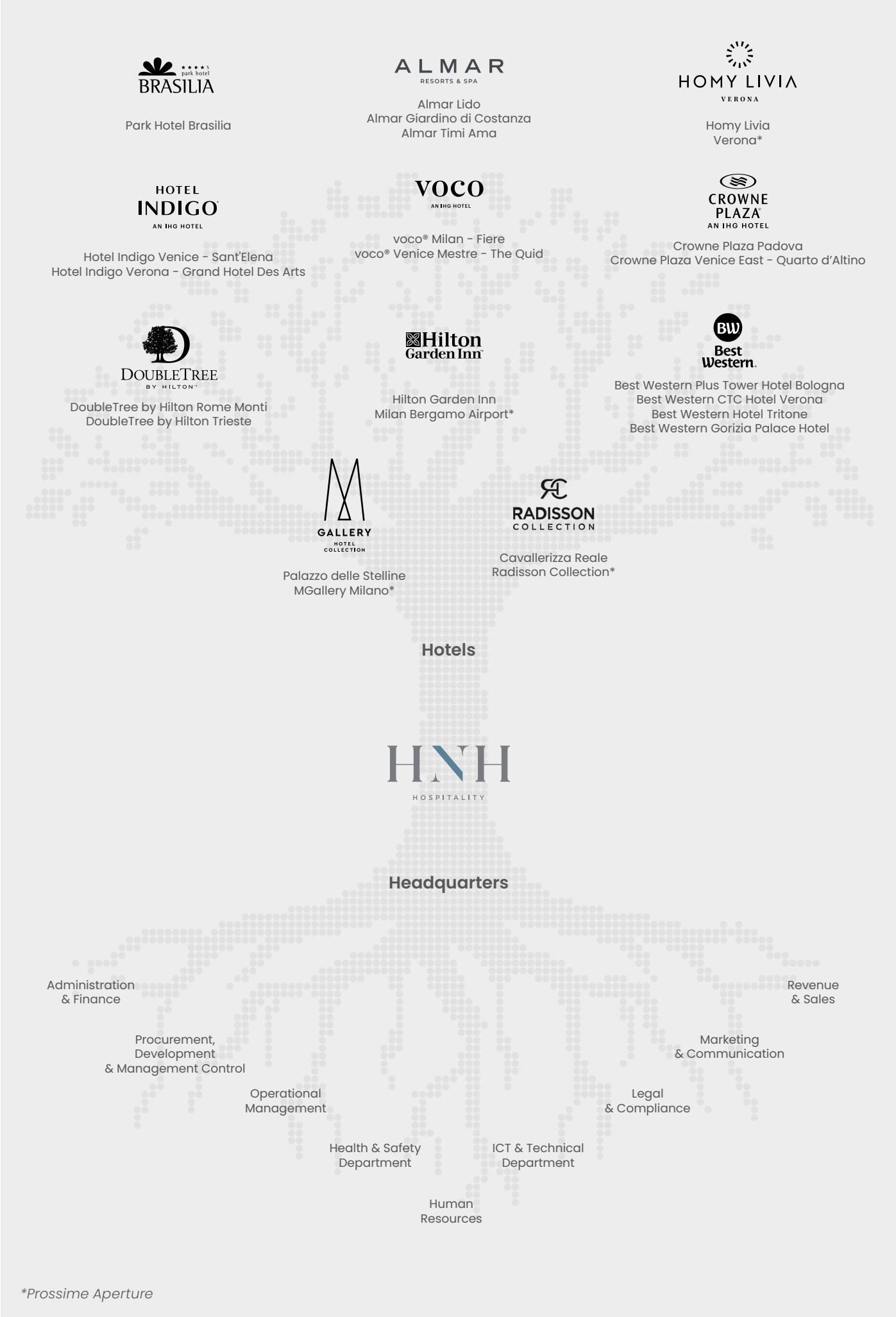
Mission
di HNH Hospitality

L’ospitalità è la nostra missione, per vocazione naturale e storia imprenditoriale. L’essere azienda ci impone di interpretare questo ruolo con spirito di innovazione ed efficienza economica. La nostra declinazione dell’hotellerie prevede una ricerca continua di efficienza ed un innalzamento costante degli standard qualitativi dei servizi che offriamo ai nostri Ospiti. Benvenuti nella nostra passione, l’ospitalità.

Modello di Business di HNH Hospitality

Il modello di business di HNH Hospitality può essere rappresentato da un albero. Le radici sono la Sede centrale di Venezia Mestre con le sue competenze e attività specialistiche a servizio degli hotel: la Direzione commerciale e operativa, l'Amministrazione, la Finanza e il Controllo di Gestione, gli Acquisti, la gestione delle Manutenzioni, la Selezione e gestione del Personale, il Marketing e la Comunicazione, fino alla gestione della Sicurezza, sia per quanto riguarda l'intero staff che per i nostri Ospiti. I rami sono i nostri Resort e Hotel che, con questa organizzazione, possono concentrarsi sulla qualità del servizio offerto agli Ospiti e sulla gestione delle risorse. Grazie a questo modello organizzativo, le efficaci sinergie di sviluppo tra le specializzazioni delle "radici" e l'operatività dei singoli "rami" sono in grado di ottimizzare gli standard qualitativi e l'efficienza economica di ciascun hotel, favorendone la crescita e il successo.

Il modello di business di HNH Hospitality può essere rappresentato da un albero.



La strategia multibrand di HNH Hospitality

L’innovazione passa anche attraverso sinergie con partner internazionali come le catene alberghiere con le quali oggi HNH Hospitality collabora attraverso contratti di franchising o management.

Il brand Almar

Almar Resort & Spa

Almar Resort & Spa è la collection di lusso nata in HNH Hospitality. È, per sua Missione, un brand italiano che, si posiziona nel mercato come pioniere del lusso sostenibile. Un lusso non opulento ma caratterizzato dal recupero del tempo e dello spazio da dedicare a sé stessi e ai propri cari. I legami umani, l’impegno per preservare la bellezza del territorio per le generazioni future sono gli assi portanti di questo brand che fanno di Almar, non solo una serie di hotel, ma un rifugio dove gli Ospiti sono considerati parte della famiglia, offrendo comfort, ospitalità genuina e gesti premurosi. Il concetto di lusso è legato alle relazioni durature e ai ricordi preziosi che vengono creati durante il soggiorno.

Le proprietà Almar riflettono il carattere e il fascino dell’ambiente circostante, consentendo agli Ospiti di vivere esperienze che combinano autenticità, benessere e la promessa di un’immersione culturale senza pari. L’attenzione alla sostenibilità e all’ambiente è, prima di tutto, un impegno che coinvolge anche l’Ospite e che rende il soggiorno autentico, invitandolo a un viaggio straordinario dove il passato e il presente si intrecciano, promettendo una permanenza indimenticabile.



	IHG Hotels & Resorts IHG Hotels & Resorts, quotata alla borsa di New York e Londra, gestisce, possiede o concede in franchising più di 6.500 hotel in oltre 100 Paesi nel mondo. HNH Hospitality ha scelto il brand Hotel Indigo per i Boutique hotel Upper Upscale di città, il brand Crowne Plaza per gli hotel Upscale a vocazione Business e congressuale e il brand voco® per gli hotel lifestyle, per una proposta informale che alterna lavoro e divertimento.
	Hilton Hotels & Resorts Hilton Hotels & Resorts, società quotata al NYSE, con 19 brand e più di 8.400 property, è una delle principali catene alberghiere al mondo. HNH Hospitality ha scelto il brand DoubleTree by Hilton per il franchising dei propri hotel nel segmento Upper Upscale in location a prevalente vocazione internazionale e il brand Hilton Garden Inn per la nuova apertura presso l’aeroporto di Bergamo.
	BW Hotels BW Hotels, presente in più di 100 nazioni nel mondo con 4.300 hotel, è il partner scelto per affiliare gli Hotel Midscale e Upper Midscale a vocazione Business del Gruppo grazie ai brand Best Western e Best Western Plus.
	AccorHotels AccorHotels è uno dei principali gruppi alberghieri francesi a livello mondiale con 5.500 hotel in 110 Paesi nel mondo. HNH Hospitality ha scelto il brand MGallery, collezione di lusso presente nel mondo con 120 boutique-hotel, per la ristrutturazione del prestigioso Palazzo delle Stelline di Milano.
	Radisson Hotel Group Radisson Hotel Group è un gruppo alberghiero internazionale e dinamico, con dieci marchi distintivi che spaziano da soluzioni di lusso a opzioni più accessibili. Con una rete in continua espansione, Radisson conta oltre 1.460 hotel in funzione e in fase di sviluppo nelle regioni EMEA (Europa, Medio Oriente e Africa) e APAC (Asia Pacifico). HNH Hospitality ha scelto il marchio Radisson Collection per l’hotel a 5 stelle che nascerà dalla riqualificazione di una porzione della “Cavallerizza Reale” di Torino, immobile storico dichiarato patrimonio mondiale dell’Unesco.

- Un cammino iniziato nel 2016
- Il percorso verso la certificazione Green Key
- Il Sistema di Controllo Interno con riferimento alle tematiche ESG
- La Catena del Valore
- La prospettiva del cliente
- Il contributo delle risorse umane
- I valori condivisi
- L'acquisto della materia prima
- L'approvvigionamento di energia da fonti sostenibili

02. Il percorso di HNH verso la Sostenibilità

Un cammino iniziato nel 2016

L’approccio multibrand della società ha nel tempo influenzato la visione inerente alle tematiche riguardanti la sostenibilità. Inizialmente, infatti, l’affiliazione ai marchi Best Western degli hotel del gruppo ha portato all’attenzione del Management i principi legati ai programmi “Stay for the Planet” e “Stay Plasticless”, promossi da Best Western Italia e Lifegate.

Successivamente l’affiliazione ai marchi di IHG, Hilton ed Accor con la conseguente partecipazione ai programmi “Green Engage”, “Lightstay” e “Gaia”, ha permesso di cogliere elementi ed opportunità da inserire nella strategia aziendale e nel percorso di HNH verso la Sostenibilità. Questa visione strategica, che si è via via consolidata negli anni, è stata quindi condivisa col Management e con l’operatività delle strutture ed è stata ulteriormente valorizzata negli ultimi anni. Il 2021 è stato un anno particolarmente importante in quanto la Società è stata insignita tra le **Top 100 Imprese Eccellenti Italiane**, rientrando nella classifica delle aziende più sostenibili stilata da Credit Suisse e Kon Group, in relazione al raggiungimento di determinati rating ESG. Tale riconoscimento è stato riconfermato anche nel 2022 con la **Top 50 Imprese Eccellenti Italiane** riconoscendo ad HNH Hospitality un significativo incremento dei rating rispetto l’anno precedente in tutti e 3 i Pillar ESG (“Environmental” “Social” “Governance”). Anche nel 2023 e nel 2024, per il terzo e quarto anno consecutivo, alla società è stato riconosciuto il **Sustainability Award**, promosso da Kon Group ed ELITE, e celebrato nella cornice di Palazzo Mezzanotte a Milano il 17 ottobre 2024.

Già a partire infatti dal 2022 la Società ha adottato un approccio maggiormente strategico e strutturato ai temi della sostenibilità, con l’istituzione di un **Comitato ESG** composto dalle funzioni Amministrazione, Finanza e Controllo, Risorse Umane, Acquisti e Direzione Operativa che svolge attività istruttorie e consultive nei confronti dell’Amministratore Delegato con riferimento al successo sostenibile dell’impresa. Tra le altre attività il Comitato promuove l’integrazione della sostenibilità nelle strategie e nella cultura del Gruppo e la sua diffusione presso tutti gli stakeholder, nonché una valutazione periodica del posizionamento della Società sui temi di sostenibilità attraverso l’identificazione di una **Matrice di materialità di impatti** condivisa e un confronto con altri player del settore. Tale Matrice riflette le priorità negli ambiti di sostenibilità rilevanti per il Gruppo, sui quali la Società ha investito e continuerà a investire con l’obiettivo di integrare la sostenibilità, non solo nelle linee guida strategiche, ma anche nell’operatività quotidiana e nella cultura aziendale mediante la definizione di una prima roadmap, contenente obiettivi di miglioramento specifici e iniziative dedicate ai temi ritenuti maggiormente rilevanti per la società.



Il percorso verso la certificazione Green Key

Il marchio d'eccellenza per l'ospitalità sostenibile

A partire dal mese di novembre 2023 HNH Hospitality ha avviato l'iter di certificazione Green Key per 6 strutture del gruppo. Nel corso dell'anno 2024 sono poi state certificate altre 8 strutture, certificando Green Key 14 su 16 hotel attualmente in gestione da parte della Società.

Green Key è la certificazione di eccellenza della sostenibilità nell'ospitalità turistica. Il prestigioso marchio di qualità ecologica rappresenta l'impegno delle strutture all'osservanza dei rigorosi criteri Green Key stabiliti dalla Foundation for Environmental Education (FEE). Il Green Key eco-label viene assegnato annualmente a seguito di una procedura standardizzata che avvia il percorso di miglioramento secondo il seguente iter: adesione, adeguamento ai criteri, audit, verifica della Commissione di valutazione.

Il Green Key eco-label nasce nel 1994 in Danimarca e, nel 2002, diventa uno dei programmi internazionali della FEE. Green Key, insieme a Bandiera Blu, rappresenta uno dei più diffusi eco-label sul turismo a livello mondiale.

Green Key ha il supporto e la partecipazione di due agenzie dell'ONU, UNEP (Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente) e UNWTO (Organizzazione Mondiale del Turismo) con le quali la FEE ha sottoscritto un Protocollo di partnership globale.

La FEE è riconosciuta dall'UNESCO come leader mondiale nel campo dell'educazione ambientale e dell'educazione allo sviluppo sostenibile.



Green Key



Le strutture di HNH Hospitality che hanno completato l’iter di certificazione Green Key nell’anno fiscale 2024 sono state:

DoubleTree by Hilton Rome Monti

completato a dicembre 2023;

voco® Milan-Fiere

completato a dicembre 2023;

Best Western Plus Tower Hotel Bologna

completato a febbraio 2024;

Crowne Plaza Padova

completato a febbraio 2024

**Hotel Indigo Verona
Grand Hotel Des Arts**

completato in aprile 2024

Almar Timi Ama Villasimius

completato in maggio 2024;

voco® Venice Mestre – The Quid

completato in giugno 2024;

DoubleTree by Hilton Trieste

completato in luglio 2024;

Best Western CTC Hotel Verona

completato in luglio 2024;

Best Western Gorizia Palace

completato in luglio 2024;

Almar Lido Jesolo

completato in ottobre 2024;

**Almar Giardino di Costanza
Mazara del Vallo**

completato in ottobre 2024;

Le strutture di HNH Hospitality che, successivamente la chiusura dell’esercizio fiscale 2024, hanno completato l’iter di certificazione Green Key nel mese di Dicembre 2024 sono state:

Hotel Indigo Venice – Sant’Elena

completato in dicembre 2024;

Best Western Hotel Tritone

completato in dicembre 2024;

Nel corso del 2024 la catena internazionale Hilton Hotels & Resorts con la quale HNH Hospitality gestisce in franchising due strutture (DoubleTree by Hilton Rome Monti e DoubleTree by Hilton Trieste), ed il suo portafoglio di marchi alberghieri sono stati certificati secondo i seguenti standard ISO:

ISO 9001

Sistemi di gestione per la qualità

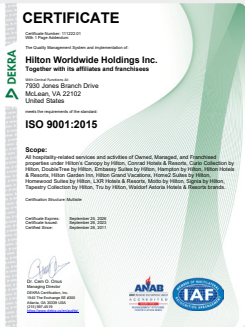
ISO 14001

Sistemi di gestione ambientale

ISO 50001

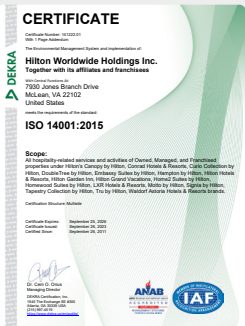
Sistemi di gestione dell’energia

Queste certificazioni sono fondamentali nel sostenere gli obiettivi di sostenibilità di Hilton e sono riconosciute su piattaforme come Booking.com sotto “Certificazione di Sostenibilità” e su Google.com sotto “Eco-certificato”. Per mantenere la certificazione, Hilton è sottoposta a audit di verifica annuali. Ogni anno, un campione di hotel viene selezionato casualmente per questi audit, che sono progettati per convalidare esternamente i dati e i processi di sostenibilità e qualità di Hilton.



CERTIFICAZIONE ISO 9001:2015
(sistemi di gestione della qualità)
Data di certificazione: 26 settembre 2023
Data di scadenza: 25 settembre 2026

La norma ISO 9001:2015 specifica i requisiti per un sistema di gestione della qualità, consentendo a un'organizzazione di dimostrare la propria capacità di fornire costantemente prodotti che soddisfino i requisiti dei clienti e migliorino la loro soddisfazione.



CERTIFICAZIONE ISO 14001:2015
(sistemi di gestione ambientale)
Data di certificazione: 26 settembre 2023
Data di scadenza: 25 settembre 2026

La norma ISO 14001:2015 specifica i requisiti per un sistema di gestione ambientale che un'organizzazione può utilizzare per migliorare le proprie prestazioni ambientali. La norma ISO 14001:2015 è destinata a essere utilizzata da un'organizzazione che cerca di gestire le proprie responsabilità ambientali in modo sistematico, contribuendo così al pilastro ambientale della sostenibilità.



CERTIFICAZIONE ISO 50001:2018
(sistemi di gestione dell'energia)
Data di certificazione: 26 settembre 2023
Data di scadenza: 25 settembre 2026

La norma ISO 50001:2018 specifica i requisiti per stabilire, implementare, mantenere e migliorare un sistema di gestione dell'energia, il cui scopo è consentire a un'organizzazione di seguire un approccio sistematico per ottenere il miglioramento continuo delle prestazioni energetiche, inclusi l'efficienza energetica, l'uso e il consumo di energia.

Il Sistema di Controllo Interno con riferimento alle tematiche ESG

Il sistema di controllo della Società trova il suo fondamento nella carta dei Valori del Gruppo e nella sua declinazione tramite il Codice Etico ed ha come obiettivo principale quello di definire i principi di riferimento in merito alle tematiche sociali ed ambientali e fornire ai singoli alberghi le linee guida nella gestione di un approccio sostenibile alle attività operative.

Le principali Linee Guida del Gruppo HNH Hospitality in ambito ESG sono riassunte nei seguenti documenti:

Codice Etico
documento che sintetizza i principi ed i valori etici che guidano HNH Hospitality nelle relazioni con gli stakeholder e nelle attività operative;

Politica Ambientale
documento che sintetizza le principali linee di indirizzo delle operations volte ad una modalità di azione operativa più sostenibile;

Supply Chain Sustainability Guidelines
documento che sintetizza i principi ed i valori etici che guidano HNH Hospitality nelle relazioni con gli stakeholder e nelle attività operative;

Dal 2021 la Società ha inoltre costituito un Comitato ESG, composto dalle seguenti funzioni aziendali:

Direzione Finance
Direzione HR
Direzione Acquisti
Direzione Operativa

aperto poi ad altre funzioni (Commerciale, Legale, RSPP), in relazione alle particolarità delle tematiche trattate nelle riunioni. L'organismo si riunisce con cadenza trimestrale e nasce con lo scopo di condividere tra le funzioni coinvolte i risultati e le best practice raggiunte, oltre a stimolare ed innovare la strategia aziendale in ambito di sostenibilità, monitorando ed aggiornando gli obiettivi di miglioramento definiti in ambito ESG.

La Catena del Valore

In quanto società appartenente al settore dell’Hospitality, HNH basa la sua crescita e il suo successo nella fornitura di valore aggiunto al cliente mediante la prestazione di un servizio di qualità.

La creazione di valore ovvero la produzione del servizio avviene in primo luogo attraverso l’acquisizione di servizi da terzi (circa il 32% del valore prodotto nel 2024), seguita dal contributo delle Risorse Umane (circa il 25%), dalla locazione di spazi in cui viene gestita l’attività (circa il 20%) ed infine attraverso la acquisizione della materia prima che viene consumata nelle strutture ricettive (circa l’8%).
I servizi acquisiti da terzi sono alquanto eterogenei. Tali servizi vengono combinati in quantità e livelli diversi a seconda della tipologia di segmento in cui opera la Società. L’approvvigionamento di fonti di energia (elettricità, acqua, gas), rappresenta di gran lunga la voce più rilevante di servizio operativo acquisito dalla società (circa il 10% del valore prodotto nel 2024).
Su indicazione del Comitato ESG della Società, uno degli obiettivi richiesti alla Centrale Acquisti di HNH per i prossimi anni sarà quello di costruire coi fornitori più strategici dei piani di miglioramento delle loro performance in ambito ESG, mediante dei processi di sensibilizzazione e crescita in termini di awareness e sensibilità.

La prospettiva del cliente

La Direzione Commerciale di HNH Hospitality anche nel corso del 2024 ha condotto un’analisi interna, coinvolgendo tutto il personale dell’Area Sales, funzionale a rilevare le principali richieste e necessità degli operatori primari con cui opera la Società, clusterizzati per macro-segmenti (Corporate, MICE, Leisure) funzionale a cogliere gli orientamenti del cliente in materia ESG, ed orientare in tal modo le azioni e le attività in relazione alle specificità del segmento analizzato. L’indagine è stata svolta specificatamente con un’ottica B2B, andando ad analizzare i fabbisogni in ambito ESG delle principali aziende con cui opera il Gruppo Alberghiero.
I risultati sono molto simili rispetto a quanto emerso nell’analisi del 2024.

Riportiamo qui di seguito sintesi dell’analisi interna che è stata condotta:



Tipologia Stakeholder	Mercato Geografico	Le principali necessità espresse dagli stakeholders	Tipologia necessità
CORPORATE (aziende interessate a soggiorni di propri dipendenti)	Domestico ed Internazionale	Documenti e politiche interne: Adottare una politica di sostenibilità con obiettivi chiari e misurabili, comunicare questa politica ai clienti e incentivarli a comportarsi in modo coerente, e predisporre un bilancio di sostenibilità ed etico. Obiettivi (Targets): Stabilire obiettivi per la riduzione delle emissioni di carbonio per camera, perseguire traguardi allineati con il percorso di 1,5 gradi Celsius, raggiungere l’obiettivo di utilizzare solo fonti rinnovabili entro una data stabilita, e definire obiettivi per la riduzione degli sprechi e dei consumi di acqua ed energia elettrica, ecc. Certificazioni: Ottenere certificazioni riconosciute a livello globale, assicurandosi che includano controlli effettuati da terze parti. Formazione (Trainings): Offrire sessioni di formazione al personale su tematiche ESG, e organizzare riunioni per il management, finalizzate alla sensibilizzazione riguardo questi temi. Dotazioni: Implementare sistemi di domotica per ridurre i consumi, sistemi per il risparmio dell’acqua, dispenser, soluzioni paperless, e altre tecnologie per migliorare l’efficienza. Acquisti: Scegliere fornitori locali, acquistare da produttori impegnati su temi ESG, e assicurarsi che i menù alimentari contengano almeno una certa percentuale di prodotti stagionali. Comunità locali: Attivare collaborazioni con partner locali per promuovere iniziative ESG nella comunità e sul territorio, in sinergia con ONG locali.	L’attivazione delle misure richieste dallo stakeholder è un criterio determinante per l’inclusione o l’esclusione dagli accordi di vendita, influenzando direttamente contratti e opportunità. Questo segmento, composto da stakeholder di grandi dimensioni, è ormai sufficientemente maturo sui temi ESG, al punto che in moltissimi casi tale conformità risulta imprescindibile.
MICE (aziende interessate a meeting, riunioni, eventi frequentati dai propri dipendenti e-o da propri clienti o partner)	Domestico ed Internazionale	Documenti e politiche interne Definire una policy di sostenibilità con obiettivi chiari e misurabili. Comunicare la policy ai clienti e incoraggiarli ad adottare comportamenti sostenibili. Redigere un bilancio di sostenibilità ed etico. Eliminazione della plastica Sostituire le bottigliette di plastica con alternative più sostenibili, come l’uso di boccioni. Garantire un’esperienza plastic-free per i clienti. Certificazioni Ottenere certificazioni di sostenibilità riconosciute a livello globale. Assicurarsi che le certificazioni prevedano controlli da parte di enti terzi. Checklist green Adottare e seguire una checklist di pratiche sostenibili per monitorare e migliorare continuamente le performance ESG.	L’attivazione delle misure richieste dallo stakeholder è un criterio determinante per l’inclusione o l’esclusione dagli accordi di vendita, influenzando direttamente contratti e opportunità. Questo segmento, composto da stakeholder di grandi dimensioni, è ormai sufficientemente maturo sui temi ESG, al punto che in moltissimi casi tale conformità risulta imprescindibile.
LEISURE (operatori professionali nel turismo di svago organizzato)	Domestico ed Internazionale	Diritti e condizioni di lavoro Garantire il rispetto dei diritti umani, promuovere la zero discriminazione e assicurare salari equi. Assicurare la salute e la sicurezza nei luoghi di lavoro. Sostenibilità ambientale ed economica Monitorare e ridurre l’impatto ambientale delle attività. Adottare pratiche di approvvigionamento sostenibile. Favorire uno sviluppo economico sostenibile. Comunità e stakeholder Coinvolgere e supportare attivamente lo sviluppo della comunità locale. Comunicare in modo chiaro e trasparente con i clienti. Gestione e sicurezza Implementare protocolli efficienti per la gestione delle strutture. Garantire la protezione dei dati e la sicurezza informatica.	L’attivazione delle misure richieste dallo stakeholder è un criterio determinante per le classificazioni che attribuiscono punteggi ESG, senza però rappresentare un fattore di esclusione. Questo segmento è meno evoluto rispetto ai due precedenti sui temi ESG, ma la conformità a tali criteri resta comunque rilevante per la valutazione complessiva.

Le richieste ESG mostrano differenze significative tra le tipologie di clientela. Aziende e TO adottano un approccio strutturato e integrato in policies globali, con un focus su sostenibilità certificata e impatti misurabili, soprattutto nei mercati nordamericani ed europei. Gli ospiti transient individuali, al contrario, si muovono secondo una sensibilità personale meno formalizzata, ma riflettono una crescente coscienza ambientalista. Essere (o pensare di essere) green è ormai uno stile di vita in ascesa, e la scelta delle strutture alberghiere si orienta sempre più verso destinazioni che dimostrano un impegno reale nella sostenibilità e nella tutela della biodiversità

Il contributo delle risorse umane

HNH Hospitality è un’azienda che offre servizi alle persone: la sua mission è l’ospitalità, per vocazione naturale e storia imprenditoriale. La cura e l’attenzione per i dipendenti sono elementi distintivi della Società, che partendo dal processo di assunzione e lungo tutto il percorso di carriera promuove comportamenti improntati alla dignità, alla tutela e al rispetto dei diritti di ogni individuo. La gestione dei rapporti interpersonali e professionali è improntata a garantire il rispetto reciproco, consapevoli delle differenti individualità e professionalità, in accordo con i seguenti principi fondanti:

Pari Opportunità, Inclusione, Zero Discriminazioni

Ciascun individuo in HNH Hospitality ha gli stessi diritti e le stesse opportunità di sviluppare le proprie ambizioni. Il reclutamento di nuovo personale, che avviene sulla base del curriculum (esperienza, attitudini, competenze), e gli avanzamenti di carriera sono orientati a garantire la massima correttezza e le pari opportunità senza discriminazioni di sesso, razza, età, orientamento sessuale e di genere, credenze religiose, opinioni politiche. La Comunità HNH da sempre è composta da professionalità molto differenti, non solo per background, ma anche per Paesi e culture di provenienza. Diversità che si rispettano e che collaborano insieme e la quale integrazione rappresenta una grande ricchezza per il Gruppo oltre che un importante valore aggiunto nei confronti dei nostri Ospiti, anch’essi di provenienza internazionale.

Conformità alle leggi e normative di riferimento, Correttezza nel rapporto di lavoro

HNH Hospitality opera in piena ottemperanza agli adempimenti previsti dalle normative, dal CCNL applicato nonché dal nostro Contratto Aziendale per quanto concerne la completa gestione del rapporto di lavoro. Ogni dipendente, a qualsiasi livello, è tenuto a rispettare gli obblighi previsti dal proprio contratto di lavoro e ad attenersi ai regolamenti e alle procedure interne.

Sicurezza e ambiente di lavoro

Le attività di HNH Hospitality sono condotte in conformità con quanto previsto dalla Legislazione nazionale in materia di sicurezza e salute sul posto di lavoro e con gli standard previsti dagli accordi con le catene partner internazionali con cui collaboriamo. La nomina di un RSPP (Responsabile Servizio Prevenzione e Protezione) interno ha avuto e ha il preciso intento di presidiare con continuità l’applicazione delle prescrizioni previste in materia (valutazione dei rischi, aggiornamento e monitoraggio, sorveglianza sanitaria, attivazione di protocolli sanitari specifici, aggiornamento squadre di emergenza, formazione) al fine di informare e diffondere una costante “cultura” della sicurezza a tutela dei dipendenti e dei clienti di HNH.

Motivazione e senso di appartenenza

La Comunità di HNH Hospitality è strutturata intorno ad una carta di valori condivisi sin dal 2016 e qui di seguito dettagliati:



I Valori Condivisi

Tradizione

L’esperienza elaborata in quasi sessant’anni è un preziosissimo know-how. Oggi HNH Hospitality è diventata una comunità di persone che lavora insieme con passione per un progetto comune.

Ambizione

La voglia di crescere, di andare oltre la nostra zona di comfort, è lo stimolo che ci spinge a dare sempre il massimo nel raggiungimento dei nostri obiettivi.

Competenza

La dimensione di gruppo ci permette di condividere competenze, procedure, nuove pratiche. Ci piace parlare di performance verificabili e confrontabili.

Innovazione

Siamo aperti al cambiamento. Ci piace essere aggiornati informandoci, approfondendo, studiando. Adattiamo ai cambiamenti del mercato la nostra strategia, sentendoci padroni del nostro futuro.

Pianificazione

Per noi, un desiderio per essere realizzato deve avere uno scopo ben definito. Per realizzare qualsiasi progetto, partiamo dalla fine: qual è l’obiettivo di ogni sforzo, di ogni attività avviata, di ogni investimento?

L'acquisto della materia prima

La direzione acquisti di HNH Hospitality agisce nella selezione e nella gestione dei fornitori secondo regole che intendono garantire il rispetto dei diritti umani, della libera concorrenza, dell'integrità morale e della sostenibilità ambientale.

Secondo le linee guida contenute nel codice Etico aziendale e nelle policy di selezione dei fornitori, la direzione Acquisti di HNH Hospitality si impegna a:

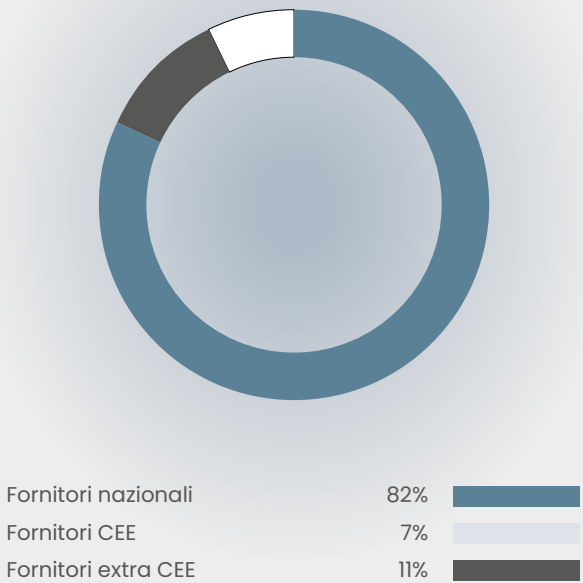
- non utilizzare fornitori di prodotti o fornitori di servizi che potrebbero agevolare il lavoro "nero" o sommerso, in assenza di tutele e diritti del lavoro e/o che potrebbero sfruttare il lavoro minorile nonché tutte quelle pratiche che potrebbero entrare in conflitto con la Legislazione italiana e le normative internazionali;
- rispettare le regole della sana concorrenza evitando la collusione tra uno o più concorrenti, fornitori o dettaglianti;
- prevenire condotte e accuse di corruzione rifiutando qualsiasi regalo o vantaggio personale, fatta eccezione di regali o inviti poco costosi (solitamente gadget) che possono essere scambiati nell'ambito di un normale rapporto commerciale. I dipendenti di HNH possono occasionalmente offrire o accettare inviti ad eventi commerciali in stretta relazione alle loro attività all'interno del Gruppo, previa autorizzazione del proprio Responsabile;
- privilegiare fornitori "eco-friendly", con approccio green e con forte attenzione agli obiettivi di sostenibilità nei propri fattori produttivi e nei propri obiettivi di business.

A partire dal 2023 la base fornitori del gruppo si è ulteriormente ampliata in relazione all'acquisizione del Resort Pullman Almar Timi Ama e resta ampiamente eterogenea considerando le specificità del settore. La spesa fornitori del gruppo è infatti cresciuta del 25%, passando da 65.7 mln nel 2023 a 82.0 mln nel 2024.

Considerando gli acquisti complessivi effettuati dalla Società nel 2024, emerge come l'82% della spesa sia stata destinata a fornitori locali, con valori in leggero peggioramento rispetto al 2023. Si intendono locali tutti i fornitori con sede nel territorio italiano, in quanto la ripartizione geografica delle strutture alberghiere gestite dal gruppo è localizzata in Italia.

SPESA SUI FORNITORI (MIGLIAIA DI EURO) – GRI 204-1				
	2024	% su Totale	2023	% su Totale
Nazionali	63.523	88%	56.839	86%
CEE	5.986	8%	5.408	8%
Extra-CEE	2.367	3%	3.470	5%
Totale	71.876	100%	65.716	100%

Spesa per Fornitori Fiscal Year 2024



All'interno del paniere dei fornitori nazionali, allo scopo di rafforzare il desiderio di generare un impatto positivo nel territorio locale, HNH Hospitality investe sull'economia del territorio mediante l'utilizzo di fornitori a KM zero e dove non possibile spingendo l'acquisto di prodotti sulla filiera corta, questo per garantire agli ospiti prodotti locali di qualità riducendo anche così l'impatto ambientale. Il peso dei fornitori al KM 0 è infatti passato dal 3.4% al 7.1% dei fornitori nazionali.

La scelta di lavorare solo con i migliori: Lavanderie Industriale Certificate

L'attenzione alla qualità di HNH Hospitality si traduce nella ricerca di partner qualificati all'interno della propria filiera produttiva. Le lavanderie industriali figurano tra i partner caratterizzati da processi ad alta intensità industriale, che HNH Hospitality ricerca per il livello di qualità di prodotto e servizio. Tra i requisiti di ricerca e selezione, la certificazione dei processi industriali è uno dei requisiti richiesti da HNH Hospitality in fase di partner selection. Tutte le lavanderie industriali partner di HNH Hospitality hanno le seguenti certificazioni: ISO 9001 e ISO 14001, alcune di queste con certificazioni specifiche sulla merce noleggiata, quali per esempio la OEKO TEX.

L'approvvigionamento di energia da fonti sostenibili

Nel corso del 2024 HNH Hospitality ha completato il processo di fornitura al 100% da fonti rinnovabili per tutte le strutture del gruppo mediante Certificazione Garanzia d'Origine ricevuta dal fornitore Dolomiti Energia, con il quale è stata rafforzata la partnership nel corso degli ultimi 2 anni, andando a volturare tutti i punti di prelievo progressivamente acquisiti dalla Società nel corso del suo processo di sviluppo.



- I nostri stakeholder
- Analisi di materialità e stakeholder engagement
- La valutazione dei rischi di sostenibilità
- Tabella di raccordo dei temi materiali e GRI

03. Analisi di materialità e stakeholder engagement

I nostri Stakeholder

Ogni organizzazione attiva a livello economico vive all'interno di un complesso sistema di relazioni che costituiscono un elemento fondamentale per lo svolgimento e la legittimazione delle proprie attività. Il concetto di stakeholder o portatori di interesse vuole indentificare gli individui o i gruppi di individui che possono ragionevolmente essere influenzati in modo significativo dalle attività, dai prodotti e dai servizi dell'organizzazione o le cui azioni possono ragionevolmente incidere sulla capacità dell'organizzazione di attuare con successo le proprie strategie e raggiungere i propri obiettivi.

Nell'ambito del percorso di sostenibilità HNH Hospitality ha gradualmente dato maggiore attenzione al coinvolgimento degli stakeholder. Già in occasione della definizione dell'analisi di materialità relativa al Bilancio di Sostenibilità 2022 e 2023 si è dato avvio ad un coinvolgimento mirato di alcuni stakeholder particolarmente rilevanti, anche attraverso incontri con i singoli portatori d'interesse. Nel 2024 il processo di coinvolgimento è stato rafforzato secondo una logica incrementale e di continuità, riattivando quindi i contatti con gli stakeholder già coinvolti in passato e coinvolgendone di nuovi. Nel percorso 2024 sono stati coinvolti 53 stakeholder tra interni ed esterni.

Il lavoro di mappatura effettuato si pone in ottica di valorizzazione di tutti i cluster di interlocutori interni ed esterni al fine di poter intercettare ed elaborare le loro istanze e i fabbisogni informativi sull'operato del Gruppo.

I seguenti stakeholder sono stati selezionati sulla base della loro rilevanza nei confronti delle attività svolte dall'azienda.



I NOSTRI STAKEHOLDERS	
Clienti	Clienti business Clienti domestici
Catene Internazionali	Partner legati tramite contratti di franchising (Hilton, IHG Hotels & Resorts, BWH Hotel Group e Accor)
Fornitori	Fornitori di materiali e di servizi Fornitori locali Fornitori nazionali e internazionali
Associazioni di categoria	Federalberghi Confindustria
Istituzioni finanziarie	Banche e altri istituti finanziari
Persone	Manager Hotel Management della Sede

Analisi di materialità e stakeholder engagement

Nel corso del 2023, il Gruppo ha aggiornato la propria Analisi di Materialità al fine di recepire i cambiamenti intercorsi all'interno dell'organizzazione e le novità connesse alla versione 2021 degli Standard GRI.

L'analisi di materialità è il processo utilizzato dal Gruppo per individuare le informazioni rilevanti da riportare all'interno del Bilancio di Sostenibilità, al fine di rendere chiara l'importanza che hanno gli impatti generati dalle attività e dalle relazioni commerciali della Società.

Secondo gli Standard GRI la definizione dei temi materiali è strettamente correlata all'identificazione degli impatti che il Gruppo ha o può avere sull'economia, sull'ambiente e sulle persone.

Il Gruppo ha avviato una fase di engagement degli stakeholder, con l'obiettivo di sottoporre gli impatti ad una valutazione quali-quantitativa, utilizzata come input per la determinazione della impact materiality. In particolare tutti gli stakeholder sono stati chiamati a partecipare alla valutazione dei temi materiali che rappresentano gli impatti maggiormente significativi per la Società. Si riporta di seguito la lista dei temi materiali che rappresentano gli impatti maggiormente significativi per la società HNH. Tali risultati tengono in considerazione:

- 1 - le valutazioni degli impatti generati espresse dagli stakeholder interni ed esterni attraverso questionari di valutazione;
- 2 - i risultati dell'analisi di materialità ottenuti nel precedente esercizio;
- 3 - la verifica finale di coerenza dei risultati da parte del Comitato ESG;

1	2	3	4	5	6
Benessere Posto di Lavoro	Diversità Pari Opportunità e Inclusione	Ambiente di lavoro sicuro	Sviluppo Talenti e Risorse interne	Cibo Sicuro	Conduzione Etica e Responsabile del Business
7	8	9	10	11	12
Catena di fornitura	Soggiorno di Qualità	Conservazione delle Risorse Naturali	Energia Emissioni Clima	Comunità Locali	Strategia di Sostenibilità

Tabella degli impatti

Di seguito si riportano i primi 6 temi che rappresentano gli impatti maggiormente significativi del gruppo HNH, identificati tramite il processo di Impact Materiality.

ESG	Tema Materiale	Descrizione impianti	Effetto
Governance	Conduzione etica del business	Incoraggiamento, attraverso l'esempio, dei propri stakeholder ad una condotta rispettosa dei più alti standard etici e morali, contrastando qualsiasi tipo di pratica non etica, corruttiva e anticoncorrenziale e operando con onestà e integrità in ogni ambito	positivo
		Conseguenze reputazionali dovute ad illeciti legati a casi di corruzione, concorrenza sleale o pratiche di business non etiche	negativo
Social	Soggiorno di qualità	Capacità di soddisfare le aspettative dell'ospite	positivo
		Conseguenze reputazionali legate a una negativa esperienza da parte dell'ospite	negativo
	Benessere sul posto di lavoro	Valorizzazione delle diversità e trattamento equo dei collaboratori e degli Ospiti a prescindere da età, sesso, disabilità, razza, etnia, origine, religione, stato economico o altro	positivo
		Violazione dei diritti dei propri collaboratori, dei lavoratori connessi al servizio erogato (catena di fornitura sostenibile) e delle popolazioni dei Paesi meno sviluppati	negativo
	Diversità pari opportunità e inclusione	Un ambiente di lavoro inclusivo e diversificato porta prospettive e idee differenti, aumentando la soddisfazione e la retention dei dipendenti	positivo
		Un team molto eterogeneo potrebbe avere problemi di comunicazione e collaborazione se non vengono promosse strategie di inclusione adeguate	negativo
	Sviluppo ei talenti	Crescita interna e capacità di attrarre collaboratori	positivo
		Diminuzione della capacità di attrarre talenti e aumento del turnover dei lavoratori	negativo
	Ambiente di lavoro sicuro	Creazione di un ambiente sicuro e salubre	positivo
		Infortuni connessi all'attività lavorativa con ripercussioni sulla salute psico-fisica dei collaboratori	negativo
Environmental	Energia, emissioni e cambiamento climatico	Installazione, implementazione di impianti e adozione di metodi volti all'efficientamento energetico delle strutture, nonché incentivo all'utilizzo di risorse rinnovabili	positivo
		Impoverimento delle risorse idriche naturali a causa degli ingenti quantitativi d'acqua necessari all'erogazione del servizio offerto	negativo

La valutazione dei rischi di sostenibilità

La valutazione dei rischi di sostenibilità si è basata sull'individuazione di impatto ESG dell'azienda effettuata nel precedente esercizio (2023) in cui, sulla base del contesto macroeconomico e delle peculiarità del settore e del confronto con gli approcci di risk management utilizzati da operatori internazionali, erano stati individuati 12 macrotemi utilizzati come base per sviluppare l'analisi di materialità.

Questa analisi è stata rivista per tener conto dei nuovi rischi che impattano l'azienda ed il settore, anche in relazione alla forte crescita dimensionale e di volumi che l'azienda si è trovata a gestire a partire dalla fine della pandemia.

La valutazione dei rischi ha comportato l'inserimento di un nuovo fattore non incluso nel 2023.

Diversità pari opportunità e inclusione (S): il rischio deriva dalle mutate condizioni del mercato del lavoro che anche a seguito dell'evento pandemico hanno generato nelle risorse umane maggiore consapevolezza del valore del bilanciamento della vita privata con quella lavorativa.

Sono stati poi confermati i rischi già individuati nell'assessment compiuto nell'esercizio precedente e rappresentati nel Report di Sostenibilità 2023 a cui si rimanda.

Si riportano i principali rischi e opportunità legati ai temi materiali per HNH oggetto di rendicontazione nel seguente bilancio:



Pilastro ESG	Temi materiali HNH	Fattori di rischio (generati/subiti)	Fattori di opportunità	Modalità di gestione (principali)
Governance	Conduzione etica del business	- Decisioni aziendali errate, attuazione inadeguata delle decisioni e scarsa reattività alle variazioni del contesto - Espressione di contenuti denigratori/negativi verso il Gruppo	- Una forte etica aziendale permette di godere di una reputazione migliore, utile per attrarre partner commerciali e clienti - Maggiore attrazione di investitori e capitali	- Codice Etico - Processi di pianificazione strutturati - Area CFO a presidio delle attività finanziarie del Gruppo
Social	Soggiorno di qualità	- Peggioramento del livello di soddisfazione della clientela - Danno reputazionale - Perdita di clientela - Incoerenza nel posizionamento (Luxury-Upscale) percepito dalla clientela	- Personalizzazione dell'accoglienza con attenzioni speciali al cliente (es. upgrade di camera, omaggi di benvenuto) - Fidelizzazione del cliente e crescita reputazionale	- Monitoraggio della qualità del soggiorno - Premi e riconoscimenti
Social	Benessere sul posto di lavoro	- Aumento del turnover e conseguente impatto sulla produttività e competitività aziendale - Perdite operative riconducibili a cause intenzate dal personale per questioni riguardanti il rapporto di impiego o sanzioni/risarcimento danni per inadempimenti della normativa in ambito salute e sicurezza	- Promozione di un ambiente positivo e inclusivo, favorendo la cultura aziendale basata sul rispetto, sull'ascolto attivo e sulla collaborazione - Riconoscere incentivi come bonus, assicurazioni sanitarie aggiuntive e premi di produttività	- Codice Etico - Sistema interno di segnalazione delle violazioni (Whistleblowing) - Valutazione dei rischi per i luoghi e processi di lavoro - Prevenzione e welfare per i collaboratori
Social	Sviluppo dei talenti	- Peggioramento del livello di soddisfazione delle risorse umane - Incertezza delle condizioni lavorative future - Mancate competenze tecniche - Scarsa motivazione (engagement) - Complessità della gestione del lavoro da remoto	- Formazione continua attraverso corsi ad Hoc e formazione su soft skills (leadership, comunicazione, problem solving) - Offrire incentivi, promozioni o altre forme di riconoscimento per trattenere i talenti migliori	- Codice Etico - Programmi di welfare aziendale - nalisi del clima aziendale - Percorsi formativi
Social	Ambiente di lavoro sicuro	- Non conformità accidentali rispetto alla normativa sulla sicurezza sul lavoro - Peggioramento della reputazione del posto di lavoro - Aumento degli indici infortunistici - Incapacità di motivare le risorse - Sanzioni e pene interdittive	- Campagne di sensibilizzazione e incentivi alla sicurezza migliorano il coinvolgimento del personale. - Riduzione di infortuni e assenteismo, assicurando una maggiore continuità e stabilità nei team di lavoro	- Codice Etico - Servizi di medicina del lavoro - Formazione dei lavoratori - Promozione della salute dei lavoratori - Controllo infortuni e malattie professionali
Social	Diversità pari opportunità e inclusione	- Politiche/comportamenti collettivi/individuali che non tengono conto dei valori della diversità e dell'inclusione - Peggioramento della reputazione del posto di lavoro	- Aziende inclusive attirano i migliori talenti, in particolare quelli delle nuove generazioni, più sensibili a questi temi. - L'inclusione di persone con background diversi aiuta a sviluppare prodotti e servizi più inclusivi e accessibili.	- Codice Etico - Modello organizzativo 231 e flussi informativi agli Organismi di Vigilanza - Sistema di MBO E LT - Assunzione di personale svantaggiato - Procedure: Ricerca e selezione del personale; Formazione e addestramento; Comunicazione interna; Whistleblowing - Collaborazione con Associazioni/ Fondazioni attive su diversità e inclusione
Environmental	Energia Emissioni Clima	- Sovrautilizzo di energia legata agli asset produttivi per inefficienze impiantistiche - Esposizione reputazionale negativa verso le catene internazionali ed i loro standard legati alla progressiva riduzione delle emissioni	- Il mercato premia le imprese sostenibili: i clienti sono sempre più propensi a scegliere prodotti e servizi di aziende con un'impronta ecologica ridotta. - Investire in tecnologie a basso consumo energetico (LED, sistemi di gestione intelligente,) permette di ridurre i costi a lungo termine.	- Utilizzo di energia da fonti rinnovabili - Strumenti di controllo dei consumi energetici - Politica ambientale - Progetto Treedom

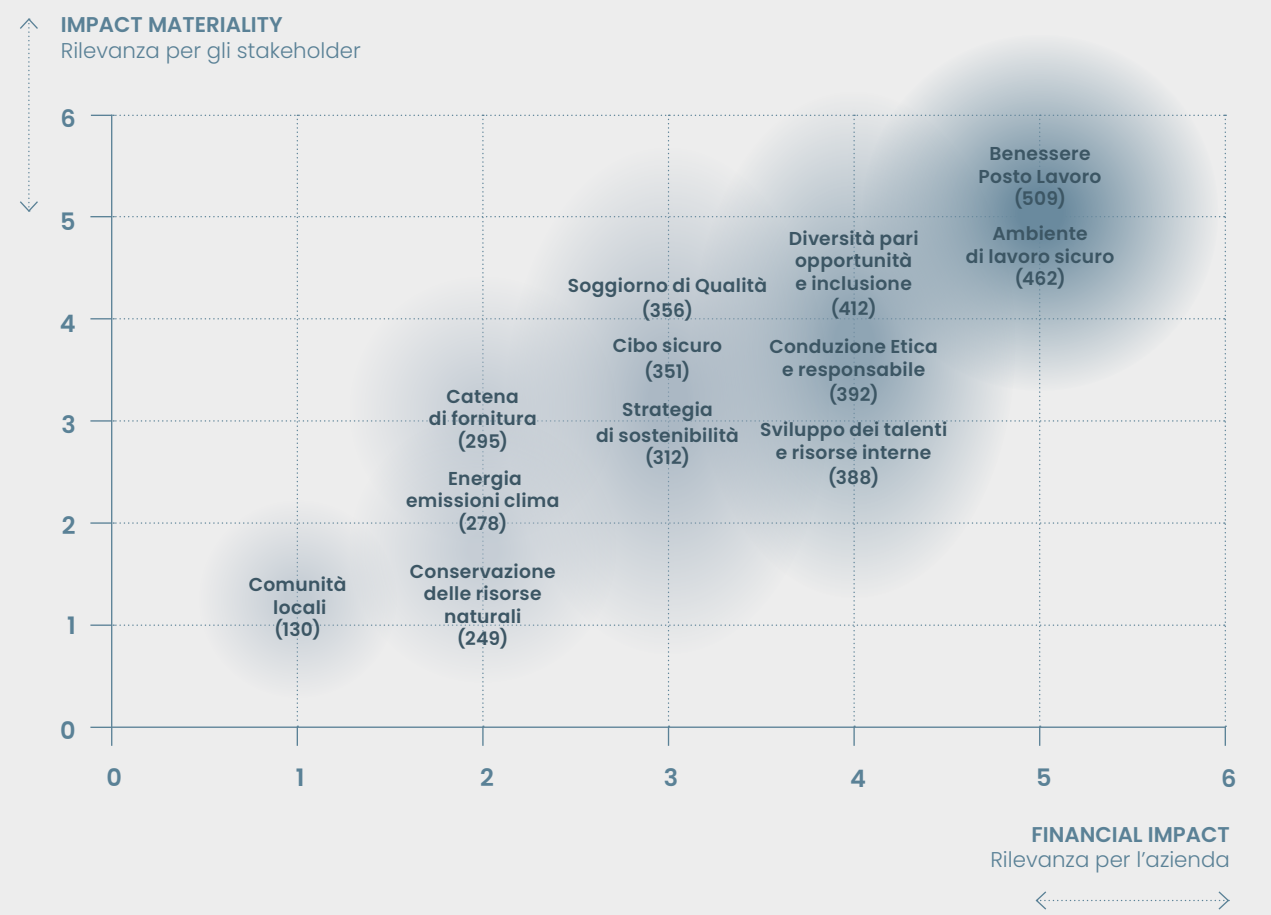
Al fine di prepararsi alle future richieste normative europee in ambito di rendicontazione di sostenibilità (Corporate Sustainability Reporting Directive - CSRD) e muovendosi in maniera proattiva, HNH Hospitality ha sviluppato, come esercizio preliminare, un’analisi di Doppia Materialità secondo la metodologia prevista dagli standard ESR (European Sustainability Reporting Standards). La Doppia Materialità si presenta caratterizzata da due dimensioni: materialità di impatto e materialità finanziaria. La materialità di impatto comporta l’identificazione degli impatti materiali, reali o potenziali, negativi o positivi, nel breve, medio e lungo termine, sulle persone o sull’ambiente, comprendendo nell’analisi le attività del Gruppo, della sua catena del valore a monte e a valle e delle sue relazioni commerciali. Per realizzare tale studio, il team di lavoro si è basato sul risultato dell’analisi di materialità presentato nella tabella precedente.

A fianco della materialità di impatto, HNH ha sviluppato la materialità finanziaria, la quale si focalizza sulle questioni di sostenibilità rilevanti per il Gruppo dal punto di vista finanziario, ovvero che generano o possono generare rischi o opportunità con un’influenza rilevante sui flussi di cassa, sullo sviluppo, sulla performance, sulla posizione, sul costo del capitale o sull’accesso di finanziamenti dell’impresa in un orizzonte temporale di breve, medio e lungo termine. Sono, quindi, stati identificati rischi ed opportunità in relazione agli impatti di sostenibilità.

Per concludere l’analisi di Doppia Materialità, gli impatti, i rischi e le opportunità individuati nelle fasi precedenti sono stati ricondotti ai temi materiali. Questi ultimi sono rappresentanti nella matrice proposta di seguito, la quale riporta sull’asse orizzontale il livello di rilevanza secondo la materialità di impatto, mentre sull’asse verticale quello della materialità finanziaria. Dal punto di vista della Doppia Materialità, un tema risulta materiale secondo i criteri della materialità di impatto, della materialità finanziaria, o di entrambe.



Di seguito si propone il risultato dell’analisi svolta in forma matriciale. Il risultato finale di tale processo è stato esaminato e approvato dal Consiglio di Amministrazione



A seguito della valutazione di impatto con il criterio della doppia materialità è emerso un risultato che è stato oggetto di analisi da parte della Società. L’analisi ha portato alla luce i seguenti risultati:

- 1 - sono emersi 5 macrotemi il cui impatto combinato ha superato la soglia di 380, soglia ritenuta critica dalla Società per considerare i temi materiali;
- 2 - dei 5 macrotemi che hanno superato la soglia critica 4 attengono alla componente “S” e 1 alla componente “G”: l’analisi conferma l’importanza della componente “S” come base per la strategia di sostenibilità che l’azienda dovrà sviluppare nei prossimi anni e fa emergere la componente “G” a seguito delle nuove sfide di Governance che l’azienda dovrà gestire nei prossimi mesi a seguito della cresciuta dimensione aziendale;
- 3 - 4 dei 5 macrotemi materiali sono gli stessi emersi nell’analisi di materialità dell’anno precedente (Benessere posto di lavoro, Sviluppo dei talenti e delle risorse interne, Conduzione etica e responsabile del business e Ambiente di lavoro sicuro) confermando quindi, da un lato, l’analisi già condotta un anno fa ed indicando, al contempo, l’emersione di temi nuovi che derivano dal mutato contesto macroeconomico e dalle mutate dimensioni aziendali;
- 4 - i 5 macrotemi che hanno superato la soglia critica non includono alcun tema legato alla componente Environmental (E). La società ha ritenuto in ogni caso di considerare materiale “Energia emissioni clima” in quanto significativo sia per la visione stessa dell’azienda sia per il fatto che dall’analisi della prospettiva del cliente è emerso quale importante elemento da monitorare.

Tabella di raccordo dei temi materiali e GRI

L’analisi di materialità ha fatto emergere i seguenti temi materiali 2024 che sono stati raccordati nella tabella che segue ai GRI di riferimento ed ai temi dell’Agenda ONU 2030.

TEMI MATERIALI 2024	GRI	EXTRA GRI	ONU	
1. Conduzione etica e responsabile del Business	201-1 204-1 205-1 418-1			
2. Soggiorno di qualità	416-2	Index compset Review Pro		
3. Benessere Posto di Lavoro	401-1 401-2 401-3	KPI Great Place to Work		
4. Sviluppo talenti e risorse interne	401-1 404-1 404-2			
5. Diversità, pari opportunità e inclusione	405-1 405-2 406-1			
6. Ambiente di lavoro sicuro	403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, 403-9, 403-10			
7. Energia emissioni clima	302-1 302-3, 305-1, 305-2			

- Una governance responsabile
- Codice Etico di comportamento
- Modello 231
- Procedura Whistleblowing
- La gestione della privacy dei dati
- Il rating di legalità

04. Conduzione Etica del Business

Una governance responsabile

HNH Hospitality gestisce la propria governance con diversi strumenti, stabilendo le regole e i principi di correttezza e responsabilità cui deve orientarsi la condotta dei collaboratori e dei partner, basata sui valori del Gruppo.

In conformità con il Decreto Legislativo n. 231/2001, l'Organo Amministrativo della Società ha deliberato l'approvazione del proprio "Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo". Scopo di tale modello è la predisposizione di un sistema strutturato ed organico di procedure e di attività di controllo, volto a prevenire la commissione delle diverse tipologie di reato contemplate dal Decreto Legislativo n. 231/2001. Pertanto, la Società ha provveduto a nominare un Organismo di Vigilanza con mandato triennale.

Loris Boccato
Presidente del Consiglio di Amministrazione



Consiglio di Amministrazione

Loris Boccato	Presidente del Consiglio di Amministrazione
Luca Boccato	Consigliere e Amministratore Delegato
Cristiana Boccato	Consigliere
Gianpaolo Di Dio	Consigliere
Gianfranco Burei	Consigliere
Giovanna Manzi	Consigliere
Stefano Berton	Consigliere

COMPOSIZIONE DEL CDA PER GENERE (GRI 2-9)		
	2024	2025
Uomini	71%	71%
Donne	29%	29%
Totale	100%	100%

COMPOSIZIONE DEL CDA PER GENERE (GRI 2-9)		
	2024	2025
Fascia Età 18-24 - incidenza %	0%	0%
Fascia Età 25-39- incidenza %	0%	0%
Fascia Età 40-54 - incidenza %	43%	43%
Fascia Età Over 55 - incidenza %	57%	57%
Totale	100%	100%

Collegio Sindacale

Katia Agostini	Presidente del Collegio Sindacale
Guido Sesani	Sindaco effettivo
Marco Buzzavo	Sindaco effettivo

Composizione del Collegio Sindacale per genere (GRI 2-9)		
	2024	2025
Uomini	67%	67%
Donne	33%	33%
Totale	100%	100%

Composizione del Cda per genere (GRI 2-9)		
	2024	2025
Fascia Età 18-24 - incidenza %	0%	0%
Fascia Età 25-39- incidenza %	0%	0%
Fascia Età 40-54 - incidenza %	67%	67%
Fascia Età Over 55 - incidenza %	33%	33%
Totale	100%	100%

Società di revisione

PwC Italia S.p.A.

Organismo di Vigilanza D.Lgs. 231/2001

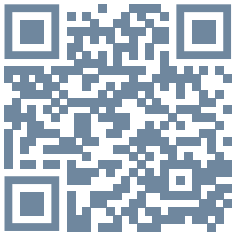
Sabrina Rigo	Organismo di Vigilanza Monocratico
--------------	------------------------------------

Composizione dell'ODV per genere (GRI 2-9)		
	2024	2025
Uomini	0%	0%
Donne	100%	100%
Totale	100%	100%

Composizione del Cda per genere (GRI 2-9)		
	2024	2025
Fascia Età 18-24 - incidenza %	0%	0%
Fascia Età 25-39- incidenza %	0%	0%
Fascia Età 40-54 - incidenza %	100%	100%
Fascia Età Over 55 - incidenza %	0%	0%
Totale	100%	100%



Codice etico
di comportamento



Il Codice Etico e di Comportamento del Gruppo HNH esprime gli impegni e le responsabilità etiche che l'azienda assume nella conduzione delle proprie attività.

Il documento attuato da tutte le unità operative facenti parte del Gruppo esplicita i principi etici e i criteri comportamentali che la popolazione aziendale del medesimo è tenuta a seguire e adottare con l'obiettivo di prevenire comportamenti illeciti o irresponsabili da parte di chi opera in nome e per conto delle aziende.

Modello 231

Il modello definisce un sistema di controllo delle cosiddette "Attività Sensibili", ossia quelle aree di attività maggiormente esposte al verificarsi dei reati presupposti identificati dal D. Lgs. 231/2001. Il Modello 231 è lo strumento atto a orientare il comportamento di tutti i soggetti destinatari dello stesso, che operano all'interno del Gruppo o in nome e per conto di esso, promuovendo una condotta ispirata ai principi di correttezza e trasparenza. Le disposizioni ivi contenute consentono alla Società di intervenire tempestivamente al fine di prevenire e contrastare la commissione di reati commissivi od omissivi e, se del caso, sanzionare i comportamenti tenuti dai destinatari in violazione del modello. I provvedimenti disciplinari previsti sono adeguati e commisurati alla gravità delle singole violazioni delle regole statuite. Nel 2023, come nei precedenti esercizi, non sono stati accertati episodi di corruzione attiva e passiva all'interno del Gruppo e nei rapporti con i soggetti terzi, così come di altri casi di violazione dei principi e delle disposizioni contenute nel Codice Etico.

Procedura
Whistleblowing

Il Decreto Legislativo 10 marzo 2023 n. 24 (cd. “Decreto Whistleblowing”) ha introdotto a carico delle imprese con più di 50 dipendenti un obbligo di protezione dei soggetti che segnalano violazioni di alcune disposizioni normative: contratti pubblici, servizi, prodotti e mercati finanziari e prevenzione del riciclaggio e del finanziamento del terrorismo, sicurezza e conformità dei prodotti, sicurezza dei trasporti, tutela dell’ambiente, radioprotezione e sicurezza nucleare, sicurezza degli alimenti e dei mangimi e salute e benessere degli animali, salute pubblica, protezione dei consumatori, tutela della vita privata e protezione dei dati personali e sicurezza delle reti e dei sistemi informativi, reati presupposti DL 231/2001.

A partire dal 2023, HNH Hospitality ha adottato tale procedura, individuando quale destinatario delle segnalazioni un Comitato (CFO + Legal Manager).

Nel 2024, come il precedente esercizio, non è stata segnalata alcun tipo di violazione.

La gestione
della privacy
dei dati

Innovazione tecnologica e digitalizzazione rendono sempre più importante la sicurezza e la protezione dei dati personali di dipendenti, clienti, collaboratori e partner. Questo è un tema molto delicato per tutte le strutture del Gruppo HNH che pongono **massima attenzione ed impegno** nel garantire l’integrità e la riservatezza dei dati personali trattati. A questo proposito, nel corso del 2022, tutto il personale amministrativo del Gruppo ha partecipato ad attività di formazione e sensibilizzazione sul **Regolamento UE 2016/679 (GDPR)**. Inoltre, il Gruppo ha avviato un importante progetto di adeguamento dei propri sistemi ai dettami degli standard ISO/IEC 27001 e 27701 inerenti alla sicurezza delle informazioni ed al sistema di gestione delle informazioni relative alla privacy, un’attività che si è conclusa nel corso del 2023. Nel corso del 2024 non si sono rilevati reclami riguardo la violazione della privacy dei clienti (GRI 418-1).

Il Rating di Legalità

La società ha ottenuto nel 2023 e nel 2024 dall’AGCM (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato) il rating di legalità con punteggio: “una stella ++” Il riconoscimento rappresenta un traguardo importante ed è un ulteriore suggello al percorso di integrità e rafforzamento del sistema di controllo interno iniziato nel 2022 con l’adozione del Codice Etico e del Modello 231.



- Fatti e numeri chiave
- Perché è importante
- L'Attenzione ai nostri Ospiti

05. Soggiorno di qualità

Fatti e numeri chiave

101,4%

Competitive Quality Index
raggiunto dagli hotel di
HNH Hospitality nel 2024,
in lieve peggioramento
rispetto al 2023 (-0,8%)

8,75*

Punteggio medio
raggiunto dalle strutture
di HNH sulle principali OTAs
(Online Travel Agencies)

il 69%

Delle strutture gestite
da HNH Hospitality ha
raggiunto un giudizio di
Overall Experience medio
superiore rispetto al
Competitive Set
di riferimento

Perchè è importante

Premi
e Riconoscimenti

Qualità dei servizi offerti e grande attenzione all’Ospite sono da sempre tra i valori cui guardano tutte le property di Gruppo, riconfermate ogni anno da importanti riconoscimenti e attestati.

Il già pluripremiato Almar Lido Jesolo ha confermato la sua eccellenza anche nel 2024 ottenendo 12 riconoscimenti nei seguenti Awards: Haute Grandeur Global Awards, Muse Hotel Awards, World Luxury Hotel Awards, World Luxury Spa Awards.
Ha ottenuto anche il riconoscimento di Premium Quality Partner – Wellbeing da Fit Reisen.

Il nostro Almar Timi Ama Villasimius ha ottenuto, nel 2024, 6 riconoscimenti in 2 Awards: World Travel Awards (Europe e Global) e World Luxury Hotel Awards.

Tutti i nostri Resort a 5 stelle hanno ottenuto il livello Platinum della certificazione SHe Travel Club. Al nostro DoubleTree by Hilton Trieste è stato riconosciuto il Miglior spazio per meeting ed eventi sotto i 1000 mq di spazi espositivi agli IMA – Italian Mission Awards.

Gli hotel di tutto il Gruppo hanno inoltre ricevuto:

- il Tripadvisor Travellers Choice Award 2024
- il Traveller Review Award di Booking.com
- “100% recommended” su HolidayCheck, il più importante sito web di lingua tedesca del settore.

In aggiunta, il Park Hotel Brasilia ha conseguito il premio Tripadvisor Travellers’ Choice Best of the Best 2024 e il premio HolidayCheck Award 2024.

**Scala di valutazione Booking.com da 1 a 10*

ALMAR
LIDO
JESOLO

Haute Grandeur Global Awards

Category Spa
Best Health & Wellness Spa in Europe
Best Destination Spa in Italy
Best Luxury Spa in Italy
Best Resort Spa in Italy



World Luxury Spa Awards

Best Luxury Wellness Resort in Southern Europe
Best Luxury Beach Resort in Italy
Best Luxury Spa Resort in Italy



Muse Hotel Awards

Category Resort
Best Beach Resort in Italy 2024
Category Spa
Best Resort Spa in Italy 2024



SHE Travel Club

Livello Platinum



World Luxury Hotel Awards

Best Luxury Beach Resort Spa in Southern Europe
Best Luxury Resort Spa in Southern Europe
Best Luxury Spa Resort in Southern Europe



Fit Reisen

Premum Quality Partner - Wellbeing



ALMAR
TIMI AMA
VILLASIMIUS

World Travel Awards (Europe)

Europe's Leading Family & Wellness Resort



World Luxury Hotel Awards

Best Luxury Thalasso & Spa Resort
Global Winner
Best Luxury Family Beach Resort in Italy
Best Luxury Seaside Resort in Italy



World Travel Awards (Europe)

Europe's Leading Hotel & Spa



SHE Travel Club

Livello Platinum



World Travel Awards (Global)

World's Leading Island Resort



ALMAR
GIARDINO DI COSTANZA
MAZARA DEL VALLO

SHE Travel Club

Livello Platinum



BRASILIA

park hotel

HolidayCheck Award 2024

Top 10 Best Italian Hotels



Traveller's Choice Award 2024

Best of the Best 2024



IMA Awards 2024

Best Meeting and Event Space
under 1,000 sqm of Exhibition Space



HNH
HOSPITALITY

Traveller's Choice Award 2024

Certificate of Excellence
di Tripadvisor



Sustainability Award



Booking Traveller Review Awards

Booking.com
Traveller Review Awards 2024

Legality Rating



100% recommended
on HolidayCheck 2024



Cribis Prime Company



Green Key



Synesgy



Great Place to Work®



L'Attenzione ai nostri Ospiti

L'ascolto dell'Ospite viene concretamente implementato mediante diversi sistemi di misurazione:

- 1. Analisi qualità e reputation sulle principali agenzie online (OTAs – On Line Travel Agencies)
- 2. Analisi qualità e reputation sulle piattaforme dedicate dei diversi brand con cui HNH Hospitality opera (Medallia – BW/IHG, SALT – Hilton)
- 3. Analisi qualità e reputation dei principali Social Network di carattere turistico
- 4. Analisi tramite Survey e questionari condivisi direttamente con gli Ospiti degli hotel e dei ristoranti

Tra la Direzione Operativa e la Direzione Marketing, è stato attivato un desk di customer care, attraverso il quale vengono raccolti i feedback, analizzati internamente e messe in essere azioni volte al miglioramento delle situazioni più critiche, nelle diverse Business Unit.

Il parametro di sintesi utilizzato per un'analisi dei Survey degli hotel del Gruppo, che include sia i giudizi sulle principali agenzie di prenotazione, sia i giudizi sui Social Network, che i sistemi di prenotazione diretta, è il Global Review Index di ReviewPRO.

Dalla tabella sotto riportata, si evince che quasi il 70% delle strutture gestite dalla Società, nel 2024, hanno raggiunto un Global Review Index superiore rispetto a quello del Competitive Set di riferimento e di conseguenza hanno un Competitive Quality Index superiore a 100.

Considerati quindi i valori relativi agli indici qualitativi riportati, non si registrano pertanto casi di non conformità riguardanti l'impatto sulla salute, sicurezza e benessere degli Ospiti delle strutture alberghiere gestite da HNH Hospitality.

Il Competitive Quality Index raggiunto da HNH Hospitality del 2024 è stato di 101,5%, in leggero peggioramento rispetto al 102.2% del 2023.

Hotel	Competitive Quality Index TM
HNH Hospitality	101,4%
voco® Venice Mestre – The Quid	107,0%
Best Western Gorizia Palace Hotel	106,7%
Crowne Plaza Padova	104,3%
Park Hotel Brasilia	102,1%
DoubleTree by Hilton Trieste	102,1%
DoubleTree by Hilton Rome Monti	102,1%
voco® Milan-Fiere	101,8%
Best Western CTC Hotel Verona	101,3%
Crowne Plaza Venice East – Quarto d’Altino	101,1%
Almar Timi Ama Villasimius	100,9%
Almar Lido Jesolo	99,2%
Best Western Plus Tower Hotel Bologna	99,1%
Best Western Hotel Tritone	99,0%
Almar Giardino di Costanza Mazara del Vallo	98,8%
Hotel Indigo Venice – Sant’Elena	98,0%
Hotel Indigo Verona – Grand Hotel Des Arts	97,2%

Il peggioramento nell'andamento del Competitive Quality Index è legato da un lato ad alcune criticità di prodotto per le strutture più vetuste rispetto alle quali la Società sta pianificando azioni correttive con investimenti di rebranding e/o di rinnovo degli arredi ed FF&E, dall'altro ad alcune criticità di natura operativa, in particolare nei Resort, rispetto alle quali la Società ha già iniziato a porre in essere azioni volte a rafforzare la retention del personale e la ricerca di talenti e figure di elevata professionalità nel settore.

- Fatti e numeri chiave
- L'Attenzione ai nostri Collaboratori
- L'indagine di clima
- La Certificazione Great Place to Work®
- Le maggiorazioni salariali
- Welfare e benessere psicologico
- Congedo parentale
- La comunità ed il territorio

06. Benessere sul posto di lavoro

Fatti e numeri chiave

il 64%*
della
popolazione
aziendale

“ritiene che HNH Hospitality
sia un eccellente luogo
di lavoro”

**TrustIndex
– Great Place to Work – indagine del clima*



L'attenzione ai nostri collaboratori

HNH, da sempre attenta ai propri collaboratori, lavora con costanza nel creare un clima aziendale interno positivo e stimolante, orientato alla crescita professionale.

Nonostante la società superi quest'anno la soglia dei 100 milioni di euro di fatturato e sia partecipata da uno degli investitori istituzionali più importanti del tessuto economico nazionale, HNH ha saputo mantenere un ambiente di lavoro informale e inclusivo; nel Gruppo si respira un'atmosfera collaborativa sebbene convivano sotto la stessa partita IVA persone di diversa estrazione culturale, etnica e che operano in diversi contesti socioeconomici della penisola da Trieste a Milano da Gorizia a Mazara del Vallo.

In un contesto sempre più competitivo HNH riflette costantemente sulle proprie strategie e sul modo di migliorare la propria offerta di lavoro, consapevole delle complessità del Mercato odierno e con la consapevolezza che le Risorse Umane rappresentano il fattore critico di successo imprescindibile per il raggiungimento dei propri obiettivi.

La riflessione è partita nel 2022 con la decisione di implementare l'analisi del clima organizzativo, strumento di ascolto delle opinioni e della percezione dei collaboratori in merito al proprio ambiente di lavoro. Il Gruppo si è interrogato in questo modo sui propri punti di forza e sulle opportunità di miglioramento.

A questa prima sfida nel 2023 ne è seguita una di ancora più importante; HNH ha voluto misurarsi con le imprese più importanti nel Paese, non solo quelle del turismo. È così che, forte del proprio DNA il Gruppo ha centrato al primo colpo la certificazione "Great Place to Work®", confermata anche nell'indagine condotta nel 2024 dopo aver avviato e confermato iniziative uniche nel panorama alberghiero italiano introducendo delle maggiorazioni salariali che hanno la finalità di trattenere i propri collaboratori ed attrarre talenti che mirano ad entrare nel settore del turismo. HNH è però convinta che la retribuzione non possa da solo rappresentare un elemento di distinzione nella scelta dell'ambiente lavorativo e che serva anche confezionare un ambiente in cui i temi dell'inclusività, della meritocrazia e della uguaglianza siano rafforzati e concretamente attuati.



L'indagine di clima

HNH Hospitality da anni si propone di dar voce a tutti collaboratori per misurare il livello di soddisfazione e per implementare azioni di miglioramento socio-organizzativo.

Lo strumento è quello dell’analisi del clima, indagine strutturata condotta annualmente affidata ad una società esterna specializzata che coinvolge tutto il personale aziendale tramite la compilazione di un questionario anonimo teso ad indagare la percezione soggettiva del proprio ambiente di lavoro.

I dati raccolti vengono elaborati con strumenti e analisi statistiche; i risultati dell’indagine vengono restituiti in modo oggettivo e in forma aggregata a diversi livelli di analisi, fornendo preziose e concrete indicazioni sull’andamento del clima in azienda con particolare riferimento a:

- Valori Aziendali
- Senso di Appartenenza
- Organizzazione del lavoro
- Rapporto con i capi
- Rapporto con i colleghi
- Crescita Professionale
- Elementi Motivanti

Nel 2024 si è svolta per il terzo anno consecutivo.



La certificazione
Great Place to Work

Abbiamo il piacere di comunicare che HNH Hospitality nel 2024 è stata certificata, per il secondo anno consecutivo, come “Great Place to Work®” avendo superato la soglia richiesta dal modello adottato dalla società omonima a cui è stata affidata l’indagine.

Il tasso di compilazione e di risposta ai questionari anonimi compilati dalla popolazione aziendale è stato del 76% (514 questionari), tasso di partecipazione considerato alto il trust index® (indice di soddisfazione) raggiunto è stato del 64%, in miglioramento rispetto al risultato ottenuto nel 2023 (63%).

La certificazione viene rilasciata al superamento del 60% di trust index®.

I risultati dell’indagine evidenziano con forza, tra le aree di maggiore positività:

La direzione aziendale

(“i Direttori/Responsabili gestiscono l’azienda con competenza”; “rappresentano appieno i valori della nostra azienda”; “hanno una visione chiara degli obiettivi da raggiungere e di come raggiungerli”

Ambiente partecipativo

(“i responsabili si comportano in modo onesto ed etico”; “sono disponibili ed è facile parlare con loro”; “mi vengono date le risorse e gli strumenti per svolgere il mio lavoro”; “qui posso essere me stesso/a”)

Ambiente inclusivo

(“le persone evitano di ricorrere a scorrettezze e colpi bassi per raggiungere i propri obiettivi”; “le persone qui vengono trattate in modo imparziale indipendentemente dall’età”; “le persone qui vengono trattate in modo imparziale indipendentemente dall’origine etnica”)

Orientamento alla crescita e spirito di squadra

(“sono orgoglioso/a di dire che lavoro per quest’azienda”; “quando vedo cosa siamo in grado di realizzare provo un senso di orgoglio”)

Tra le aree di miglioramento si evidenzia la necessità di continuare a fornire opportunità di sviluppo e formazione e di investire in benefit e riconoscimenti a favore dei dipendenti.

HNH Hospitality conferma il proprio impegno verso un miglioramento continuo del clima aziendale. Da realizzarsi solo grazie all’ascolto, alla cura e all’attenzione verso le proprie persone e il loro benessere.

Sono infatti la passione, l’individualità e la professionalità di ogni collaboratore a rendere unica la nostra Azienda e a farla crescere agli occhi dei nostri stakeholder, del mercato, dei nostri clienti e dell’intera comunità HNH, nella consapevolezza che è un processo da misurare costantemente. L’indagine di clima aziendale si conferma una tappa fondamentale per riflettere sulle nostre modalità di lavoro e sul nostro operare quotidiano.

Ringraziamo tutti i nostri collaboratori che hanno partecipato con il loro contributo, congratulazioni per questo importante risultato!

Continueremo a lavorare insieme per far crescere, ogni giorno, HNH Hospitality come un Great Place to Work®.



Great Place to Work® è una società di ricerca, tecnologia e consulenza organizzativa che analizza gli ambienti di lavoro misurando le opinioni dei collaboratori e la employee experience. Attraverso la Survey Platform e con attività di consulenza mirata, Great Place to Work® supporta le aziende nel percorso di crescita e di trasformazione organizzativa, fino a riconoscere e premiare le migliori organizzazioni per cui lavorare in Italia, in Europa e nel mondo.

I risultati dell'analisi di clima aziendale permettono alle aziende di sviluppare il proprio Employer Branding: l'ottenimento della Certificazione Great Place to Work® infatti, insieme alla pubblicazione nelle Classifiche Best Workplaces, permette il riconoscimento della qualità della cultura lavorativa, per essere considerati come una delle migliori organizzazioni per cui lavorare.

Il modello metodologico utilizzato da Great Place to Work® è universale e consolidato in oltre 40 anni di ricerche sulle aziende in tutto il mondo. Gli ambienti di lavoro eccellenti sono frutto delle relazioni quotidiane vissute dalle persone in azienda; la fiducia è il fattore chiave comune a queste relazioni. Il Questionario di clima Trust Index® di Great Place to Work® è un misuratore del livello di fiducia in azienda. Secondo questo modello di analisi, un great workplace deve esserlo per tutti, indipendentemente dalle caratteristiche personali, dal ruolo ricoperto in azienda e dalle mansioni svolte.

L'employee survey ha l'obiettivo di misurare le opinioni dei collaboratori riguardo al clima lavorativo aziendale. Per fare questo, il sondaggio è costruito sulla base delle 5 dimensioni del modello Great Place To Work®:





Le maggiorazioni salariali

Nel mese di maggio 2023 il Consiglio di Amministrazione di HNH Hospitality S.p.A ha deliberato importanti modifiche delle condizioni economiche previste dal CCNL applicate ai propri lavoratori. Modifiche applicate in accordo con le Organizzazioni Sindacali attraverso una contrattazione integrativa aziendale. Tali modifiche sono state confermate anche per l'intero anno fiscale 2024 e previste nelle stime di Budget 2025.

HNH Hospitality è la prima società del settore a inserire maggiorazioni retributive del 10% per il lavoro svolto di sabato o domenica, un'indennità di 25 euro lordi a settimana per chi distribuisce il proprio orario lavorativo in 6 giornate su 7 (anziché 5 su 7) e di una giornata di ferie retribuita nel giorno del compleanno del lavoratore. A queste misure, inoltre, si aggiungono i cosiddetti "Permessi Solidali", ovvero la possibilità per chi sta vivendo una situazione straordinaria di difficoltà personale o di un familiare di ricevere ore di permesso extra, donate volontariamente e in forma anonima dai colleghi alle quali la società contribuirà con un ulteriore contributo di pari misura.

Nel dettaglio, al lavoratore viene riconosciuta, per ogni ora di attività lavorativa svolta nella giornata del sabato, una maggiorazione retributiva del 10%, calcolata sulla paga base nazionale conglobata vigente nel mese. Mentre, per ogni ora di attività lavorativa svolta nella giornata di domenica e in aggiunta a quanto previsto dall'art. 85 del vigente CCNL, al lavoratore viene riconosciuta un'ulteriore maggiorazione retributiva del 10% calcolata sulla paga base nazionale conglobata vigente nel mese.

Inoltre, è stata introdotta un'indennità in cifra fissa di euro 25,00 per svolgimento dell'attività lavorativa su 6 giorni settimanali invece che su 5. L'indennità viene erogata con riferimento a tutte le settimane lunedì-domenica, con la presenza di 6 giornate effettivamente lavorate su 7, a prescindere dal giorno di riposo individuato. L'indennità viene erogata unitamente alle competenze di ciascun mese con riferimento a tutte le settimane che si siano concluse nel suddetto mese.

Infine, in aggiunta alla possibilità di fruire della misura denominata “Permessi Solidali” – ovvero la possibilità per chi sta vivendo una situazione straordinaria di difficoltà personale o di un familiare di ricevere ore di permesso extra, donate volontariamente e in forma anonima dai colleghi – HNH Hospitality ha introdotto un’ulteriore innovazione nel settore, ovvero una giornata di ferie retribuita nel giorno del compleanno del lavoratore. Non solo, nel caso in cui la data del compleanno coincidesse con un giorno di riposo o di chiusura, il lavoratore potrà usufruire della misura “Ferie di Compleanno” in una giornata qualsiasi purché rientri nel mese del compleanno.

“HNH Hospitality ha scelto di introdurre, in una fase estremamente positiva del settore alberghiero e in ottica di talent attraction&retention, una misura concreta e innovativa con l’obiettivo di migliorare la condizione lavorativa del proprio Staff, che arriva a contare, in piena stagione estiva, oltre 1.000 dipendenti” – ha commentato Costabile Giordano, Chief Human Resources Officer del Gruppo HNH Hospitality – “Gli interventi approvati hanno lo scopo di dare risposte concrete ai temi emersi nell’attività di ascolto avviata nel tempo con la Comunità HNH, ovvero la richiesta di valorizzare e gratificare maggiormente il lavoro nei weekend, prestando particolare attenzione anche al tempo libero e al work-life balance”.

La misura aveva carattere sperimentale fino al 31 ottobre 2023. Considerandone l’efficacia, la Società ha esteso la durata per tutto il 2024 ed anche per il 2025 in relazione al valore aggiunto e alla sostenibilità nel lungo periodo. “In un contesto globale ad elevata inflazione, ci sembra ancora più importante come HNH Hospitality continuare a dare risposte concrete ai nostri dipendenti migliorando la loro condizione lavorativa. – ha commentato Costabile Giordano, Chief Human Resources Officer del Gruppo HNH Hospitality – La proroga dell’intero pacchetto di misure è sinonimo di impegno verso la Comunità HNH dopo il successo in questi mesi delle diverse iniziative”. Nel corso del 2024 le maggiorazioni salariali applicate nel periodo novembre 2023-ottobre 2024 ammontano ad Euro 566.294, ripartite in Maggiorazioni Lavoro Weekend per Euro 257.098 e Indennità 6 Giornata per Euro 309.196. Le giornate di Permesso Retribuito dalla Società durante il giorno di Compleanno del collaboratore erogate nel 2024 ammontano a 327, in aumento di quasi il doppio rispetto al dato del 2023.

Welfare e Benessere Psicologico

A metà del 2024 sono state implementate due nuove importanti iniziative in termini di welfare:

L’attivazione di un servizio di supporto psicologico individuale, su base volontaria, messo a disposizione gratuitamente di tutti i dipendenti di HNH tramite una partnership con il centro medico di psicologia “Uno-bravo”, che si occupa di servizi di supporto psicologico online e che si propone come punto di riferimento affidabile, competente ed empatico nella vita delle persone, per aiutarle nel raggiungimento del benessere psicologico e supportarle nella propria crescita personale, familiare e sociale.

La stipula di un’assicurazione sanitaria complementare e integrativa a beneficio di tutti i dipendenti inquadrati come operai e impiegati contrattualizzati a tempo indeterminato. La polizza, in alcuni casi integra prestazioni sanitarie, in altri casi aggiunge alcune prestazioni sanitarie non già coperte dal Fontur, il fondo di assistenza sanitaria previsto dal CCNL.

Entrambi i servizi, di durata annuale, saranno rendicontati nel 2025 al fine di decidere se renderli strutturali.

Congedo parentale

Tutto il personale del Gruppo ha diritto al congedo parentale, secondo i termini (durata) previsti dalla legislazione italiana vigente. In particolare, nell’anno 2024, hanno usufruito di tale periodo 15 dipendenti (7 uomini, 8 donne): il tasso di rientro al lavoro nell’anno è stato pari a 66% (86% nel 2023), mentre il tasso di retention a 12 mesi dal loro rientro è stato pari al 26% (62% nel 2023).

Si riporta il dettaglio suddiviso per genere nelle seguenti tabelle:



La comunità e il territorio

Le strutture del Gruppo hanno un impatto particolarmente significativo nel territorio o nelle singole comunità locali o aree cittadine in cui sono ubicati. Nel desiderio di generare un impatto positivo sulle comunità locali e supportare i territori che ospitano le strutture alberghiere, la Società ha ritenuto da sempre una priorità e un preciso dovere morale offrire il contributo prevalentemente alla promozione della qualità della vita e allo sviluppo economico, sociale, culturale, civile e medico-scientifico dei territori nella cui cornice viene svolta l’attività alberghiera e delle comunità che li abitano. Nel corso degli ultimi 12 mesi l’attenzione alle comunità e ai territori dove sono ubicate le strutture è cresciuta molto in tutte le Business Unit in cui opera la Società. Nella fattispecie infatti il rapporto con la Comunità Locale può essere ripartito in diverse attività:

- Donazioni ad Enti ed Associazioni Locali
- Sponsorizzazioni di Società Sportive Locali
- Coinvolgimento nell’organico della struttura alberghiera di personale che ha intrapreso un progetto di recupero post-reclusivo
- Coinvolgimento di artisti locali per allestimento di mostre temporanee all’interno delle strutture alberghiere
- Pulizia di spiagge o aree limitrofe alle strutture ricettive

Si riporta il dettaglio suddiviso per genere nelle seguenti tabelle

Tasso di rientro a lavoro per genere (GRI 401-3)	2024	2023
Donne	38%	71%
Uomini	100%	100%

Tasso di retention a 12 mesi, per genere (GRI 401-3)	2024	2023
Donne	38%	57%
Uomini	33%	67%

Le tematiche legate alla genitorialità e al rientro al lavoro nel settore alberghiero, tipicamente organizzato su turni e su disponibilità lavorativa nei fine settimana e nelle festività, rappresenta oggettivamente un fattore critico su cui HNH intende interrogarsi al fine di implementare azioni che garantiscano supporto nella conciliazione lavoro-famiglia con particolare riferimento alla popolazione femminile.



Con riferimento alle Donazioni, nel corso del 2024 sono stati donati:

- Prodotti alimentari per euro 18.000 dalla struttura Park Hotel Brasilia ad associazioni locali e a progetti di Solidarietà e Cooperazione Internazionale in Africa;
- Prodotti alimentari per euro 500 dalla struttura Almar Timi Ama ad associazioni locali;
- Prodotti alimentari ed attrezzature (materassi) donate a fine stagione ad associazioni locali e comunità locali per minori di Mazara del Vallo donate dalla struttura Almar Giardino di Costanza (quest'ultima contro il randagismo ha anche avviato attività di adozione di cani).

Con riferimento alle Sponsorizzazioni, la società ha destinato nel 2024

- Euro 103.000 a società sportive del territorio, quali per esempio la Reyer Basket di Venezia, il Basket Trieste, il Volley di Padova, l'Audace Calcio a 5 di San Giovanni Lupatoto o la GSD Villasimius Calcio di Villasimius.
- Nella struttura voco® Milan-Fiere è stato inoltre avviato da qualche anno il progetto lavorativo sostenuto dal "Celav", ovvero un servizio di orientamento e supporto all'inserimento lavorativo promosso dal comune di Milano rivolto alle persone che si trovano in situazioni di svantaggio.
- Il servizio offre, tramite lo sportello aperto al pubblico, informazioni e orientamento sul mercato del lavoro. Inoltre, per i cittadini residenti nel Comune di Milano in età lavorativa, disoccupati e inoccupati, il Celav propone ulteriori azioni di sostegno quali:
- accompagnamento educativo alla compilazione del curriculum vitae ed alla valutazione delle proprie competenze;
 - affiancamento nella ricerca attiva del lavoro.

Oltre ai progetti specifici su segnalazione di:

- servizi sociali e/o sociosanitari pubblici, all'interno di un progetto avviato;
- servizi specialistici di cura;
- delle aree Pedagogiche presenti negli Istituti Penitenziari milanesi (San Vittore, Opera, Bollate), dai Servizi della Giustizia (Uepe) e dai Servizi di affidamento del territorio (Sert, Cad), per le persone sottoposte a misure restrittive della libertà, siano esse in detenzione che beneficiarie di misura alternativa sul territorio.

Oggi l'hotel voco® Milan-Fiere ha assunto 3 collaboratori, a seguito di un percorso di tirocinio avviato con il progetto "Celav".

Sempre con lo spirito di collaborare con aziende che hanno come core business un percorso di recupero di persone, la Società ha rafforzato la collaborazione con la Pasticceria Giotto, che collabora con il carcere di Padova. Questa collaborazione si è concretizzata nell'acquisto di articoli di Pasticceria presentate nei Buffet delle colazioni, per un totale di euro 21.938.

In diverse strutture del gruppo, vengono esposte, gratuitamente, opere di emergenti artisti locali; a titolo di esempio riportiamo le foto di alcune esposizioni ospitate presso il DoubleTree by Hilton Rome Monti con gli artisti Di Nardo, Oizmut e Troise o presso il Best Western Plus Tower Hotel Bologna con l'artista Roselli.



- Fatti e numeri chiave
- Perché è importante

07. Diversità Pari Opportunità e Inclusione

Fatti e numeri chiave

Ottenimento
Certificazione
Great Place
to Work®

64%

indice di gradimento
complessivo

Perchè è importante

HNH Hospitality si impegna nel creare un ambiente di lavoro sereno in cui le persone sono valutate con lo stesso metro di giudizio.

Il codice etico interno formalizzato recita espressamente:

“Ciascuno in HNH Hospitality ha gli stessi diritti e le stesse opportunità di sviluppare le proprie ambizioni. Il reclutamento di nuovo personale, che avviene sulla base del curriculum (esperienza, attitudini, competenze), e gli avanzamenti di carriera sono orientati a garantire la massima correttezza e le pari opportunità senza discriminazioni di sesso, razza, età, orientamento sessuale e di genere, credenze religiose, opinioni politiche. La “comunità HNH” da sempre impiega professionalità molto differenti non solo per background ma anche per paesi e culture di provenienza. Diversità che si rispettano e che collaborano insieme e la quale integrazione rappresenta una grande ricchezza per il Gruppo oltre che un importante valore aggiunto nei confronti dei nostri Ospiti, anch’essi di provenienza internazionale. Non tolleriamo nessuna forma di molestia o abuso, a qualsiasi titolo. HNH Hospitality considera inaccettabili comportamenti indesiderati a connotazione sessuale che offendano la dignità delle donne e degli uomini ivi inclusi atteggiamenti e provocazioni di tipo fisico, verbale e non verbale nonché comportamenti fisicamente o psicologicamente persecutori, protratti e sistemici, suscettibili di creare un ambiente di lavoro “tossico” oltre che lesivo dell’integrità psico-fisica della persona”.

*Scala di valutazione Booking.com da 1 a 10

L’ambiente inclusivo viene confermato dai dati emersi dall’analisi del clima interno, indagine svolta annualmente. L’indagine misura la percezione delle persone, su una scala da “Quasi sempre falso” a “Spesso vero”. I punteggi sono presentati sotto forma di % risposte positive (“Quasi sempre vero” o “Spesso vero”).

Per quanto concerne i risultati del 2024 in relazione agli item:

- Vengo trattata/o come parte integrante dell’azienda, a prescindere dal mio ruolo:
69% risposte positive
- Le persone qui vengono trattate in modo imparziale indipendentemente dall’età:
76% risposte positive
- Le persone qui vengono trattate in modo imparziale indipendentemente dall’origine etnica:
89% risposte positive
- Le persone qui vengono trattate in modo imparziale indipendentemente dal sesso:
83% risposte positive
- Le persone qui vengono trattate in modo imparziale indipendentemente dall’orientamento sessuale:
91% risposte positive
- Se fossi trattata/o ingiustamente, so che il mio caso verrebbe gestito in modo imparziale:
69% risposte positive
- Sono orgogliosa/o di dire che lavoro per questa azienda:
74% risposte positive

Nel 2024, la popolazione aziendale è quasi equamente distribuita **tra dipendenti di genere maschile (363) e di genere femminile (316).**

Le figure apicali dei 16 hotel del Gruppo (General/Resident/Hotel Manager) **sono composti da 7 Manager uomini e 9 Manager donne.**

La politica retributiva, comprensiva della parte variabile, è applicata in maniera equa e trasversale adottando i medesimi criteri definiti per funzione/ruolo al di là del genere, provenienza, orientamento sessuale.

Allo stesso modo, le nuove nomine legate alle crescite di ruolo interne, sono definite sulla base dell’esperienza e delle competenze maturate in azienda.
Nel 2024, su 14 nuove nomine/crescite interne formalizzate, 7 hanno riguardato dipendenti donne.

Si riporta a seguito il rapporto dello stipendio base e della retribuzione delle donne rispetto agli uomini per ciascuna categoria di dipendenti del Gruppo (GRI 405-2), secondo il principio della competenza:

GRI 405 -2

	Livello Qualifica	2024	2023
Operai	B1		
	B2		91%
	C1	110%	90%
	C2	81%	93%
	C3	90%	89%
	D1	100%	100%
	D2		102%
	Livello Qualifica	2024	2023
Impiegati	B1	92%	94%
	B2	100%	96%
	C1	107%	108%
	C2	101%	103%
	C3	101%	102%
	D1	100%	
	Livello Qualifica	2024	2023
Quadri	A1	90%	76%
	A2	130%	93%

Si segnala che dove non è stata riportata la percentuale, significa che nell’anno in esame erano presenti esclusivamente donne o uomini.

Nel 2024 il rapporto dello stipendio base e della retribuzione delle donne rispetto agli uomini per ciascuna categoria di dipendenti di Gruppo, secondo il principio della competenza, è superiore al 90%.

- Fatti e numeri chiave
- Perché è importante
- La composizione del Gruppo
- Crescere e Fare Squadra

08. Sviluppo dei talenti

Fatti e numeri chiave

679

collaboratori *

46%

donne

8.375 ore

di formazione erogata nel 2024
al personale di HNH Hospitality
di cui il 18% formazione specifica
in materia di sicurezza

64% della
popolazione
aziendale

ritiene che HNH Hospitality sia
un eccellente posto di lavoro
(sondaggio Great Place
To Work® 2024)

* Numero medio

Perchè è importante

HNH Hospitality è un’azienda di persone che offre servizi alle persone. Prendersi cura dei dipendenti per fornire servizi di valore è quindi un elemento cardine delle strategie di Gruppo. È grazie alle competenze sviluppate e messe in campo giornalmente dai propri collaboratori che HNH è in grado di fornire un servizio eccellente ai propri Ospiti oltre a crescere come Comunità.



La composizione del Gruppo

Nel 2024 le persone che compongono la Società sono 679 (in aumento rispetto l’anno precedente con 625 dipendenti), di cui il 46% donne.

COMPOSIZIONE DEL PERSONALE PER GENERE (GRI 2-7)		
	2024	2023
Uomini	363	337
Donne	316	288
TOTALE	679	625

L’incremento del numero dei collaboratori è riconducibile da un lato alla crescita dell’operatività e all’apertura di nuove posizioni previste dal budget e dall’altro all’internalizzazione del personale addetto alla pulizia dell’Hotel Indigo Venice Sant’Elena, avvenuta in gennaio 2024. Complessivamente, a livello di Gruppo, il 53% dei dipendenti è assunto con contratto a tempo indeterminato. La gestione dei dipendenti a tempo determinato/stagionale è differente nei diversi hotel a seconda delle esigenze di business. In generale, poiché il Gruppo ricorre a questa forma contrattuale soprattutto per gestire i picchi stagionali durante il periodo estivo, si registra nel 2024 un lieve incremento nell’utilizzo di questa tipologia contrattuale alla luce della significativa ripresa dell’operatività dei Resort.

COMPOSIZIONE DEL PERSONALE PER RAPPORTO CONTRATTUALE (GRI 2-7)		
	2024	2023
Indeterminato	377	330
Determinato/stagionale	302	295
TOTALE	679	625

COMPOSIZIONE DEL PERSONALE PER FASCIA D’ETÀ (GRI 2-7)		
	2024	2023
Fascia Età 18-24 - incidenza %	13%	15%
Fascia Età 25-39- incidenza %	46%	43%
Fascia Età 40-54 - incidenza %	30%	33%
Fascia Età Over 55 - incidenza %	11%	9%
TOTALE	100%	100%

Crescere e Fare “Squadra”

La formazione e lo sviluppo delle competenze del personale rappresentano una leva strategica per alimentare e accompagnare la continua crescita organizzativa, culturale nonché per diffondere i valori aziendali. HNH crede nel coinvolgimento diretto e propositivo dei dipendenti in un percorso capace di mettere al centro la persona quale protagonista attivo della propria crescita e della crescita del Gruppo. Nel corso degli anni, il Gruppo ha perfezionato programmi di formazione interna ed esterna dedicati al proprio personale, focalizzati su 4 principali aree tematiche:

- Formazione di base (corsi di informatica/digital; corsi di lingua);
- Formazione di catena (formazione prevista dalle catene alberghiere partner focalizzata sugli standard operativi e sui gestionali applicativi);
- Formazione tecnico specialistica legata a specifiche funzioni aziendali (basi di revenue management; marketing; protocolli SPA; aggiornamenti HR; governance e sostenibilità; programma “Delphi”);
- Formazione manageriale dedicata ai responsabili in ruolo e ai manager di nuova nomina (generare una collaborazione produttiva; leadership e organizzazione efficiente; modello comportamentale “Brainbow”; coaching individuale);
- Formazione Sicurezza in accordo con la normativa di riferimento (generale e specifica; antincendio; primo soccorso; gestione emergenze).

Per il personale neoassunto, di sede e hotel, il Gruppo prevede specifici percorsi di induction training per accogliere e favorire l’inserimento del nuovo arrivato nella realtà aziendale.

Alla luce del crescente ricorso alle tecnologie digitali, il Gruppo ha continuato a fornire, attraverso webinar e formazione online, corsi relativi allo sviluppo di competenze digitali, alle regole di comportamento da adottare, alla corretta gestione del rapporto con i clienti.

Nel corso del 2024 sono state erogate complessivamente **8.375 ore di formazione**, in calo rispetto all’anno precedente, in relazione ad una differente metrica di rendicontazione della formazione tecnica legata alle catene internazionali partner, oltre che ad una progressiva normalizzazione delle attività formative, post affiliazione ai marchi internazionali.

La formazione si è concentrata in gran parte sullo sviluppo delle competenze tecniche (oltre il 58% della formazione erogata), in particolar modo per il personale negli hotel, così come sul rafforzamento delle competenze manageriali per i ruoli di responsabilità. Particolare attenzione è stata comunque dedicata alla formazione su salute e sicurezza, qualità e igiene, tematiche di rilevanza strategica per il business del Gruppo, nonostante nel corso del 2024 l’ RSPP sia stato nuovamente esternalizzato in relazione all’uscita della figura precedentemente assunta direttamente.

TIPOLOGIA FORMAZIONE		
	2024	2023
Sicurezza	1.746	1.954
Base/Lingue straniere e informatica	330	140
Tecnico/specialistica/di catena	4.929	10.008
Manageriale/soft skills	1.370	1.863
TOTALE	8.375	13.965

In relazione al piano strategico di sviluppo della Società, negli ultimi anni HNH ha perfezionato strategie di employer branding e investito su nuovi canali di ricerca finalizzati al reclutamento efficace di nuovi collaboratori per la crescita della sede, delle strutture di nuova apertura nonché per la gestione del turnover.

Parallelamente sono stati stimolati e perfezionati fortemente percorsi di crescita interni.

Se nel 2023, a fronte di un fabbisogno di 13 posizioni apicali (Direttori, Capi reparto, Responsabili di funzione) 10 sono state coperte grazie a crescite di personale già in forza nominato internamente (77%), nel corso del 2024, il fabbisogno di 25 posizioni apicali è stato soddisfatto con la crescita interna di personale già in forza e la nomina di 14 manager (56%).
Questi numeri confermano una politica aziendale fortemente focalizzata sullo sviluppo delle competenze e professionalità interne in ottica di crescita e retention.



- Fatti e numeri chiave
- Perché è importante
- L'impegno per la sicurezza

09. Ambiente di lavoro sicuro

Fatti e numeri chiave

1.746 ore

Di formazione
sul tema sicurezza

26 infortuni

Su oltre 1.3 milioni
di ore lavorate

0 malattie
professionali

Rilevate negli ultimi
3 anni su oltre 1.3 milioni
di ore lavorate

Perché è importante

HNH Hospitality, tramite nomina scritta da parte del Datore di Lavoro, nel corso del 2024 ha conferito l'incarico di RSPP ad una risorsa esterna, in attesa di internalizzare nuovamente il servizio a seguito di processo di selezione attivo, per tutte le sedi operative del Gruppo, verificandone periodicamente il rispetto dei requisiti e delle competenze previste dal D.Lgs. 81/08 e s.m.i..

L'RSPP all'inizio del suo incarico e a seguito di ogni nuova apertura di sedi operative, si occupa di svolgere un sopralluogo dedicato all'individuazione dei pericoli e alla valutazione dei rischi connessi. Tale attività è propedeutica alla redazione, per conto del Datore di Lavoro, del DVR (Documento di Valutazione dei Rischi), come previsto dagli artt. 28 e 29 del D.Lgs. 81/08 e s.m.i..

A seguito della valutazione dei rischi vengono pianificati gli interventi per mitigare, ridurre e/o eliminare, ove possibile, tali rischi per la sicurezza e la salute dei lavoratori.

Su un apposito allegato del DVR, le misure di prevenzione e protezione vengono raccolte, descritte e pianificate.

Periodicamente, l'RSPP, in accordo con il Datore di Lavoro, effettua un aggiornamento totale del DVR, ivi compreso il controllo della corretta attuazione delle misure di prevenzione e protezione previste. La maggior parte dei DVR è stato aggiornato nel mese di gennaio 2021, ad eccezione delle strutture aperte solo dopo tale data.

Nel mese di febbraio 2024 è stata eseguita la revisione, l'aggiornamento e la consegna alle sedi operative di due nuovi DVR nelle property di Best Western Plus Tower Hotel Bologna e Hotel Indigo Venice - Sant'Elena.

L’RSPP, attraverso la tenuta di un proprio libretto formativo, monitora periodicamente le scadenze relative agli aggiornamenti previsti dalla normativa. Inoltre, propone al Datore di Lavoro e al CHRO (Chief Human Resources Officer) le attività necessarie per garantire un continuo aggiornamento, valutando periodicamente gli aspetti formativi più rilevanti in relazione alla realtà aziendale e alla sua evoluzione.

Durante i periodici sopralluoghi dell’RSPP e/o durante le periodiche attività formative che lo stesso svolge nelle strutture operative, i lavoratori hanno la possibilità di segnalare eventuali pericoli e/o particolari situazioni di rischio.

Gli stessi lavoratori, tramite i propri Responsabili, possono segnalare particolari situazioni di pericolo al Manager della struttura, che ne riporta direttamente all’RSPP. Quotidianamente nelle strutture operative, vengono svolte riunioni di coordinamento tra i capi reparto e il manager della struttura (c.d. morning meeting), nei quali vengono riportati eventuali segnalazioni dei lavoratori. HNH Hospitality reputa fondamentale tale contributo dei lavoratori.



L'impegno
per la sicurezza

A. Servizi di medicina del lavoro

HNH Hospitality, tramite delle nomine scritte e formali, ha conferito l’incarico di Medico Competente a 3 diversi studi professionali a copertura delle aree geografiche dove sono ubicate le strutture operate.

Nel corso dell’anno fiscale 2024 sono state svolte n° 236 visite mediche periodiche e/o a neoassunti.

Gestione informazioni personali

I dati sanitari personali dei lavoratori sono gestiti, secondo il GDPR, dal Medico Competente, che li gestisce ed archivia nelle cartelle sanitarie. All’Organizzazione vengono fornite le idoneità e vengono comunicate le caratteristiche di eventuali imitazioni e prescrizioni, senza specifica dei problemi sanitari personali da cui dipendono. Il RSPP, nel rispetto del GDPR, avendo sottoscritto anche apposita designazione funzionale e il relativo rispetto dei dati, gestisce ed archivia i dati personali (dati anagrafici, sede operativa e mansione) dei lavoratori, al solo scopo di trasferire ai Medici competenti le informazioni necessarie alla corretta applicazione del protocollo sanitario ed alla creazione della cartella sanitaria del lavoratore. Non vengono gestite, raccolte, utilizzate e trasmesse informazioni personali sulla salute dei lavoratori per trattamenti favorevoli o sfavorevoli dei lavoratori stessi.

Gestione del Servizio di Sorveglianza Sanitaria

Tramite il confronto tra RSPP e ufficio HR, con l'utilizzo dei dati comuni presenti nel gestionale, vengono organizzate le sessioni di sorveglianza sanitaria. Durante queste sessioni, il MC svolge anche il sopralluogo degli ambienti di lavoro al fine di evidenziare eventuali aspetti di miglioramento e/o lacune organizzative. Annualmente il RSPP organizza la Riunione Periodica, secondo quanto previsto dall’art.35 del D.Lgs. 81/08 dove si condividono i dati relativi agli aspetti Health&Safety. stessi.

B. Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro

HNH Hospitality, recependo le normative in materia di formazione, ha organizzato e svolto periodicamente le seguenti attività formative:

GRI 403-5

Attività formativa	Ore	Destinatari	Svolgimento
Formazione Generale e Specifica Basso Rischio D.Lgs 81/08	4 + 4	Tutti i lavoratori	Interno
Aggiornamento formazione specifica	6	Tutti i lavoratori secondo scadenze	Interno
Formazione gestione emergenze	1 ora/anno	Tutti i lavoratori	Interno
Formazione Antincendio Alto rischio	16	Addetti antincendio	Interno con collaborazione ente esterno
Formazione Primo Soccorso	12	Addetti primo soccorso	Ente formativo esterno
Aggiornamento Antincendio	8	Addetti antincendio secondo scadenze	
Aggiornamento Primo soccorso	6	Addetti primo soccorso secondo scadenze	Ente formativo esterno
Formazione preposti	8	Preposti aziendali	Interno
Formazione Lavori Elettrici PES/PAV	16	Tutti i manutentori	Ente formativo esterno
Formazione legionella	2	Tutti i manutentori	Interno
Formazione HACCP	Secondo normativa locale	Tutti addetti area F&B	Interno

Nel corso dei primi mesi del 2022, l’Organizzazione si è dotata di un Gestionale Web, collegato al gestionale utilizzato dal reparto HR, dove sono stati inseriti tutti gli adempimenti da svolgere, le attività formative svolte in passato e collegate ai singoli soggetti, nonché tutti i modelli di documenti necessari ad erogare le attività formative. Trimestralmente l’RSPP estrae dei check up formativi e propone le attività formative alle varie strutture operative, singolarmente o accorrandole in cluster. Ove la normativa lo imponga, al termine delle attività formative viene verificato il grado di apprendimento tramite appositi test. Nel corso dell’Anno Fiscale 2024 le attività formative hanno coinvolto oltre 500 collaboratori, per un totale di 1.746 ore di formazione in materia di sicurezza e lavoro così ripartite per le singole strutture alberghiere del gruppo e per macro-temi formativi:

GRI 403-5

Hotel	Ore Formazione Sicurezza
Almar Timi Ama	632
DoubleTree by Hilton Rome Monti	292
Almar Giardino di Costanza	288
voco® Milan-Fiere	192
DoubleTree by Hilton Trieste	114
Best Western Plus Tower Bologna	112
Crowne Plaza Padova	82
Best Western Gorizia Palace	24
Crowne Plaza Venice East - Quarto d’Altino	8
voco® Venice Mestre - The Quid	2
Totale	1.746

Area Formativa	Ore Formazione Sicurezza
Formazione Generale Lavoratori	692
Formazione Specifica Basso Rischio	692
Formazione Antincendio Alto Rischio	280
Formazione Gestione Emergenze	82
Totale	1.746

C. Promozione della salute dei lavoratori

HNH Hospitality facilita l’accesso ai fondi di assistenza sanitaria integrativa prevista per il personale, tramite l’adesione ai fondi di categoria Fon.tur (impiegati e operai), e Quas (quadri).

In aggiunta, nel 2024, l’azienda ha stipulato una nuova polizza assicurativa sanitaria complementare e integrativa a quanto già previsto dal fondo Fon.tur.

D. Infortuni sul lavoro

HNH Hospitality raccoglie ed analizza sistematicamente i dati relativi agli infortuni sul lavoro, confrontando poi gli indici infortunistici per anno e per sede operativa. Come evidente dalle tabelle riepilogative sottostanti, il numero degli infortuni lievi per l’anno 2024 è rimasto pressoché invariato rispetto l’anno precedente e con un’incidenza che rimane bassa.

Informazioni relative ad infortuni a tutti i dipendenti (Anno Fiscale 2024): GRI 403-9

Item	Valore	Note
Numero e tasso di decessi a seguito di infortuni sul lavoro	0 (zero)	Non vi sono stati decessi
Numero e tasso infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	0 (zero)	Non vi sono stati infortuni da cui il lavoratore non sia riuscito a ristabilirsi completamente entro 6 mesi
Numero totale di infortuni anno fiscale 2024	26	
Numero infortuni in itinere anno fiscale 2024	11	
Giorni di inabilità per infortunio (totali) anno fiscale 2024	830	
Giorni di inabilità per infortunio in itinere anno fiscale 2024	518	
Indice di frequenza totale 2024	19.84	
Indice di frequenza senza itinere 2024	11.45	
Indice di gravità totale 2024	0.63	
Indice di gravità totale 2024	0.40	

L’indice di gravità degli infortuni viene calcolato come: (numero di giorni persi per infortunio / ore lavorate) x 1.000. Il tasso di infortuni sul lavoro registrabili viene calcolato come: (numero di infortuni / ore lavorate) x 1.000.000. Il tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze è calcolato come: numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (a esclusione dei decessi) / ore lavorate x 1.000.000.

Informazioni relative ad infortuni a tutti i dipendenti (Anno Fiscale 2023): GRI 403-9

Item	Valore	Note
Numero e tasso di decessi a seguito di infortuni sul lavoro	0 (zero)	Non vi sono stati decessi
Numero e tasso infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	0 (zero)	Non vi sono stati infortuni da cui il lavoratore non sia riuscito a ristabilirsi completamente entro 6 mesi
Numero totale di infortuni anno fiscale 2023	27	
Numero infortuni in itinere anno fiscale 2023	10	
Giorni di inabilità per infortunio (totali) anno fiscale 2023	585	
Giorni di inabilità per infortunio in itinere anno fiscale 2023	81	
Indice di frequenza totale 2023	21.88	
Indice di frequenza senza itinere 2023	14.31	
Indice di gravità totale 2023	0.42	
Indice di gravità totale 2023	0.33	

L’indice di gravità degli infortuni viene calcolato come: (numero di giorni persi per infortunio / ore lavorate) x 1.000. Il tasso di infortuni sul lavoro registrabili viene calcolato come: (numero di infortuni / ore lavorate) x 1.000.000. Il tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze è calcolato come: numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (a esclusione dei decessi) / ore lavorate x 1.000.000.

Principali tipologie di infortuni sul lavoro Anno 2024 GRI 403-9

Tipo infortunio	Numero accadimento	Numero giorni inf. per accadimento
Utilizzo e movimentazione attrezzatura	4	115
Caduta dall’alto (caduta da oltre 200 cm)	0	0
Tagli, Ferite ed Ustioni con utensili ed attrezzature	5	316
Ambiente di lavoro (inciampo, scivolamento, investimento)	6	87
Mancato utilizzo DPI	0	0
Cause esterne / interne	11	312

Principali tipologie di infortuni sul lavoro Anno 2023

Tipo infortunio	Numero accadimento	Numero giorni inf. per accadimento
Utilizzo e movimentazione attrezzatura	6	70
Caduta dall'alto (caduta da oltre 200 cm)	0	0
Tagli, Ferite ed Ustioni con utensili ed attrezzature	7	362
Ambiente di lavoro (inciampo, scivolamento, investimento)	4	36
Mancato utilizzo DPI	0	0
Cause esterne / interne	10	117

Non ci sono evidenze che vi siano stati nell’anno fiscale 2024 infortuni sul lavoro di aziende in ap-
palto all’interno dei nostri hotel.

Non vi sono stati infortuni da cui il lavoratore non sia riuscito a ristabilirsi completamente entro
6 mesi; quindi, non sono individuabili infortuni che abbiamo provocato gravi conseguenze e/o
decessi.

E. Malattie professionali

Non vi sono pregresse conoscenze ed evidenze in merito a malattie professionali o a richieste di
tal genere.



- Fatti e numeri chiave
- Perché è importante
- Il percorso di HNH verso la riduzione delle emissioni
- Mobilità elettrica
- Acqua
- Rifiuti
- La tutela della biodiversità in HNH
- Treedom: la Foresta HNH

10. Energia, emissioni e cambiamento climatico

Fatti e numeri chiave

17.1 milioni di kWh

consumati da fonti rinnovabili al 100%

100% di Energia Elettrica

proveniente da fonti rinnovabili nell'anno 2024

2 impianti di micro-cogenerazione

entrati in funzione nella struttura di Padova nel corso del 2024

8 sistemi di smart metering

attivi nelle strutture del Gruppo

300 Alberi piantati con Treedom in 4 paesi

nel 2024

Perché è importante

Una delle sfide più significative che dovremo affrontare nei prossimi anni è il raggiungimento della neutralità climatica.

Già nel 2015 i governi dei Paesi ONU hanno creato “Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile”, un programma d’azione per le persone, il pianeta e la prosperità riassunto in 17 obiettivi (Sustainable Development Goals – SDGs).

Il Glasgow Climate Pact, l’accordo derivante dalla COP26 di Glasgow, firmato recentemente da 197 Paesi, è il primo accordo internazionale che prevede esplicitamente di ridurre l’utilizzo del carbone per raggiungere gli obiettivi dell’Accordo di Parigi.

Anche a livello continentale, l’Unione Europea si è posta l’obiettivo di raggiungere le zero emissioni di carbonio entro il 2050 e ha definito una roadmap di misure con obiettivi a medio termine per il 2030. Il pacchetto Fit for 55, approvato dalle istituzioni europee nel luglio 2021, impone come obiettivo una riduzione delle emissioni di gas serra del 55% rispetto ai livelli del 1990 entro il 2030, un aumento della quota di rinnovabili nel mix energetico al 40% e un obiettivo di efficienza energetica del 36%.

Guardando al nostro presente infatti, il 2021 e 2022 sono stati ufficialmente dichiarati due dei sette anni più caldi di sempre e hanno portato con sé delle conseguenze disastrose. Solo in Italia si sono verificati 187 eventi meteorologici estremi, uno ogni due giorni, che hanno provocato vittime e gravi danni nei territori.

La guerra tra Russia ed Ucraina e la successiva impennata dei prezzi energetici registrata nel corso del 2022 hanno ulteriormente rafforzato i processi e gli impegni concreti e costanti per tutte le organizzazioni volti alla riduzione dei consumi e delle emissioni.

Lo scenario geopolitico attuale, le recenti elezioni negli Stati Uniti d’America e gli esiti abbastanza deludenti delle ultime COP26 rendono sempre più ambiziosi gli obiettivi pianificati in sede di Unione Europea.

Il percorso di HNH verso la riduzione delle emissioni

HNH Hospitality si è da sempre impegnata nella riduzione dei propri impatti in termini di emissioni, attraverso attività volte all'efficientamento energetico, alla riduzione dei consumi e all'utilizzo di energia pulita proveniente da fonti rinnovabili. In particolare nel corso del 2022, in relazione all'impennata dei prezzi energetici, le politiche di efficientamento sono state ancor più incisive che in passato in tutte le Unità Operative del Gruppo.

Durante l'anno 2023 è stato completato il processo di controllo e monitoraggio dei consumi energetici (smart metering) nelle ultime strutture energivore del gruppo:

- Crowne Plaza Padova
- Best Western Plus Tower Hotel Bologna

Queste si aggiungono alle altre strutture già storicamente oggetto di monitoraggio, ovvero:

- voco® Milan-Fiere
- Almar Lido Jesolo
- Hotel Indigo Venice - Sant'Elena
- Best Western CTC Hotel Verona
- DoubleTree by Hilton Trieste
- DoubleTree by Hilton Rome Monti

Nel corso del 2024 è stata inoltre progettata l'architettura per installazione di un sistema di smart metering presso l'Almar Giardino di Costanza, da implementare nei primi mesi del 2025.

Tale strumentazione ha permesso ad HNH di analizzare le prestazioni energetiche dei diversi hotel, dei diversi reparti ed impianti, ed implementare, misurandole, azioni per la riduzione dei livelli di consumo e conseguente impatto ambientale.

Lo smart metering nelle strutture alberghiere

L'attenzione agli sprechi è, da sempre uno dei pillar della strategia gestionale ed operativa di HNH Hospitality.

Lo smart metering, ovvero una rete di misure volte a parzializzare il consumo elettrico complessivo per singole aree di business (camere, ristorante, spa, centro congressi) o per singoli impianti (gruppo frigo, impianto di trattamento dell'aria, pompe...) è lo strumento adottato dai capi reparto e responsabili della manutenzione delle strutture più energivore di HNH, per ottimizzare i consumi energetici, misurando costantemente gli impatti legati a scelte operative e gestionali.

I risultati di questa strategia operativa sono perfettamente quantificabili, con riduzione dei consumi misurati e certificati post-installazione compresi tra il 10% ed il 20%.

I consumi energetici di HNH Hospitality sono legati all'operatività delle diverse strutture alberghiere e della Sede Direzione di Venezia Mestre. I consumi di energia diretta sono riconducibili all'utilizzo di gasolio per i veicoli aziendali e al gas naturale per gli impianti di riscaldamento delle strutture alberghiere. I consumi di energia indiretta sono riconducibili invece all'utilizzo di energia elettrica, per gli impianti di condizionamento e riscaldamento, laddove presente un impianto a pompa di calore, e per l'utilizzo di impianti ed attrezzature per erogare i servizi alberghieri.

GRI 302-1

Consumi Energetici della Società	2024	2023
Totale CO2 emesso (in kg)	9.426.760	8.597.060
Camere occupate	528.616	510.343
CO2 emesso (in t) per camere occupate	17.8	16.8

Consumo Anno Fiscale	2024	2023
Energia (kWh)*	17.125.366	16.874.078
Energia da fonti rinnovabili (kWh)	17.125.366	14.861.872
Gas (metri cubi)	901.230	974.249
Carburante Gasolio (litri)	37.157	40.308

**La Società ha scelto di adottare come unità di misura del consumo di energia elettrica il KWh, coerentemente con il dato ricavabile dalle fatture dei fornitori di energia elettrica per il calcolo del reale fabbisogno*

Il trend di crescita delle emissioni del Gruppo è legato all’incremento dell’operatività alberghiera e dei suoi servizi ancillari (Food & Beverage e Sale Riunioni), con tassi di occupazione cresciuti di quasi 4 punti percentuali, arrivando al 77% Full Year.

A completamento dell’analisi sui consumi energetici ed impatto in termini di emissioni, si riporta una matrice di sintesi, relativa al breakdown delle Emissioni, tra Emissioni Scope 1 ed Emissioni Scope 2 partendo dai consumi storici dell’anno 2024.

GRI 305-1 GRI 305-2

Classificazione	Vettore/Utilizzazione	Consumi		t CO2 emesse 2024
		Valore	u.d.m.	
SCOPE 1 Fonti possedute o controllate	Gas naturale	901.230	mc	7.475
	Carburante veicoli Gasolio	37.157	l	106
SCOPE 2 Emissioni indirette dal consumo di energia elettrica, termica e di raffreddamento	Energia Elettrica (tutta al 100% da fonti rinnovabili)	17.125.366	kWh	0
SCOPE 3 Emissioni indirette dal consumo energetico delle Lavanderie Industriali	Energia Elettrica e Gas	4.714.278	kWh	1.941
SCOPE 3 Emissioni indirette dal consumo energetico delle Lavanderie Industriali	Carburante	300.751	l	

Per il calcolo delle emissioni di SCOPE 1-2-3-, si è ricorso ad un tool di conversione, fornito da Sustainable Hospitality Alliance, con il supporto tecnico di GSTC. I coefficienti utilizzati per la conversione dei kWh in kgCO2 emessa nel 2024 sono:

- 0.45857 per kWh di energia elettrica acquistata;
- 0.20254 per kWh di gas acquistato;
- 0.26832 per Lt di carburante (gasolio) acquistato.

Mobilità elettrica

Nel 2024 è proseguita la collaborazione con TESLA e Porsche finalizzata alla promozione della viabilità verde. Negli hotel di HNH sono disponibili, infatti, complessivamente 25 connettori di cui 20 Tesla, 2 Porsche e 3 connettori universali. Dal 2023 presso il nostro hotel Crowne Plaza a Quarto d’Altino il servizio navetta offerto agli Ospiti è erogato da un mezzo di trasporto full electric.

Acqua

HNH Hospitality, oltre all’energia si è inoltre impegnata nella riduzione dei propri impatti in termini di consumi idrici, attraverso la sensibilizzazione dei propri collaboratori e dei propri Ospiti, mediante informativa dedicata. A maggior ragione in quanto operiamo anche in due aree identificate a forte stress idrico come Sicilia e Sardegna dove sono ubicati 2 resort a marchio Almar.

La frequenza delle rilevazioni dei consumi idrici degli hotel è stata effettuata mensilmente e condivisa con la Direzione Generale e con le Direzioni operative nell’ambito di appositi incontri periodici per un raffronto ed un intervento diretto ove necessario.

In particolare, nel corso dell’anno, i consumi di acqua delle strutture sono passati da 335.819 mc del 2023 ai 308.063 mc del 2024, in relazione ad una maggiore sensibilizzazione all’utilizzo della risorsa idrica, al venir meno di alcune perdite occulte rilevate nel 2023, e ad iniziative volte al contenimento dei consumi mediante riduttori dei flussi idrici dei rubinetti delle strutture alberghiere.

Consumi Idrici della Società	2024	2023
Totale m³ di acqua consumata	308.063	335.819
Camere occupate	528.616	510.343
Totale m³ di acqua consumata per camera occupata	0.582	0.658
Totale m³ di acqua consumata in area a stress idrico	97.683	119.221
Peso % di acqua consumata in area a stress idrico su consumo di acqua totale	21.9%	35.5%

Area Stress Idrico identificata: regioni Sicilia e Sardegna dove sono ubicati 2 Resort gestiti da HNH Hospitality a marchio Almar.

Rifiuti

La corretta gestione dei rifiuti e la diminuzione della loro produzione sono due elementi fondamentali della strategia di tutela dell’ambiente di HNH.

HNH si impegna ad effettuare correttamente la raccolta differenziata, sensibilizzando in tal senso collaboratori ed Ospiti. In conformità alle modalità di raccolta definite dai comuni in cui gli hotel si trovano, la raccolta differenziata prevede la suddivisione delle seguenti tipologie di rifiuti:

- Organico;
- Carta;
- Vetro/plastica/alluminio;
- Indifferenziato.

Ridurre la quantità di rifiuti prodotti è essenziale per risparmiare risorse e per proteggere l’ambiente, in tal senso HNH si sta adoperando per strutturare un sistema puntuale di rilevazione delle quantità dei rifiuti smaltiti.

Per quanto riguarda la gestione dei rifiuti speciali, come nel caso degli olii esausti, HNH Hospitality si avvale della collaborazione di aziende specializzate nel trasporto e smaltimento degli stessi e verifica che siano regolarmente iscritte all’Albo Nazionale Gestori Ambientali.

La tutela della biodiversità in HNH

Con l’ acquisizione del Resort Timi Ama, ubicato a Villasimius – Sud Sardegna, la società ha preso in gestione una struttura ubicata molto vicino all’area protetta di Notteri.

Nello specifico, è cura del management della struttura impedire che gli Ospiti si bagnino nelle acque dello Stagno di Notteri. A tal fine, gli Ospiti sono sensibilizzati verbalmente e il personale della spiaggia vigila affinché il divieto venga rispettato. Inoltre, la struttura alberghiera adotta diverse buone pratiche di tutela dell’area preservando la delimitazione esistente dello stagno, vigilando affinché gli Ospiti non portino via la sabbia e le conchiglie dalla spiaggia, non accedano alla laguna salata, utilizzino i cestini per la differenziata, rispettino i gigli di mare e le dune di sabbia ed intervenendo per il ripristino in caso di deterioramento o altro danno strutturale. Infine nel 2018 il Resort ha ottenuto il marchio di qualità ambientale Stratus, tuttora valido, che è stato assegnato dall’Area Marina Protetta Capo Carbonara. Si trattava di un progetto franco-italiano all’interno dei piani Europei di cooperazione, rivolto allo sviluppo di un turismo costiero eco-responsabile nelle regioni Liguria, Sardegna e PACA (Francia).

Treedom:
la Foresta HNH

Come Gruppo HNH Hospitality riteniamo sia essenziale accompagnare la crescita societaria con benefici ambientali e sociali, supportando la realizzazione di iniziative che coinvolgono i nostri uffici così come i nostri Hotel e i nostri collaboratori, per noi e per voi e per un pianeta più verde.

Anche nel 2024 si è rafforzata la nostra partnership con il progetto Treedom, supportando ed ampliando la Foresta HNH Hospitality sin dal 2019.

Gli alberi della nostra foresta sono piantati in progetti agroforestali che favoriscono l'interazione virtuosa tra diverse specie ed un uso sostenibile delle risorse e dei terreni. Le comunità rurali coinvolte nei progetti Treedom ricevono formazione e sostegno finanziario; sono loro a prendersi cura degli alberi e a godere dei loro frutti.

Nel corso del 2024 sono stati piantati 300 alberi in 4 Paesi (Ecuador, Haiti, Kenya, Tanzania).

Ogni albero, nel corso della propria vita, assorbe CO₂ (diossido di carbonio) dall'atmosfera, fissandolo nelle proprie parti legnose; gli effetti di questa attività sono tanto maggiori quanto più gli alberi sono messi in condizione di poter crescere e vivere a lungo. Secondo le stime fornite da Treedom, gli alberi della nostra foresta hanno assorbito 31.4 t di CO₂ nel 2024.

Riteniamo importante dare un supporto concreto a iniziative come questa, sulla scia di tante altre azioni da noi sostenute negli anni dedicate alla sostenibilità ambientale, alla valorizzazione del capitale umano, all'impegno nel sociale.



Gli obiettivi di miglioramento

Gli obiettivi di miglioramento sotto riportati sono stati tradotti in Azioni operative che, a loro volta, sono state misurate tramite KPIs di natura quali-quantitativa.

L’obiettivo 2025 è stato elaborato sulla base di un’analisi dell’andamento del KPI nel 2024.

Tema materiale	Obiettivo	Azione	Indicatore o KPI	Status o Livello 2023	Status o Livello 2024	Target 2025
Benessere sul posto di lavoro	Garantire benefit per i collaboratori	Garantire tariffe agevolate per soggiorni e servizi negli hotel HNH	Numero di Room Nights erogate in "Staff Rate"	694	814	820
Benessere sul posto di lavoro	Garantire benefit per i collaboratori	Garantire il permesso retribuito il giorno del compleanno ed una cena offerta presso i ristoranti di HNH	Giorni di Permesso Retribuito	169 su 6 mesi di sperimentazione 2023	327	335
Benessere sul posto di lavoro	Maggiorazioni lavorative	Riconoscere una maggiorazione aggiuntiva al CCNL per il lavoro nel weekend ed un'indennità per il lavoro nella 6 giornata consecutiva	Valore Totale (in Euro) di Maggiorazioni ed Indennità	Euro 338.581 su 6 mesi di sperimentazione 2023	Euro 566.294	Euro 575.000
Conduzione etica del business	Garantire una catena di fornitura sostenibile	Selezione e qualifica dei Fornitori con piattaforma specifica che valuta i principali indicatori ESG	% di Fornitori Qualificati su Totale Spesa per Fornitori	40%	50%	60%
Ambiente di lavoro sicuro	Garantire un luogo di lavoro salubre e sicuro	Avvio di una campagna di sensibilizzazione dei dipendenti sul tema sicurezza	Indice di gravità	0.42	0.60	0.50
Energia, emissioni e cambiamento climatico	Calcolo, riduzione e compensazione totale delle emissioni di CO ₂ Prodotte	Calcolare le emissioni di CO ₂ ; riduzioni delle emissioni di CO ₂ mediante ottimizzazione dei consumi	CO ₂ emesso (in t) per camere occupate	16.8	17.8	16.8
Energia, emissioni e cambiamento climatico	Calcolo, riduzione e compensazione totale delle emissioni di CO ₂ Prodotte	Calcolare le emissioni di CO ₂ ; riduzioni delle emissioni di CO ₂ mediante acquisto di energia al 100% da fonti rinnovabili	% di Energia da Fonti Rinnovabili su Totale Energia Consumata	88%	100%	100%
Energia, emissioni e cambiamento climatico	Riduzione del consumo di carta/pastica/rifiuti indifferenziati	Politiche di incentivo alla digitalizzazione delle attività lavorative	Condivisione di registri di misurazione dei rifiuti prodotti in X alberghi del gruppo	0 hotel	12 hotel certificati Green Key	14 hotel certificati Green Key
Sviluppo dei talenti	Sviluppare i talenti in azienda	Incentivare l'attività di formazione	Numero Ore di Formazione Annuo/FTEs	22.34	12.24	13.50
Benessere sul posto di lavoro / Diversità pari opportunità e inclusione	Migliorare il Benessere sul posto di lavoro	Verificare Annualmente il livello di soddisfazione dei collaboratori	Trust Index® Great Place To Work®	63	64	>64
Soggiorno di qualità	Migliorare la Qualità dei servizi percepita dagli Ospiti	Verificare annualmente il livello di soddisfazione degli Ospiti	Competitive Quality Index (ReviewPro)	102.2%	101.5%	102.5%

Nota metodologica

Il Bilancio di Sostenibilità del Gruppo HNH conferma la volontà dell'azienda di rendicontare e presentare a tutti i propri stakeholder i risultati economici, ambientali e sociali conseguiti nel corso del 2024. Tale documento ha l'obiettivo di assicurare la comprensione del modello organizzativo, delle attività, dei principali rischi e degli indicatori di prestazione del Gruppo relativamente agli aspetti ambientali, sociali, attinenti al personale, al rispetto dei diritti umani, alla lotta contro la corruzione attiva e passiva che risultano rilevanti tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo nel corso dell'esercizio 2024, come illustrato nel presente documento all'interno del capitolo "Analisi di materialità e stakeholder engagement". Le informazioni riportate all'interno del documento fanno riferimento all'anno fiscale 2024 (1° novembre - 31 ottobre) e sono confrontate con i dati relativi al 2023, laddove possibile. Adottando lo stesso perimetro di rendicontazione rispetto al Bilancio d'Esercizio, il presente documento descrive le realtà e le prestazioni della società HNH Hospitality SpA. Il documento è stato redatto seguendo gli standard "GRI Sustainability Reporting Standards", pubblicati dal Global Reporting Initiative (GRI), utilizzando l'approccio "With Reference". Come richiesto dallo Standard di rendicontazione, all'interno del presente documento, è riportato l'"Indice dei Contenuti GRI", contenente il dettaglio degli indicatori rendicontati.

Il Bilancio di Sostenibilità è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione il 29/05/2025, valutando la completezza e la coerenza con i temi rilevanti della matrice di materialità. La raccolta delle informazioni e dei relativi dati riportati nel Bilancio di Sostenibilità è avvenuta in collaborazione con tutte le persone dell'azienda, ciascuna per le attività di propria competenza, costituendo un flusso informativo puntuale ed esaustivo che ha garantito la solidità del modello di rendicontazione. Per ulteriori dettagli sui contenuti di questo documento si rimanda all'Indice di indicatori GRI rendicontati.

Note ai dati e informazioni

Dati Organico

I dati dell'organico per il 2024 includono i dati totali del Gruppo al 31 ottobre 2024. Questo approccio è coerente per tutte le tabelle riportate di seguito. Il tasso di turnover in ingresso (o tasso assunzione) è stato calcolato come rapporto tra il totale delle assunzioni e il totale dei dipendenti in forza nell'anno di rendicontazione moltiplicato per 100. La stessa formula è stata applicata per calcolare il tasso di turnover in uscita (o tasso cessazione): il totale delle cessazioni diviso il totale dei dipendenti in forza nell'anno di rendicontazione moltiplicato per 100.

Dati Salute e Sicurezza

Con riferimento agli infortuni, vengono mostrati per il 2024 i dati infortunistici relativi ai dipendenti. L'indice di gravità degli infortuni viene calcolato come: $(\text{numero di giorni persi per infortunio} / \text{ore lavorate}) \times 1.000$. Il tasso di infortuni sul lavoro registrabili viene calcolato come: $(\text{numero di infortuni} / \text{ore lavorate}) \times 1.000.000$. Il tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze è calcolato come: $\text{numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze} / \text{ore lavorate} \times 1.000.000$.

Dati Ambientali

Il perimetro di calcolo per i dati relativi ai consumi energetici, all'intensità energetica e alle emissioni è stato ampliato in relazione al numero di strutture che sono entrate a far parte del Gruppo negli ultimi anni. Per quanto riguarda i fattori di conversione utilizzati per il calcolo delle emissioni GHG, le fonti principali utilizzate sono:

Scope 1 combustibili (benzina, diesel, GPL, ibrido per autotrazione) Scope 1 combustibili (gas naturale e gasolio): tabella dei parametri standard nazionali pubblicata dal Ministero Italiano per l'Ambiente per il 2024

Scope 2 Market-based: ovvero le emissioni GHG derivanti dall'acquisto di elettricità e calore considerando i fattori di emissione specifici comunicati dai nostri fornitori.

Scope 3 Market-based: ovvero le emissioni GHG derivanti dall'acquisto di elettricità e carburanti considerando i fattori di emissione specifici comunicati dai nostri fornitori con processo di filiera "industriale" (Lavanderie).

Appendice
Dati organico

[GRI 2 -7]

Composizione del personale per rapporto contrattuale		
	2024	2023
Indeterminato	377	330
Determinato/stagionale	302	295
TOTALE	679	625

[GRI 2 -7]

Composizione del personale		
	2024	2023
Dirigenti	3	0
Quadri	27	28
Impiegati	211	200
Operai	438	397
TOTALE	679	625

[GRI 2 -7]

Composizione del personale per fascia d'età		
	2024	2023
Fascia Età 18-24 - incidenza %	13%	15%
Fascia Età 25-39 - incidenza %	46%	43%
Fascia Età 40-54 - incidenza %	30%	32%
Fascia Età Over 55 - incidenza %	11%	9%
TOTALE	100%	100%

Composizione del personale per genere		
	2024	2023
Uomini	363	338
Donne	316	287
TOTALE	679	625

GRI 305-1 GRI 305-2

Assunzioni e cessazioni per genere e fascia d'età	Unità di misura	2024				
		<24 anni	>25 & <39	>40 & <54	>55	Totali
Dipendenti	n.	92	310	203	74	679
Assunzioni	n.	23	55	14	8	100
Cessazioni	n.	13	33	13	5	64
Tasso assunzione	%	24%	20%	7%	14%	15%
Tasso cessazione	%	14%	12%	6%	9%	10%

[GRI 404-01]

Tipologia formazione		
	2024	2023
Sicurezza e lavoro	1.746	1.954
Lingue straniere e informatica	330	140
Tecnica	4.929	10.008
Soft Skills	1.370	1.863
TOTALE Ore Formazione Medie per FTEs	8.375 12	13.965 22

Dati salute e sicurezza

Infortuni sul lavoro [GRI 403-09]

Item	2024	2023	Note
	Valore		
Numero e tasso di decessi a seguito di infortuni sul lavoro	0 (zero)	0 (zero)	Non vi sono stati decessi
Numero e tasso infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	0 (zero)	0 (zero)	Non vi sono stati infortuni da cui il lavoratore non sia riuscito a ristabilirsi completamente entro 6 mesi
Numero totale di infortuni anno fiscale	26	27	
Numero infortuni in itinere anno fiscale	11	10	
Numero infortuni senza itinere anno fiscale	15		
Giorni di inabilità per infortunio (totali) anno fiscale	830		
Giorni di inabilità per infortunio in itinere anno fiscale	312		
Giorni di inabilità per infortunio senza itinere anno fiscale	518		
Indice di frequenza totale	19.84		
Indice di frequenza (senza itinere)	11.45		
Indice di gravità totale	630		
Indice di gravità (senza itinere)	420		

Dati Ambientali

Consumi energetici interni all'organizzazione [GRI 302-01]

Consumi complessivi di energia	2024	2023
	Aggregate	Aggregate
Energia Elettrica (kWh)	17.125.366	16.829.228
Gas (metri cubi)	901.230	974.429
Carburante (litri)	37.157	40.308

Consumi da fonti rinnovabili	2024	2023
Consumata	Aggregate	Aggregate
Energia Elettrica (kWh)	17.125.366	14.857.022

Emissioni dirette di GHG [GRI 305-01] indirette di GHG [GRI 305-02]

	2024	2023
SCOPE 1	Aggregate	Aggregate
Gas Naturale t CO2	7.475	7.559
Carburante Veicoli- Gasolio t CO2	106	116
TOTALE Scope 1	7.581	7.674
SCOPE 2	Aggregate	Aggregate
Energia Elettrica t CO2	0	923
TOTALE Scope 2	0	923
SCOPE 1 + SCOPE 2	Aggregate	Aggregate
TOTALE	7.581	8.597

Statement di utilizzo			HNH Hospitality S.p.A. ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo 1° novembre 2023 e il 31 ottobre 2024 con riferimento agli standard GRI. 2023		
GRI 1 utilizzato			GRI 1: Principi fondamentali 2021		
Gri Standard	Informativa	Sezione del documento/ Altre fonti	Omissioni		
			Requisito (i) Omesso (i)	Ragioni	Spiegazione
Informativa generale					
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-1 Dettagli organizzativi	Copertina La società			
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	La società Nota metodologica			
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Copertina Nota metodologica			
	2-4 Revisione delle informazioni	Percorso di HNH verso la riduzione delle emissioni	Nota: relativamente al calcolo d'indice di gravità si rende noto che è stato rettificato e calcolato correttamente l'indicatore rispetto l'anno 2023		
	2-5 Assurance esterna	Relazione di assurance			
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	La catena del valore			
	2-7 Dipendenti	La composizione del gruppo			
	2-9 Struttura e composizione della governance	Struttura societaria			
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	Struttura societaria			
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	Struttura societaria			
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	Struttura societaria			
	2-13 Delega della responsabilità per la gestione di impatti	Struttura societaria			

GRI 2: Informativa Generale 2021	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	Consiglio d'Amministrazione			
	2-15 Conflitti d'interesse	Tra gli organi di governo non sussiste alcun rischio di conflitto d'interesse			
	2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo	Nel corso dell'anno sono state pianificate delle sessioni di induction e coinvolgimento dei membri del Consiglio di Amministrazione, al fine di consentire agli amministratori di acquisire un'adeguata conoscenza delle dinamiche aziendali con riferimento alle tematiche di sostenibilità			
	2-18 Valutazione delle performance del massimo organo di governo		2-18		Non sono presenti procedure di valutazione della performance del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti sull'economia, sull'ambiente e sulle persone
	2-19 Norme riguardanti le remunerazioni				
	2-20 Procedura di determinazione della retribuzione	Il sistema di remunerazione di HNH Hospitality contribuisce al perseguimento della strategia aziendale volta ad attrarre e otivare risorse professionali qualificate, nonché incentivarne la permanenza in azienda			
	2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale		2-21	Vincoli di riservatezza	Non è stato possibile rendicontare gli indicatori in questione per motivi di riservatezza

Gri Standard	Informativa	Sezione del documento/ Altre fonti
Informativa generale		
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera agli stakeholder
	2-23 Impegno in termini di policy	I principali riferimenti internazionali citati all'interno delle Policy, Codici e Procedure adottati dalla Società sono i seguenti: Assemblea Generale dell'Organizzazione delle Nazioni Unite risoluzione 217A (III), Dichiarazione Universale dei Diritti Umani, A/RES/217(III) (10 dicembre 1948). Assemblea Generale dell'Organizzazione delle Nazioni Unite risoluzione 70/1, Trasformare il nostro mondo: l'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile, A/RES/70/1 (25 settembre 2015). Glasgow Climate Pact (Patto per il Clima di Glasgow) – Conferenza Nazioni Unite 13 novembre 2021
	2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi	Nel caso si verificchino criticità/istanze negative comunicate dagli stakeholder, la Società pone in essere tutte le misure organizzative, tecniche e procedurali necessarie per porre rimedio a quanto occorso La Società tiene traccia delle segnalazioni ricevute tramite l'OdV per quanto riguarda i reclami pervenuti direttamente alla casella postale dedicata e attraverso l'Ufficio Umane Risorse per quanto riguarda le criticità emerse in ambito giuslavoristico
	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	Procedura Whistleblowing
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	Nel corso del periodo oggetto di rendicontazione non si verificati episodi rilevanti di non conformità a leggi o regolamenti
	2-28 Appartenenza ad associazioni	Stakeholder
	2-30 Contratti collettivi	Per tutti i collaboratori si applica il CCNL del settore industria turistica
GRI 3 Temi materiali 2022	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	Analisi di materialità
	3-2 Elenco di temi materiali	Analisi di materialità
GRI 3 Temi materiali 2022	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità
GRI 201: Performance economiche 2016	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	Il nostro 2023

GRI 3 Temi materiali 2022	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità
GRI 204: Pratiche di approvvigionamento 2016	204-1 Proporzione di spesa verso fornitori locali	L'acquisto della materia prima
GRI 3 Temi materiali 2022	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità
GRI 205: Anticorruzione 2016	205-1 Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione	Modello 231
	205-2 Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	Modello 231
	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	Modello 231
GRI 3 Temi materiali 2022	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità
GRI 205: Anticorruzione 2016	205-1 Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione	Modello 231
	205-2 Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	Modello 231
	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	Modello 231
Energia		
GRI 3 Temi materiali 2022	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità
GRI 302: Energia 2016	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Il percorso HNH verso la riduzione delle emissioni
	302-3 Intensità energetica	Il percorso HNH verso la riduzione delle emissioni
	302-4 Riduzione del consumo di energia	Il percorso HNH verso la riduzione delle emissioni

GRI 3 Temi materiali 2022	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità
GRI 303: Acqua e scarichi idrici	303-Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	Il percorso HNH verso la riduzione delle emissioni
	303-2 Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	Il percorso HNH verso la riduzione delle emissioni
	303-3 Prelievo idrico	Il percorso HNH verso la riduzione delle emissioni
GRI 3 Temi materiali 2022	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità
GRI 305: Emissioni 2016	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	Il percorso HNH verso la riduzione delle emissioni
	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	Il percorso HNH verso la riduzione delle emissioni
	305- Riduzione delle emissioni di GHG	Il percorso HNH verso la riduzione delle emissioni
GRI 3 Temi materiali 2022	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità
GRI 304: Biodiversità	304-1 Siti operativi di proprietà, detenuti in locazione, gestiti in (o adiacenti ad) aree protette a elevato valore di biodiversità esterne alle aree protette	Tutela della biodiversità (rendicontato in modo parziale)
GRI 3 Temi materiali 2022	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità
GRI 401: Occupazione 2016	401-1 Nuove assunzioni e turnover	Nota metodologica
	401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	L'attenzione ai nostri collaboratori La certificazione Great Place to Work® Le maggiorazioni salariali
	401-3 Congedo parentale	Congedo parentale

GRI 3 Temi materiali 2022	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	L'impegno per la sicurezza
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	L'impegno per la sicurezza
	403-3 Servizi di medicina del lavoro	L'impegno per la sicurezza
	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	L'impegno per la sicurezza
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	L'impegno per la sicurezza
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	L'impegno per la sicurezza
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	L'impegno per la sicurezza
	403-8 Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	L'impegno per la sicurezza
	403-9 Infortuni sul lavoro	L'impegno per la sicurezza
	403-10 Malattie professionali	L'impegno per la sicurezza
GRI 3 Temi materiali 2022	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	Crescere e fare squadra (rendicontato in modo parziale)
	404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	Crescere e fare squadra

GRI 3 Temi materiali 2022	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità
GRI 405: Diversità e pari opportunità	405-1 Diversità degli organi di governo e tra i dipendenti	Una governance responsabile Composizione del gruppo
GRI 3 Temi materiali 2022	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità
GRI 406: Non discriminazione 2016	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	Si specifica che non è stato segnalato nessun caso di discriminazione tra i collaboratori della società nel 2023
GRI 3 Temi materiali 2022	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità
GRI 413: Comunità locali 2016	413-1 Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	La Comunità e il territorio
GRI 3 Temi materiali 2022	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità
GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti	GRI 416 -2 Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	L'attenzione ai nostri Ospiti

GRI 3 Temi materiali 2022	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità
KPI Extra GRI	Performance qualitativa basata su continuo monitoraggio del competitivo set	Soggiorno di qualità
GRI 3 Temi materiali 2022	3-3 Gestione dei temi materiali	Analisi di materialità
GRI 418 -1: Provacy dei clienti	Informativa 418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	La gestione della privacy dei dati

Dichiarazione di assurance indirizzata agli stakeholder di HNH Hospitality S.p.A.

1. INTRODUZIONE

Bureau Veritas Italia S.p.A. (“Bureau Veritas”) ha ricevuto da HNH Hospitality S.p.A. l’incarico di condurre una verifica indipendente (assurance) del proprio Bilancio di Sostenibilità 2024, con l’obiettivo di fornire conclusioni in merito a:

- Accuratezza e qualità delle informazioni rese pubbliche sulle proprie performance di sostenibilità;
- Grado di adesione ai principi di rendicontazione della Global Reporting Initiative secondo il livello di applicazione “con riferimento agli Standard GRI” previsto dalla versione 2021 dei GRI Universal Standards.

2. RESPONSABILITÀ, METODOLOGIA E LIMITAZIONI

La responsabilità di raccogliere, analizzare, consolidare e presentare le informazioni e i dati del Bilancio è stata esclusivamente di HNH Hospitality S.p.A.. La responsabilità di Bureau Veritas è stata di condurre una verifica indipendente rispetto agli obiettivi individuati e di formulare le conclusioni contenute in questo rapporto.

La verifica è stata condotta come una Limited Assurance ai sensi dello standard ISAE 3000, attraverso l’applicazione a campione di tecniche di audit, tra cui:

- Verifica di politiche, mission, valori, impegni;
- Riesame di documenti, dati, procedure e metodi di raccolta delle informazioni;
- Interviste a membri del gruppo di lavoro per la stesura del Bilancio;
- Interviste a rappresentanti aziendali di varie funzioni e servizi, oltre che di membri dell’Alta Direzione;
- Verifica complessiva delle informazioni e in generale riesame dei contenuti del Bilancio di Sostenibilità 2024.

Le attività di verifica sono state condotte presso la sede dell’azienda in Via Giuseppe Saragat, 1 a Mestre (VE), durante le attività di verifica riteniamo di aver ottenuto sufficienti e adeguate evidenze per sostenere le nostre conclusioni.

La verifica ha avuto ad oggetto l’intero Report di Sostenibilità di HNH Hospitality S.p.A.. Per le informazioni di natura economico-finanziaria Bureau Veritas si è limitata a verificarne la coerenza con i Bilanci d’esercizio. Le informazioni riportate all’interno del documento fanno riferimento all’anno fiscale 2024 (1° Novembre 2023 - 31 Ottobre 2024) e sono confrontate con i dati relativi al 2023. Adottando lo stesso perimetro di rendicontazione rispetto al Bilancio d’Esercizio, il Report di Sostenibilità descrive le realtà e le prestazioni della società HNH Hospitality S.p.A.

3. CONCLUSIONI

A seguito delle attività di verifica condotte e descritte sopra, non sono emerse indicazioni negative in merito ad affidabilità, accuratezza e correttezza di informazioni e dati riportati nel Bilancio di Sostenibilità 2024. A nostro parere, il Bilancio fornisce una rappresentazione attendibile delle attività condotte da HNH Hospitality S.p.A. durante il 2024 e dei principali risultati raggiunti. Le informazioni sono riportate in maniera generalmente chiara, comprensibile ed equilibrata; tutti i dati ed indicatori sono risultati raccolti e analizzati con assoluta precisione, ciò è stato riportato in maniera trasparente. Nell’illustrazione di attività e risultati, in particolare, HNH Hospitality S.p.A. ha prestato attenzione ad adottare un linguaggio neutro, evitando per quanto possibile l’auto-referenzialità.

Per quanto riguarda i principi di rendicontazione, a nostro parere sono stati osservati i principi di garanzia della qualità quali: Equilibrio, Chiarezza, Accuratezza, Tempestività, Comparabilità, Completezza, Contesto di Sostenibilità e Verificabilità.

Si conferma inoltre che il Bilancio soddisfa i requisiti GRI per un grado di applicazione di tipo “With Reference” e che le nostre attività di verifica soddisfano a loro volta i requisiti dello standard in materia di Assurance.

HNH Hospitality S.p.A. ha riportato nel proprio Bilancio i temi materiali individuati a seguito di un processo di materialità d’impatto che ha previsto l’identificazione e valutazione dei rischi e dei principali impatti coinvolgendo gli stakeholder interni ed esterni per determinarne la significatività. Per il futuro, si raccomanda a HNH Hospitality S.p.A. la determinazione di obiettivi di medio periodo. Si raccomanda l’implementazione delle informative dei GRI che sono stati rendicontati in modo parziale per una maggiore completezza del documento.

3. DICHIARAZIONE DI INDIPENDENZA, IMPARZIALITÀ E COMPETENZA

Bureau Veritas è un’organizzazione specializzata in attività indipendenti di verifica, ispezione e certificazione, con oltre 190 anni di storia, 82.000 dipendenti ed un volume d’affari di oltre 6,2 miliardi di Euro (ricavi 2024).

Bureau Veritas applica al proprio interno un Codice Etico e riteniamo che non sussista alcun conflitto di interesse tra i membri del gruppo di verifica e HNH Hospitality S.p.A..

Bureau Veritas Italia S.p.A.
Milano, 17/04/2025

Gloria Focetola
Local Technical Manager

LIFE AS YOU'VE NEVER SEEN IT

Conceived and developed
by HNH Hospitality

Concept & Art Direction
Hangar Design Group

Photo Shooting
Hangar Design Group
Janos Grapow
Davide Cornacchini
Garage Raw
Veerle Evens Photography
Roberto Pastrovicchio
Barbara Santoro
Studio Idee Materia
Tornaghi photo



HNH Hospitality
Trinity Palace
Via Giuseppe Saragat, 1 30174 Venezia Mestre
T +39 041 5321630
F +39 041 5322496



Bilancio di sostenibilità **2024**