



## REPORT DI SOSTENIBILITÀ 2024



BWH HOTELS ITALIA SCPA – SOCIETÀ BENEFIT



**REPORT DI SOSTENIBILITÀ 2024**

**BWH Hotels Italia & Malta**

Via Livraghi 1/b - 20126 Milano

+39 02 831081 - P.IVA 06865290156

[info@bwh.it](mailto:info@bwh.it)

# Sommario

LETTERA AGLI STAKEHOLDER	07
--------------------------	----

IL 2024 IN NUMERI	08
-------------------	----

01	
CHI SIAMO	10
I brand e la nostra storia	12
Modello di governance	20
I benefici dell'affiliazione	26

02	
LA NOSTRA VISIONE PER UN'OSPITALITÀ PIÙ SOSTENIBILE	30
Investire nelle persone: la sfida del presente per garantire il successo di domani	32
L'innovazione tecnologica alleata nel cambiamento	35
Stakeholder engagement e analisi di materialità	36
Il nostro impegno	44
Collaborare per un obiettivo comune	50

03	
QUALITÀ AL SERVIZIO DELLA SODDISFAZIONE	54
Uno standard condiviso	56
Un'esperienza sempre più digitale	60

04	
ATTENZIONE ALL'IMPRONTA AMBIENTALE	68
La tutela di un patrimonio prezioso	70
Il supporto al Network alberghiero	74
Approvvigionamento responsabile	88

05	
LE PERSONE E IL RUOLO SOCIALE DEL NETWORK BWH	94
Tutelare il benessere delle persone	96
Valorizzare il capitale umano nel Network	102
Accessibilità e inclusione	104
Relazioni con il territorio	107

APPENDICE	116
Nota metodologica	118
Valutazione d'impatto	119
Analisi degli impatti	120
Indicatori di performance	122
Indice UNGC	134
Indice dei contenuti GRI	138







Presidente  
BWH Hotels Italia & Malta

**Walter Marcheselli**

## Lettera agli stakeholder

Il 2024 è stato un anno di grande soddisfazione per BWH Hotels Italia & Malta con risultati eccellenti sia in termini di fatturato, che di numero di ospiti accolti. Di pari passo, gli esiti dei controlli qualità e della mappatura della guest satisfaction ci hanno permesso di superare tutti gli obiettivi fissati a livello di Gruppo, attestando una crescita non solo quantitativa, ma anche qualitativa della nostra offerta.

Nel nostro percorso di sviluppo, il Network si è arricchito con l'ingresso di dodici nuovi alberghi che accrescono la nostra capillarità sul territorio, anche in piazze con potenziale turistico ancora da esplorare, che vorremmo sempre più valorizzare.

Il 2024 ha rappresentato il primo anno di attività come Società Benefit, scelta che rende esplicita e inequivocabile la consapevolezza della responsabilità sociale e ambientale che abbiamo nel contesto in cui operiamo, rafforzando l'impegno nel perseguire le nostre sei finalità di beneficio comune attraverso numerosi progetti realizzati e, altrettanti, pianificati per il futuro. Essere Società Benefit ribadisce il senso civico che orienta il nostro agire e unisce il Network intorno a un impegno comune che, oltre i confini dell'azienda, mira a generare impatti positivi sulle persone, sull'ambiente e sulle comunità. Continuiamo ad avere un ruolo attivo e propulsivo all'interno del settore, partecipando a iniziative e tavoli di lavoro per la promozione di un turismo sostenibile e responsabile. Inoltre, abbiamo aderito all'UN Global Compact, impegnandoci formalmente nella condivisione dei suoi Dieci Principi in materia di diritti umani, standard lavorativi, tutela dell'ambiente e lotta alla corruzione.

In un comparto caratterizzato da un mercato in continua evoluzione in cui sono richieste competenze sempre più specializzate, abbiamo scelto di contribuire attivamente alla crescita delle persone, promuovendone la formazione continua. La partnership con l'Hospitality Innovation Academy (HIA), che ha dato vita alla prima Hotel Academy d'Italia, rappresenta l'esempio concreto del nostro impegno a supporto della crescita professionale del settore, per cogliere le nuove opportunità e rispondere alle sfide del futuro.

L'ottenimento della certificazione UNI/PdR 125:2022 sulla Parità di Genere è solo l'ennesima conferma della serietà del nostro impegno nel creare un ambiente di lavoro equo, inclusivo, che garantisce l'accesso alle stesse opportunità per tutti e supporta il benessere delle persone.

Continuiamo ad agire con determinazione anche sul fronte della riduzione degli impatti ambientali, sia della sede, sia del Network, verso il quale attuiamo misure di sensibilizzazione e facilitazione affinché gli hotel prendano decisioni consapevoli e virtuose. Inoltre, abbiamo supportato i nostri affiliati nell'ottenimento di certificazioni di sostenibilità per il settore dell'ospitalità, strumenti validi per rendere riconoscibile l'impegno degli hotel, garantendo affidabilità e trasparenza nei confronti di tutti gli stakeholder, e abbiamo intensificato le attività formative rivolte ad albergatori e albergatrici affinché acquisiscano le competenze necessarie per implementare pratiche di gestione sostenibile e per restare sempre aggiornati sui trend e normative che regolano il settore.

Vi invitiamo a scoprire di più sui progetti e sui traguardi raggiunti nel 2024 nelle pagine di questo Report e a seguire nel tempo il nostro ambizioso percorso.

Buona lettura.



CEO  
BWH Hotels Italia & Malta

**Sara Digiesi**



# Il 2024 in numeri

## Il Network in Italia



### Performance 2024

€ **34** mln  
ricavi (+6%)

€ **33,9** mln  
valore distribuito  
(99,5% del valore creato)

**4,5** mln  
presenze

### Le persone BWH Hotels Italia & Malta

**91**  
dipendenti

**68%**  
donne

**93%**  
contratti  
a tempo indeterminato

### Formazione e benessere

**2.500+**  
ore di formazione  
per il personale di sede

**100%**  
dipendenti sottoposti a  
valutazione di performance

**203**  
corsi offerti allo  
staff degli hotel

### Impronta ambientale

**100%**  
energia elettrica  
rinnovabile in sede

**- 33,6%**  
riduzione dell'intensità  
energetica di sede

**6,23**  
GWP  
a presenza

I dati sono riferiti al 2024. Le variazioni percentuali risultano dal confronto tra 2024 e 2023.



Chi siamo





# I brand e la nostra storia

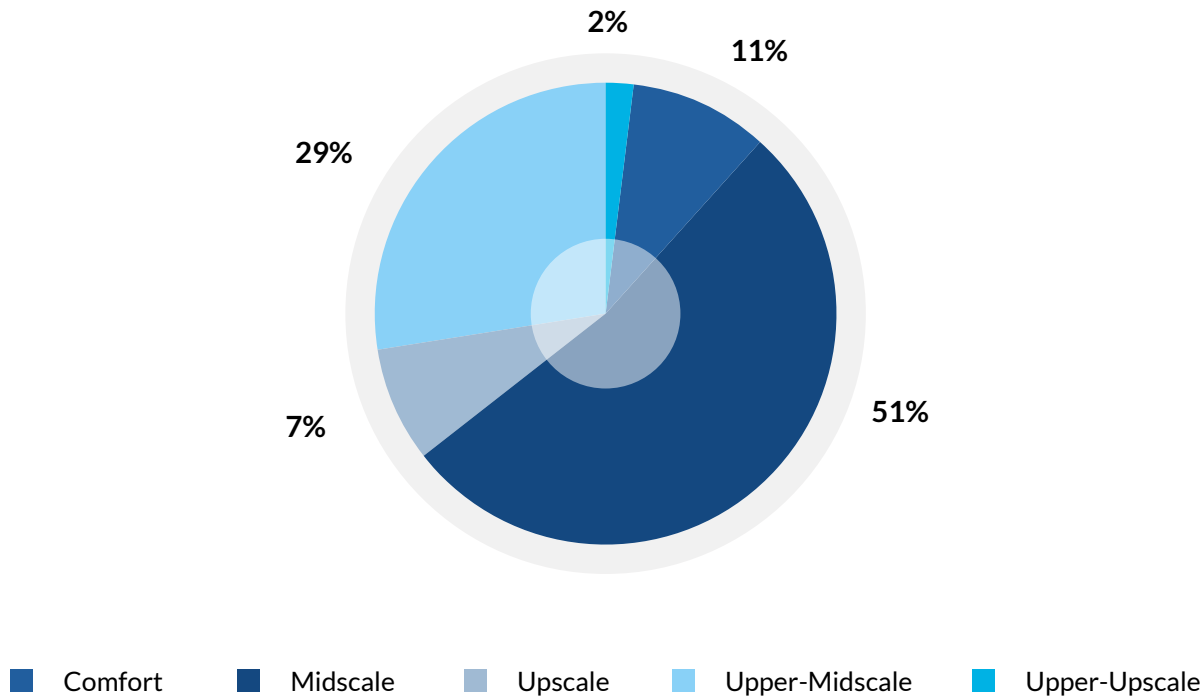
BWH Hotels è una storica realtà alberghiera operativa dal 1946 e presente in oltre 100 paesi con 4.300 strutture in tutti i continenti. Capillarità, qualità, innovazione e soluzioni personalizzate sono gli elementi distintivi che BWH Hotels mette al servizio di albergatori e albergatrici del suo Network, oltre ad accordi di marketing capaci di assicurare vantaggi concreti a cui gli hotel singolarmente non avrebbero accesso. Leader di mercato, nel tempo il Gruppo si è evoluto, progettando un’offerta sempre più ampia di servizi integrati a supporto delle strutture affiliate.

“DIMENSIONE LOCALE E INTERNAZIONALE  
SI INTERSECANO REALIZZANDO UN UNICUM  
NEL PANORAMA ALBERGHIERO.

In Italia, BWH Hotels è gestita da una **cooperativa di albergatori e albergatrici** e conta **170 strutture affiliate**, tre, quattro e cinque stelle. La Cooperativa promuove, coordina e sviluppa i servizi di ricettività turistica e alberghiera offerti dai propri Soci e presta supporto alle imprese per incrementarne il valore, migliorarne la profittabilità e aumentarne l’awareness sul mercato nazionale ed estero.

Il Network di **BWH Hotels Italia & Malta** si estende sia nel territorio nazionale, servendo **più di 100 destinazioni** italiane, sia a livello internazionale, rivolgendosi a clientela **corporate**, interessata ai viaggi di lavoro, e **leisure**, che viaggia invece per piacere. Inoltre, le strutture con spazi meeting e congressuali permettono di accogliere e soddisfare le richieste del segmento **MICE** (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions). La varietà dei posizionamenti e delle caratteristiche strutturali degli alberghi affiliati ci permette di offrire un ventaglio di scelte estremamente ampio.

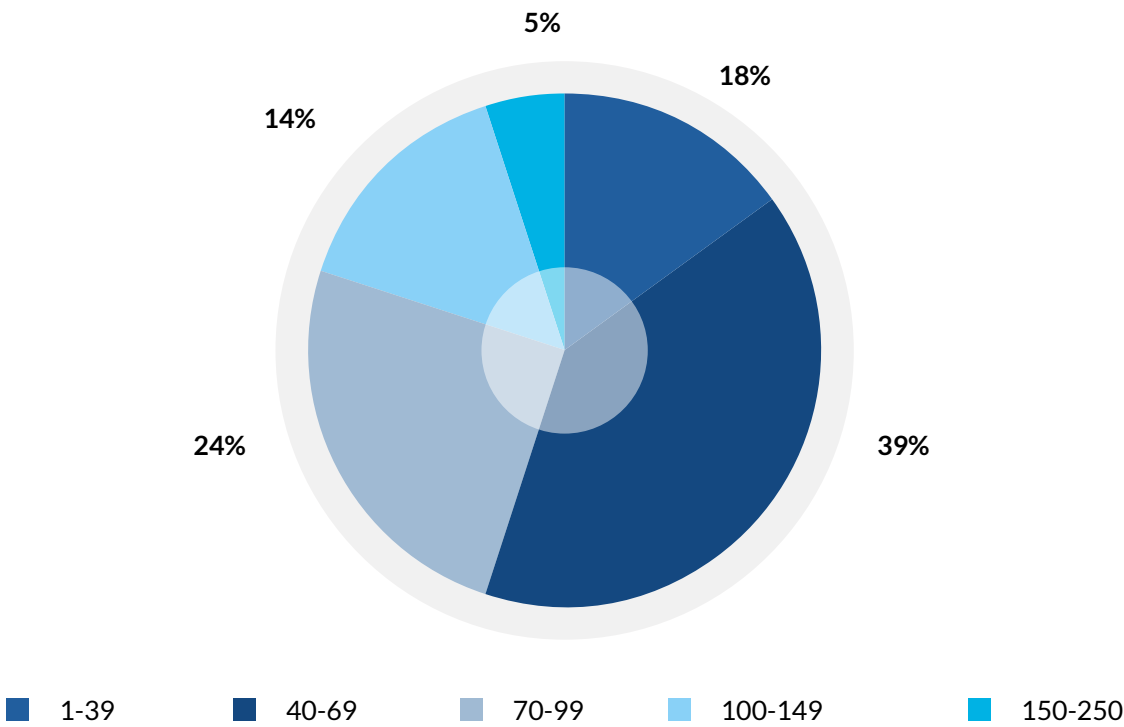
Distribuzione hotel per segmenti



## Categorie di posizionamento

- **Comfort:** Sure Hotel Collection, Sure Hotel by Best Western
- **Midscale:** Best Western
- **Upper-Midscale:** BW Signature Collection, Best Western Plus, Aiden by Best Western
- **Upscale:** WorldHotels Distinctive, WorldHotels Crafted, BW Premier Collection, Best Western Premier
- **Upper-Upscale:** WorldHotels Elite

Distribuzione hotel per numero di camere



I dati si riferiscono al 2024.

Le numerose realtà alberghiere che compongono il nostro Network confluiscono poi, a seconda del proprio posizionamento, nelle **3 collezioni principali** e negli **11 brand** (selezionati tra i 18 marchi promossi dalla casa madre) con cui BWH Hotels Italia & Malta opera sul mercato.



Le nostre collezioni



**Eccellenza e prestigio di un brand globale**  
WorldHotels, da oltre 50 anni, è una collection di alberghi prestigiosi e iconici in tutto il mondo.

Fondato da albergatori indipendenti dediti all'arte dell'ospitalità, WorldHotels offre uno dei più raffinati portafogli di hotel e resort indipendenti a livello globale, sapientemente curati per ispirare esperienze uniche in grado di connettere persone e luoghi. WorldHotels presenta quattro collezioni distintive, ognuna con la propria personalità e il proprio stile per soddisfare le esigenze dei viaggiatori di oggi.



**La forza di un marchio iconico**  
Una lunga storia di ospitalità nel mondo e un crescente numero di albergatori che continuano ad affiliarsi.

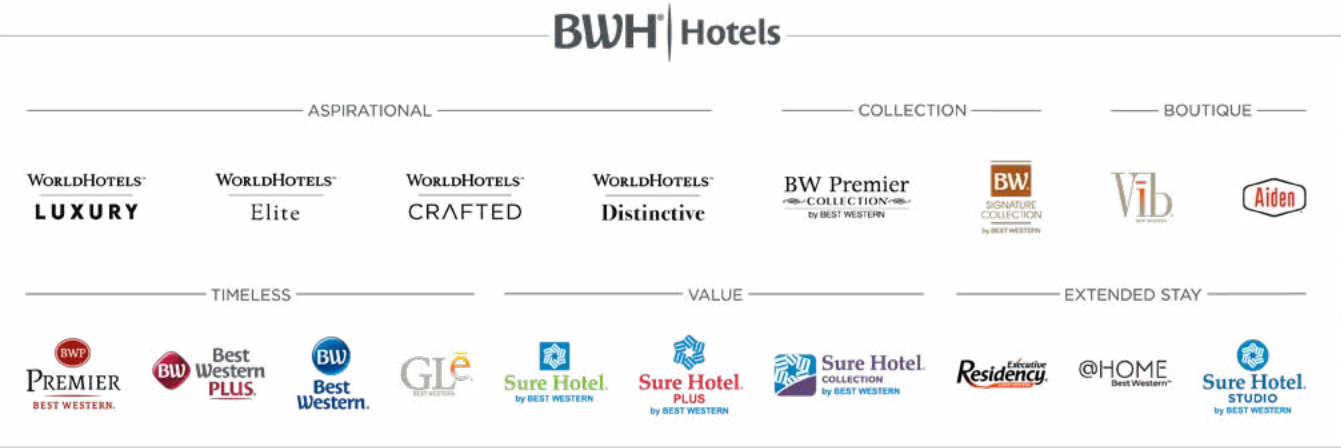
Con radici profonde nell'accoglienza a livello mondiale, Best Western è la scelta preminente in grado di combinare garanzia e comfort per i viaggiatori. Questa soluzione riflette una passione duratura nell'accogliere sia coloro che viaggiano per svago che per affari, fornendo ciò che è essenziale: qualità, efficienza e posizione strategica.



**Il brand che coniuga servizio di qualità e budget**  
Recente selezione di hotel capace di valorizzare le strutture e assicurare agli ospiti servizi garantiti con attenzione per ogni budget.

SureStay è la soluzione ideale per gli imprenditori alberghieri che desiderano ottimizzare i loro investimenti in destinazioni consolidate e a forte potenziale di sviluppo. Il brand garantisce servizio e professionalità da parte dello staff durante tutta la permanenza in struttura. Rappresenta, quindi, la soluzione ideale per coloro che cercano un perfetto equilibrio tra valore e qualità.

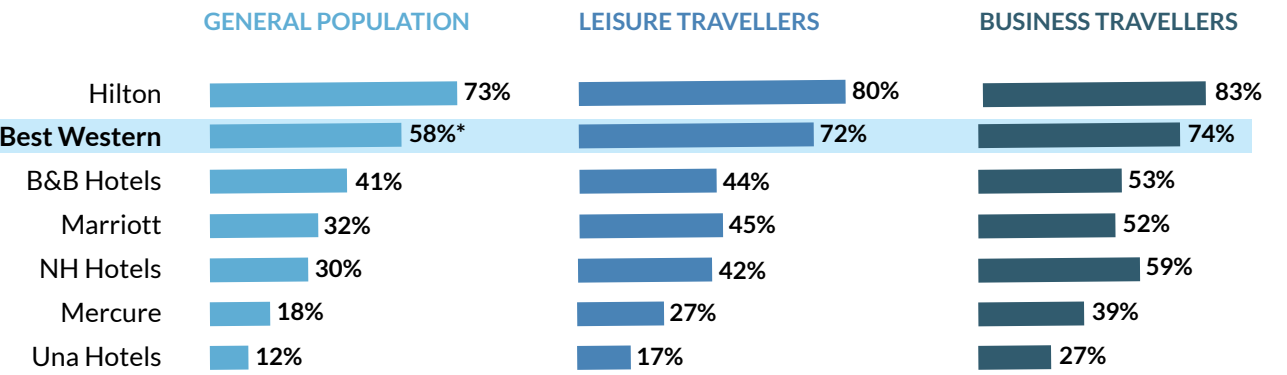
I brand di BWH Hotels



Il valore del brand: un'icona senza tempo

I livelli di awareness del marchio Best Western si basano su una lunga tradizione e un impegno costante verso l'innovazione. Si conferma ai vertici nei ranking dei brand alberghieri, sia per la sua risonanza globale sia per la sua presenza dominante nella mente dei consumatori. La sua notorietà supera nettamente la media degli altri competitor nel settore, dimostrando la sua capacità di stabilire una connessione unica con i suoi ospiti.

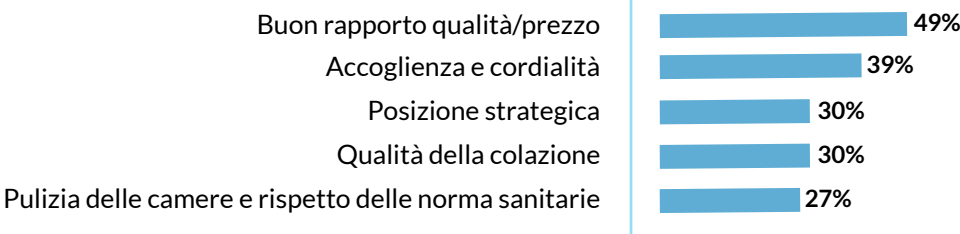
Awareness globale\*



\*Dati 2023. Fonte: Indagine condotta da Rai, basata sulla Ricerca CAWI/CAMI realizzata dall'Unit Research Rai Pubblicità.

Nel 2024, la brand awareness è ulteriormente aumentata (+11 punti percentuali), raggiungendo il 69% nella popolazione generale.

Gli aspetti più apprezzati dagli ospiti



Fonte: Ricerca BVA DOXA "Smart Travellers: gli italiani, gli hotel, i viaggi nel 2023"



## I premi ricevuti nel 2024



### Premio Largest Hotel Chain in the Upscale Segment – ITHIC Rome 2024

Durante la sesta edizione dell'Italia Hospitality Investment Conference sono stati lanciati gli Hotel Chains Awards Italy 2024 che per la prima volta hanno premiato le catene alberghiere con la maggior presenza, la crescita più rapida e i piani di espansione più ambiziosi in Italia. BWH Hotels Italia & Malta è stata riconosciuta per la capillarità e l'ampiezza nel segmento Upscale.



### Premio Parità Vincente – Consiglio per le Pari Opportunità della Lombardia

A riprova della bontà dei presidi che abbiamo implementato per agevolare il superamento delle disparità di genere e la conciliazione vita-lavoro, BWH Hotels Italia & Malta ha ricevuto il Premio Parità Vincente.



### Premio Eubiosia – Fondazione ANT Italia ONLUS

A coronamento dell'impegno profuso nel promuovere la prevenzione, il benessere e la centralità delle persone nella nostra organizzazione, siamo orgogliosi di aver ricevuto il Premio Eubiosia 2024 nella categoria Welfare e Accessibilità, risultato frutto di un lavoro collettivo e di lunga data, in cui crediamo profondamente.





# La nostra storia

**1946**

## Tutto ha inizio...

Con l'obiettivo di connettere hotel e motel con una rete di chiamate telefoniche, nasce "Best Western Motels" dall'idea di M.K. Guertin, un albergatore visionario.

**1974-1976**

## Motel... no grazie!

Con il nuovo rebranding scompare il termine "motel". Inizia l'espansione nel mondo: Australia, Nuova Zelanda, Messico e America Centrale.

**1979-1980**

## Grandi numeri

Si raggiungono grandi risultati: 15 milioni di clienti e 1 miliardo di dollari in ricavo camere. Gli alberghi nel mondo sono 2.654.

**1982**

## Fiocco rosa

Il 4 settembre a Parigi con 11 strutture nasce Best Western Italia.

**2001-2002**

## Best Western in Oriente

Best Western arriva in Asia: apre una sede a Bangkok e nasce Best Western China.

**2008**

## La fedeltà si premia

Il programma loyalty cambia nome in Best Western Rewards® per premiare sempre più i clienti più fedeli.

**1966**

## Trasloco strategico

Gli headquarter si trasferiscono a Phoenix in Arizona, dove ancora oggi risiedono.

**1978**

## Welcome in Europe

Il brand arriva in Europa, in particolare in Gran Bretagna e Irlanda.

**1988**

## Fidelizzazione

Al via Gold Crown Club® International, il programma di fidelizzazione dei clienti. In un solo anno supera i 200 mila iscritti.

**2003**

## Stars & Brand

Viene introdotto Best Western Premier per hotel 4 e 5 stelle per diversificare il brand, in Europa e in Asia.

**2011**

## Stay for the Planet

Al via Stay for the Planet, l'innovativo programma di sostenibilità ambientale per rendere i soggiorni in hotel sempre più green.

**2015**

## New Look!

Best Western Hotels & Resorts: nuovo company name, nuovo logo e nuovi brand, come BW Premier Collection, hotel dedicati a chi cerca il valore nell'ospitalità.

**2018**

## Sadie e Aiden

Lancio di Sadie e Aiden.

**2020**

## STAY SAFE

Nasce "Special Protection BWH", il programma di protezione dedicato ad ospiti e staff, per riprendere l'attività in piena sicurezza.

**2023**

## Approdo in un nuovo territorio

BWH Hotels Italia & Malta apre a Malta con il BW Premier Hotel Malta.

**2024**

## Società Benefit

A gennaio BWH Hotels Italia & Malta inserisce a statuto lo scopo di creare beneficio comune.

## UN Global Compact

Adesione all'UN Global Compact Network Italia.

## Costituzione di SIHO srl

Società controllata da BWH Hotels Italia & Malta che offre soluzioni di gestione alberghiera.

**2011**

## Plus!

Introduzione del brand Best Western Plus.

**2014**

## Millennial

ViB, nasce il brand di hotel per i Millennial, iperconnessi viaggiatori del futuro.

**2017**

## La famiglia cresce!

Due nuovi arrivi nel gruppo, BW Signature Collection e Sure Hotel Collection.

**2019**

## Acquisizione di WorldHotels

Ora il Gruppo vanta un portafoglio di marchi alberghieri in ogni segmento su scala di catena.

**2022**

## 40 anni del Gruppo in Italia e Fusione con Besteam Scpa

La centrale acquisti del Gruppo viene incorporata in Best Western Italia Scpa realizzando efficienze e migliori servizi.



# Modello di governance

BWH Hotels Italia & Malta è una **Società Cooperativa per Azioni** costituita da albergatori e albergatrici con sede a Milano. Fondata nel 1982, la Cooperativa rappresenta sul territorio italiano BWH Hotels (Best Western International), che ha sede a Phoenix, Arizona.

La sua **finalità** principale è il conseguimento del **maggior beneficio per i Soci membri** che trova attuazione nel costante reinvestimento dell'utile in attività a vantaggio degli stessi. L'oggetto della Cooperativa e le norme del suo funzionamento sono sanciti dallo Statuto, sottoscritto dai Soci al momento dell'associazione.

- Nello specifico, BWH Hotels Italia & Malta ha per **oggetto**:
- La promozione, il coordinamento e lo sviluppo dei servizi di ricettività turistica e alberghiera offerti dai propri Soci
  - La prestazione di servizi a favore delle imprese associate allo scopo di:
    - incrementarne il valore
    - migliorarne la profittabilità
    - promuoverle sia sul mercato italiano che sui mercati esteri per aumentare l'afflusso di clienti stranieri verso l'Italia

I Soci, oltre a condividere obiettivi e marchio, sono animati da valori etici ispiranti e condivisi: **attenzione e rispetto, integrità, responsabilità, innovazione e spirito di squadra**. Una commissione di Soci stessi ha tradotto questi valori in un **codice comune di comportamento** che si riferisce sia alla relazione con clienti, fornitori e comunità, sia al proprio ruolo nella Cooperativa.

Dal 2024, anno in cui BWH Hotels Italia & Malta è diventata ufficialmente **Società Benefit**, lo Statuto si è arricchito, integrando l'impegno a perseguire sei **finalità di beneficio comune** che rafforzano il dovere di operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, attività culturali e sociali, enti e associazioni, e qualsiasi altro portatore d'interesse sul quale la Società, direttamente o indirettamente, genera impatto (vedi pag. 46).

## Una governance partecipata

La scelta della forma cooperativistica sottende che i **Soci** detengano quote uguali del capitale sociale e che le decisioni della maggioranza di questi siano vincolanti per tutti gli affiliati. I Soci, infatti, partecipano alle decisioni strategiche aziendali tramite la **nomina dei Consiglieri di amministrazione** e l'espressione del proprio **voto** durante le **assemblee**. Il Consiglio di amministrazione viene eletto dalla base sociale con voto capitaro: ogni socio dispone di massimo cinque voti, in funzione del numero di quote e di aziende alberghiere attive nel Network.


Oltre ad aderire allo Statuto e alla Carta dei valori, i Soci approvano Bilancio, budget e **piano strategico, operativo e per lo sviluppo sostenibile**, realizzato dalla Direzione secondo le indicazioni del Presidente e del CdA, che ne monitorano la corretta attuazione. Per rafforzare ulteriormente il presidio sui temi di sostenibilità, è stato istituito un **comitato ESG** interno che, oltre allo staff di sede, include alcuni esponenti del CdA e albergatori.

Il **Consiglio di amministrazione** è investito dei più ampi e illimitati poteri per la gestione ordinaria e straordinaria della Società e ha la facoltà di compiere tutti gli atti per perseguire gli scopi sociali, a eccezione soltanto di quelli per legge riservati in modo tassativo all'assemblea e, in ogni caso, esclusi. È il Consiglio di amministrazione a eleggere, tra i propri membri, il **Presidente**, al quale spetta la rappresentanza legale della Società di fronte a terzi e in giudizio, e fino a due **Vicepresidenti**. Inoltre, ha la responsabilità di nominare il Direttore della Cooperativa, fissandone i poteri. L'organo sociale rimane **in carica per tre esercizi**. Gli amministratori e i membri del CdA sono liberamente rieleggibili.

L'attuale Consiglio di amministrazione di BWH Hotels Italia & Malta è composto da **dieci membri**, di cui **quattro donne**.


<b>Componenti del CdA</b>
Presidente di BWH Hotels Italia & Malta Walter Marcheselli
Vice Presidenti Giovanni Simonetto   Francesco Incerti
Consiglieri e Consigliere Fabio Borio   Ludovica Clarioni   Maria De Scrilli   Camilla Doni   Andrea Boccardi   Antonio Perrone   Gina Primavera

Infine, il **Collegio Sindacale**, attraverso il contributo di due membri effettivi e un Presidente, **vigila** sull'osservanza della legge e dello Statuto, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione e, in particolare, sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile adottato dalla Società e sul suo concreto funzionamento, oltre a esercitare il controllo contabile.



### SIHO Hotel Operations

SIHO Srl, nata nel 2024, mira a offrire soluzioni di gestione alberghiera innovative e stabili, con il sostegno di BWH Hotels Italia & Malta e investitori. La società è controllata dal gruppo alberghiero BWH Hotels, che vanta oltre 40 anni di esperienza nel settore alberghiero in Italia. La strategia di crescita di SIHO si concentra sullo sviluppo nel medio e lungo periodo, con un piano ambizioso orientato a creare cluster di strutture gestite con logiche di portafoglio su tutto il territorio. L'obiettivo è quello di diventare la prima Operation Company italiana, capace di accrescere il potenziale del proprio portfolio e di ogni singolo albergo gestito. Questo sarà raggiunto attraverso una conduzione profittevole, consapevole e professionale, garantita dall'esperienza di BWH e degli albergatori associati.



## Un business etico e inclusivo

L'impegno di BWH Hotels Italia & Malta verso una conduzione di business etica e trasparente è dimostrato innanzitutto dall'adozione di un **Codice Etico**, elaborato e aggiornato, qualora necessario, dall'Ufficio Legale con il supporto dei dipendenti e di consulenti esterni esperti. Il documento, condiviso dal Consiglio di amministrazione con tutti gli attori del Network, sancisce valori e principi che ne ispirano quotidianamente l'operato: BWH Hotels Italia & Malta, insieme ad albergatori e collaboratori, agisce nel **rispetto dei diritti umani** in termini di inclusività, equità e sostenibilità, respingendo ogni tipo di discriminazione, e opera con **onestà e integrità**, nel rispetto delle leggi locali, nazionali e internazionali in materia.

Siamo orgogliosi di aver aderito nel 2024 al **Global Compact** delle Nazioni Unite, iniziativa collettiva ispirata dalla volontà di promuovere un'economia globale più sostenibile e inclusiva. Con questo atto, ci impegniamo a integrare nella strategia, nella cultura aziendale e nell'operatività quotidiana i Dieci Principi dell'UNGC in materia di diritti umani, lavoro, ambiente e lotta alla corruzione.

A seguito dell'ottenimento della certificazione **UNI/PdR 125:2022 sulla Parità di Genere**, è stato istituito il Comitato Guida che si occupa di presidiare gli adempimenti connessi alla certificazione ed è responsabile del suo rispetto.

In ottica di rafforzamento delle procedure interne per la prevenzione dei reati e a garanzia della liceità della nostra condotta, abbiamo adottato un **modello di organizzazione, gestione e controllo (MOGC)** ai sensi del **d.lgs. 231/2001** e istituito il relativo Organismo di Vigilanza. In fase di redazione del modello sono stati coinvolti direttamente i dipendenti per mappare le aree di rischio prioritarie, soprattutto in materia di diritti dei lavoratori. Il modello integra il nostro Codice Etico ed è allineato ai principi sanciti dalla certificazione sulla Parità di Genere e dall'UNGC, a riprova che impegni e valori aziendali costituiscono parte integrante e sostanziale di tutti i rapporti attuali e futuri nei confronti di qualsiasi stakeholder. Nel 2024 ne sono stati informati tutti i dipendenti e i collaboratori ed è stata erogata formazione generale e specifica per ciascun reparto.

Inoltre, è stato **potenziato il canale di whistleblowing** già a disposizione dei dipendenti per segnalare, in forma anonima, eventuali illeciti affinché siano verificati dal Collegio Sindacale, per quanto di sua competenza, e dagli Uffici Legale e Gestione del Personale. La piattaforma online, rivolta ai soli dipendenti interni, permette anche la segnalazione di aspetti riguardanti la disparità salariale e discriminazioni non costituenti reato o molestie. Tutti gli altri stakeholder possono sollevare preoccupazioni tramite raccomandata, e-mail o richiedendo appuntamento all'OdV. Da quando è stato introdotto, non è stata ricevuta alcuna segnalazione attraverso questo canale.

L'OdV assume, tra le altre, la responsabilità di garantire il rispetto dei diritti umani e del lavoro e prevenire la corruzione. Dal 2025 si occuperà anche di redigere una relazione formale e periodica rivolta al CdA per illustrare i risultati del modello.

L'impegno nella lotta alla corruzione è ribadito in una **politica**, pubblicata sul sito web, e in un **programma**, che costituiscono parte integrante del modello 231/2001. Tutti i collaboratori ricevono formazione sui temi dell'anticorruzione e hanno accesso ai documenti e alle procedure sopradescritte attraverso comunicazioni e modalità specifiche.

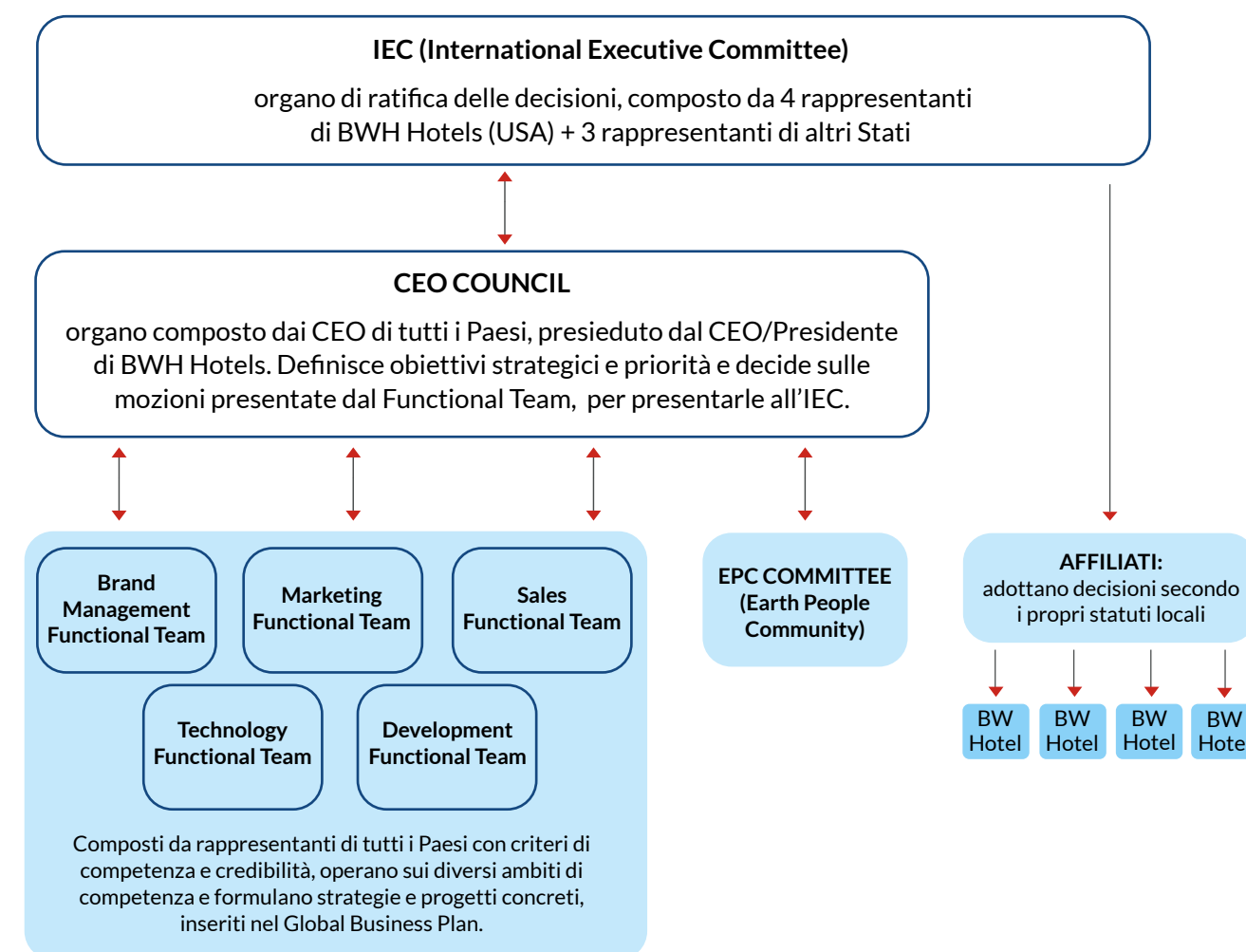
Ulteriori presidi che rispecchiano il nostro impegno per una condotta d'impresa responsabile riguardano il corretto **trattamento dei dati** e la **sicurezza informatica** (vedi pag. 61). Parallelamente, negli anni abbiamo sviluppato **campagne di formazione e informazione** rivolte al personale di sede, ai Soci albergatori e al loro staff su corretti comportamenti di sicurezza informatica da adottare, ad esempio, per difendersi dal phishing, quella pratica di furto di dati digitali compiuta attraverso e-mail "esca".

A conferma dell'esito positivo dell'applicazione di questi meccanismi di tutela, nell'ultimo biennio la sede BWH Hotels Italia & Malta **non ha registrato alcun caso significativo di non compliance** a leggi o regolamenti in materia sociale, ambientale ed economica **né episodi accertati di corruzione o di violazione della privacy dei clienti**.

## La governance internazionale

In quanto parte del Network di BWH Hotels, anche il sistema di governance internazionale assume un ruolo imprescindibile, che **influenza e indirizza** l'operato della Cooperativa.

### Il sistema decisionale internazionale





Il sistema decisionale internazionale prevede una serie di **organismi collegiali** dove sono rappresentate le Nazioni attraverso le relative figure nei ruoli di Presidente e CEO, che assumono decisioni a maggioranza qualificata. I **comitati** preposti a vagliare e votare le mozioni proposte dai Soci o dallo staff tecnico degli affiliati si riuniscono più volte l'anno.

In particolare, il **Comitato EPC** (Earth, People, Community) traduce l'**impegno** che, anche a livello internazionale, il Gruppo intende perseguire in ambito **ESG**. L'operato del Comitato si ispira a tre pilastri:



#### We care about our earth

Continua ricerca di soluzioni sostenibili per ridurre l'impronta del Gruppo sull'ambiente.



#### We care about our people

Impegno a supportare i valori di diversità, equità e inclusione.



#### We care about our community

Cura e supporto per i territori e le comunità nelle quali gli albergatori della catena operano.

Come BWH Hotels Italia & Malta partecipiamo a questo Comitato che si riunisce mensilmente e vede coinvolte figure manageriali internazionali, con l'obiettivo di definire progetti validi per tutto il Gruppo sui temi sopracitati e delineare una strategia trasversale su tutte le Nazioni.

Ciascun affiliato locale è legato a BWH Hotels attraverso un contratto di **Affiliation Agreement**, che regola tutti i rapporti tra il proprietario del marchio e le entità affiliate che, in virtù del rispetto delle regole pattuite, possono utilizzare e sfruttare il marchio stesso, contribuendo a incrementarne il valore. Gli hotel aderiscono a un **codice di condotta internazionale** che allinea i comportamenti etici di tutti gli affiliati.

L'Affiliation Agreement impone **vincoli** severi sia per l'affiliato sia per gli hotel membri del Gruppo. Inoltre, identifica precisi **indicatori di performance** (anche detti "indicatori di good standing") per ciascuna organizzazione affiliata.

## Gli Indicatori di Good Standing

Anche quest'anno, BWH Hotels Italia & Malta è stata chiamata a rispettare i seguenti Indicatori di Good Standing (o key performance indicator):



**Sviluppo del brand** in termini di nuove strutture alberghiere che si aggiungono al Network



Punteggio medio ottenuto dagli hotel nei **controlli qualità**



**Incremento delle performance commerciali** attraverso i canali Best Western e non



**Andamento del business** domestico e internazionale



**Andamento del programma loyalty** Best Western Rewards®



Percentuale di clienti che danno voti eccellenti nel **questionario di soddisfazione**



**Soddisfazione dei soci** espressa attraverso il questionario Member Survey somministrato da BWH Hotels



# I benefici dell'affiliazione

BWH Hotels Italia & Malta rappresenta efficienza e organizzazione al servizio degli alberghi affiliati. Ogni attività è progettata per generare valore, combinando la promozione del brand e delle strutture con un supporto concreto alla gestione operativa. Grazie a servizi centralizzati e a un know-how consolidato, vengono create sinergie che ottimizzano i costi e migliorano la competitività.

“OFFRIAMO UN SUPPORTO STRATEGICO A 360°,  
PRESIDIANDO OGNI ASPETTO CHIAVE DELLA  
GESTIONE ALBERGHIERA.

Le attività a supporto dei Soci vengono definite, monitorate e valutate attraverso una serie di **comitati interni**, costituiti da staff di diversi reparti le cui competenze vengono messe a disposizione per il raggiungimento degli obiettivi individuati per ciascun comitato.

- **Membership Services & Compliance Committee:** soluzioni a supporto degli hotel, partendo dall'analisi dei dati, delle performance e dell'operatività, della qualità e della soddisfazione del cliente.
- **Marketing, Sales & Revenue Committee:** definizione e aggiornamento di iniziative, promozioni e piano di comunicazione a supporto della performance del brand e delle strutture.
- **Performance Committee:** monitoraggio dell'andamento della produzione e dei principali KPI a livello aggregato e segmentato.

Ai comitati interni, si aggiungono **commissioni di lavoro** composte da membri dello staff, consiglieri e albergatori, costituite per lavorare su specifici ambiti d'interesse.

- **ESG:** sostiene il processo di certificazione delle strutture, offrendo consulenza e strumenti idonei, individua, in sinergia con la SI Supply, soluzioni efficaci per indirizzare gli hotel ad acquisti conformi ai criteri richiesti dalle certificazioni e monitora costantemente il contesto in cui opera il Network per anticipare le richieste del mercato e soddisfare le aspettative dei clienti.
- **Innovation & Tech:** commissione creata per affrontare il tema dell'innovazione, esplorare le più recenti evoluzioni nell'ambito dell'intelligenza artificiale e aiutare il Network a orientarsi tra le numerose opportunità disponibili. Si occupa di identificare soluzioni applicabili che possano valorizzare l'offerta rivolta agli ospiti e ottimizzare la gestione operativa per lo staff. Al contempo, in sinergia con il settore acquisti, garantisce un'attenzione rigorosa agli aspetti di sicurezza informatica.
- **Procurement:** propone nuovi fornitori, soprattutto in ambito di innovazione, design e sostenibilità, suggerisce pratiche per servire meglio le strutture, incentiva gli hotel a un maggior ricorso alla centrale acquisti e identifica aree dove è conveniente incentivare acquisti di gruppo.
- **HR & Training:** individua modelli e percorsi formativi per potenziare la professionalità dello staff della sede e delle strutture affiliate, sfruttando la partnership con HIA per offrire una formazione completa che copra tutte le aree strategiche di operatività della struttura, mirando a immettere negli hotel personale formato e qualificato.
- **Marketing & Performance:** monitora i trend di mercato e, seguendo l'evoluzione dei mezzi di comunicazione, seleziona le leve e gli strumenti giusti per massimizzare la visibilità del Gruppo e delle singole strutture. Inoltre, si occupa di migliorare il posizionamento e la presenza del brand sul territorio, nonché di ottimizzare le performance attraverso i canali BWH e, in generale, degli hotel.
- **QA:** supporta le strutture affiliate in merito alle problematiche legate alla qualità, al design e alla guest satisfaction, proponendo possibili soluzioni e/o consigli volti al miglioramento in modalità «aiuto tra colleghi».

Servizi offerti

DISTRIBUZIONE E PRICING

La Distribution Suite consente di massimizzare i ricavi, accedere a nuove opportunità e aumentare la marginalità. Il Team Revenue **supporta gli hotel nell'analisi e definizione della strategia di vendita**, monitoraggio delle performance, consolidamento e identificazione di nuovi mercati o target, per favorire l'ottimizzazione dei costi di distribuzione e l'aumento della marginalità.

La Distribution Suite è composta da:

- **Web:** i principali canali di vendita internazionali di BWH Hotels rappresentati dai siti web corporate e dei singoli hotel affiliati.
- **Central Reservation Office:** i due centri di prenotazione, collocati a Milano e Phoenix, operano 24/7 con uno staff multilingue formato per assistere il cliente in fase di prenotazione.
- **Global Distribution System (GDS):** le informazioni e le disponibilità degli hotel BWH sono distribuite con i principali GDS a livello globale, ovvero piattaforme informatiche per la gestione delle prenotazioni e l'acquisto di servizi nell'ambito dell'ospitalità e dei viaggi.
- **Third Party Intermediates:** accordi con le principali Agenzie di Viaggio Online utili a massimizzare la distribuzione in rete e acquisire nuovi clienti.

SALES E BRAND MARKETING & COMMUNICATION

I reparti Sales e Brand Marketing & Communication hanno il compito di creare sinergie e collaborazioni strategiche e di valore. Ogni anno, attraverso un piano marketing strutturato e un investimento mirato, vengono sviluppate iniziative per amplificare la brand awareness e intercettare il pubblico di riferimento con un mix di canali e strumenti di comunicazione. Parallelamente, i Sales Manager, attivi a livello nazionale e internazionale, coltivano partnership con player di primo piano e accordi commerciali, garantendo una presenza solida e riconoscibile nei mercati di tutto il mondo.

CENTRALE ACQUISTI SI SUPPLY

SI Supply è la **centrale acquisti** del Gruppo. Ha il compito di assicurare agli affiliati **vantaggi in termini di convenienza, qualità e assistenza lungo tutto il processo di acquisto** attraverso accordi quadro stipulati con i fornitori più importanti del settore ricettivo e della ristorazione (vedi pag. 89).

Ogni accordo è concluso solo a seguito di un **iter negoziale** che prevede l'analisi e il confronto delle condizioni economiche proposte, la verifica delle referenze delle aziende e il superamento di test qualitativi effettuati da parte degli albergatori affiliati direttamente sul campo.

L'attività della centrale acquisti non si esaurisce con la definizione degli **accordi commerciali**, ma prosegue con una **costante attività di monitoraggio su prodotti e fornitori**. Le scelte fatte sono poi affinate attraverso un processo continuo di ricerca e sviluppo per garantire le soluzioni più opportune, proponendo sempre nuovi fornitori e vantaggiosi accordi commerciali.

Oltre a supportare i Soci, SI Supply estende i suoi servizi a strutture ricettive indipendenti per accrescere il suo potere negoziale contribuendo alla crescita della cooperativa.

Dal 2024, per accogliere le esigenze degli hotel del Network che hanno intrapreso un percorso di sostenibilità e certificazione, i fornitori della SI Supply partecipano al progetto "Hotel Responsible Supply Chain", che prevede la firma del codice di condotta e la redazione di listini dedicati con prodotti certificati e soluzioni a basso impatto ambientale.

COPERTURA ASSICURATIVA

Gli ospiti del Gruppo, oltre alla garanzia di standard di qualità, hanno tutele aggiuntive associate agli obblighi assicurativi richiesti dall'affiliazione. L'adesione degli hotel a una polizza unica assicura dei vantaggi che ricadono su tutti gli stakeholder, principalmente sul **cliente finale**, che si sente **protetto e tutelato**. La polizza unica consente agli hotel di accedere a una serie di benefici, difficilmente accessibili ai singoli. La possibilità di centralizzare presso la sede la gestione delle principali polizze consente infatti l'ottenimento di innumerevoli vantaggi come:

- Eliminazione del rischio che un grande sinistro non adeguatamente assicurato presso la struttura anche di un solo Socio possa compromettere le attività di BWH Hotels Italia & Malta e l'interesse di tutti gli altri associati.
- Definizione di testi di polizza particolarmente completi, evoluti e omogenei per tutti i Soci.
- Proposta di soluzioni assicurative e consulenziali non reperibili individualmente.
- Risparmio sui tassi di premio applicati, operando come unico gruppo di acquisto e riassicurazione, e possibilità di accedere a coperture molto più alte.
- Creazione di un sistema di gestione complessiva del rischio con creazione di rete peritale e quindi maggiore potere negoziale con le compagnie assicuratrici in caso di sinistro.

RISORSE UMANE E PEOPLE CARE

BWH Hotels Italia & Malta mette a disposizione degli hotel diversi strumenti per supportarli, da un lato, nella **ricerca e selezione** di nuovo personale, dall'altro con l'obiettivo di creare un **ambiente di lavoro positivo e incentivante**.

Alcuni strumenti da tempo presenti:

- Sezione dedicata sul sito web corporate di BWH Hotels Italia & Malta per la **pubblicazione di offerte di lavoro** e la raccolta di CV.
- **Formazione** erogata gratuitamente a tutti i livelli attraverso figure professionali interne ed esterne all'organizzazione.
- Accesso a **tariffe scontate**, anche per familiari e amici, per **soggiorni** negli alberghi del Gruppo in tutto il mondo.
- **Programma di incentivazione** "Innsider" legato ai programmi fedeltà Best Western Rewards® e WorldHotels Reward, con accesso a soggiorni gratuiti e buoni acquisto.
- Adesione gratuita alla **piattaforma "Corporate Benefits"** con accesso a sconti e convenzioni.

Nel 2023 abbiamo **lanciato il nuovo programma People Care** per dare aiuto agli hotel che stanno registrando un alto turnover e necessitano di supporto per trovare figure professionali qualificate. Con questo progetto forniamo strumenti utili per la gestione delle risorse umane e per costruire un piano di welfare rivolto al personale degli hotel del Gruppo. Gli strumenti messi a disposizione sono manuali dedicati, webinar formativi, oltre a un accordo quadro con una piattaforma welfare.

In più, nel 2024 abbiamo attivato una partnership con l'**Hospitality Innovation Academy (HIA)**, prestigiosa Accademia di Alta Formazione post diploma in management alberghiero e turistico, per offrire percorsi di studio specialistici volti a formare i professionisti del domani nel settore dell'ospitalità e al contempo aggiornare e innovare le competenze del personale già operativo negli hotel. L'ambizione è di ridurre il gap tra domanda e offerta nel comparto, supportando il lancio dei giovani nel mondo del lavoro e garantendo un servizio di hôtellerie sempre più performante e di valore.



**La nostra visione  
per un'ospitalità  
più sostenibile**

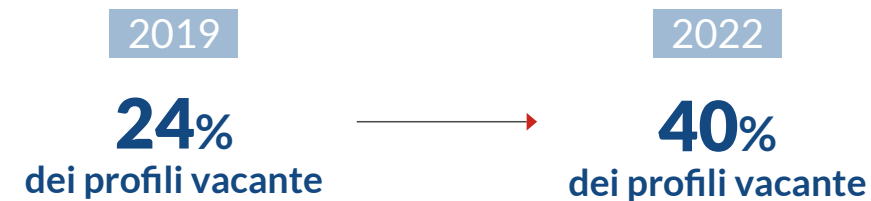




# Investire nelle persone: la sfida del presente per garantire il successo di domani

L'offerta di impiego nel mondo travel & hospitality sta crescendo, più che in altri settori, ma il fabbisogno non riesce a essere soddisfatto. Si stima che nei prossimi anni l'industria del turismo offrirà più di **300 mila nuovi posti di lavoro**, di cui quasi **un quarto resterà vacante**<sup>1</sup>.

Quando si tratta di fenomeni socioeconomici così sfaccettati, anche i fattori scatenanti sono molteplici e non sempre chiaramente identificabili. Uno degli aspetti riguarda il **mismatch di competenze**, ovvero l'ampliamento esponenziale della distanza tra competenze ricercate dagli hotel e offerte dai candidati.



C'è carenza nelle capacità ricercate su tutti i fronti: dalle competenze più "classiche" che si apprendono negli istituti scolastici specializzanti, alle più innovative su sostenibilità e digitalizzazione. Il gap non riguarda solo le figure di alto profilo, ma anche il personale non qualificato. Questo genera grande difficoltà nella programmazione ed erogazione dei servizi nel comparto.

Inoltre, si tratta di uno dei settori con l'**avvicendamento** della forza lavoro più elevata.

**30%**  
tasso di turnover del settore in Italia<sup>2</sup>

Per comparti come quello dell'ospitalità, che impongono ritmi di lavoro sfidanti e operatività 365 giorni all'anno, trovare gli strumenti di attraction e retention adeguati è una sfida cruciale.

<sup>1</sup>Rapporto Excelsior Unioncamere, 2023.

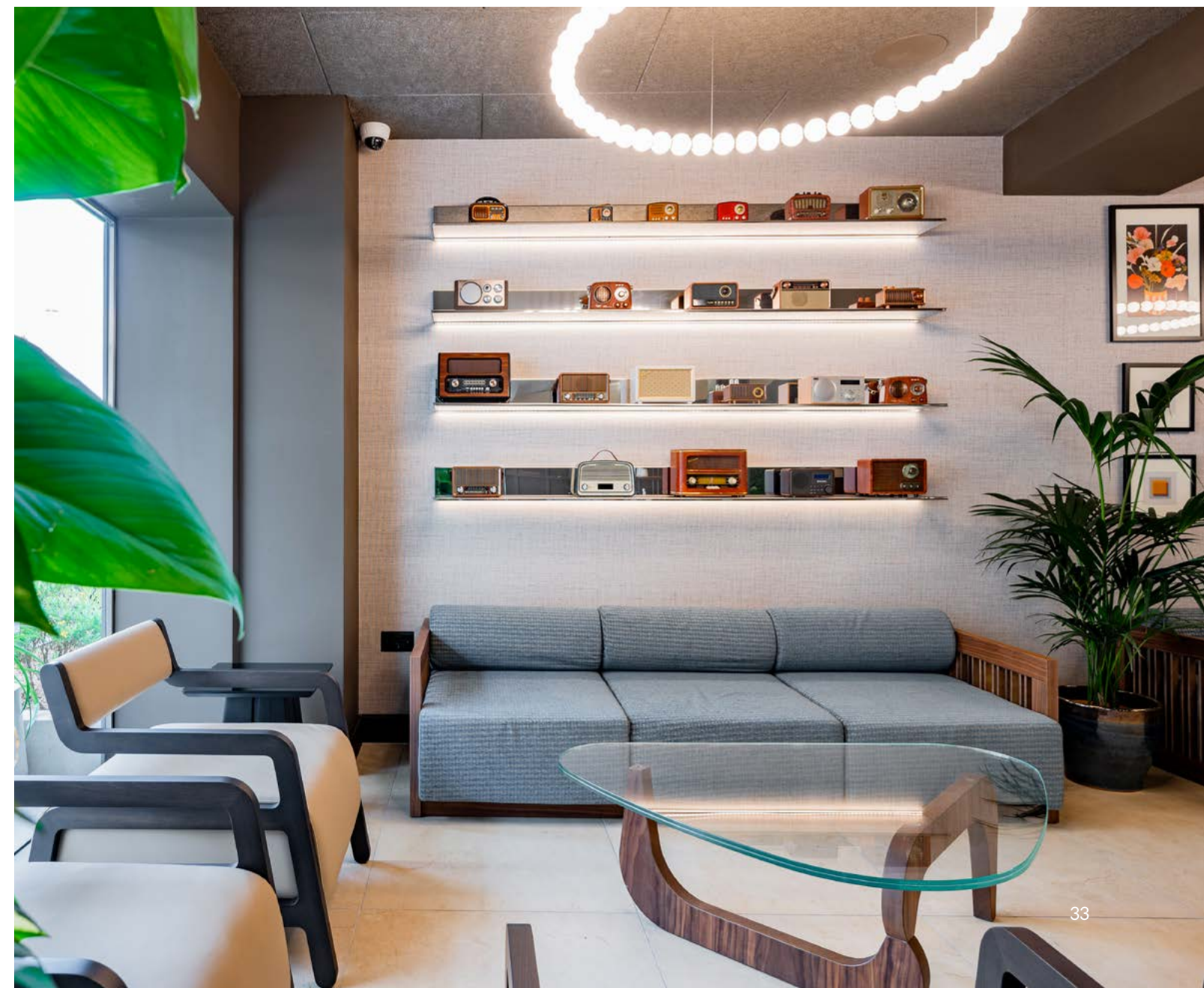
<sup>2</sup>Federalberghi, 2024.

## Strategie per reagire

Il settore deve riconquistare l'interesse dei lavoratori valorizzando le professioni turistiche attraverso una strategia condivisa.

Il primo passo è **rilanciare l'istruzione tecnica professionale**, coinvolgendo gli istituti nella formazione di competenze sempre più richieste dal mercato del lavoro e nel far conoscere agli studenti le opportunità disponibili, favorendo l'occupabilità e agevolando la transizione scuola-lavoro.

Per attrarre e mantenere i lavoratori, le aziende devono garantire **occasioni di crescita**, un percorso di accompagnamento verso occasioni sempre più sfidanti, in un **ambiente di lavoro stimolante e accogliente**. È essenziale comprendere i bisogni e le aspettative dei collaboratori per progettare strategie efficaci per soddisfarli. Il mondo del lavoro è chiamato a un impegno crescente sul fronte della conciliazione vita-lavoro e del benessere dei propri collaboratori.





Parallelamente, la **formazione** è un elemento cruciale per rendere un'azienda attrattiva. Si tratta di una priorità condivisa, ma con un divario tra intenzioni e azioni ancora da colmare.

**78%**  
delle strutture ricettive italiane considera  
la formazione una priorità strategica

ma

**solo il 45%**  
investe regolarmente in programmi di formazione<sup>3</sup>

Infine, **tecnologia e automazione** possono supportare attività ripetitive e a minor valore aggiunto, permettendo di ottimizzare la gestione delle risorse umane, riducendo la pressione sui lavoratori, aumentando l'efficienza e anche la soddisfazione personale. Tuttavia, per sfruttarle al meglio, la formazione è imprescindibile e la tecnologia deve essere uno strumento di supporto e non un ostacolo.

<sup>3</sup>Federalberghi, 2024.



## L'innovazione tecnologica alleata nel cambiamento

Il 2023 è stato "l'anno del sorpasso" per il settore ricettivo che per la prima volta ha registrato un fatturato superiore a quello pre-pandemico<sup>4</sup>. Al contempo, i risultati da record hanno messo in risalto un **mercato profondamente cambiato**, in cui metriche, processi e approcci del passato hanno iniziato a perdere di rilevanza, facendo emergere la necessità di ricercare un nuovo equilibrio.

In uno scenario complesso e mutevole, diventa fondamentale dotarsi degli strumenti adatti a rispondere agilmente ai cambiamenti. In questo senso, l'**Intelligenza Artificiale (IA)** emerge sempre più chiaramente come la nuova direzione intrapresa dalla maggior parte delle aziende.

**79%**  
adozione dell'IA in ambito lavorativo in Italia<sup>5</sup>

### Applicazione e vantaggi dell'IA nell'ospitalità

- **Gestione operativa efficiente**  
L'uso dell'IA in ambito operativo, per esempio attraverso sistemi di manutenzione predittiva e di gestione energetica intelligente, ha già dimostrato ottimi risultati nella riduzione degli sprechi e dei fermi impianto, con ricadute positive sul comfort e sulla soddisfazione degli ospiti.
- **Experience del cliente**  
Sempre più spesso, il primo contatto tra ospite e struttura avviene sui canali digitali, come chatbot e assistenti virtuali che semplificano l'esperienza di prenotazione. Anche in struttura l'IA mette a disposizione tanti strumenti preziosi: dal check-in, rapido e automatizzato, ai comandi vocali, fino all'assistenza domestica personalizzata. Non meno importante, infine, la capacità dell'IA di modellare l'esperienza del cliente sulle sue esigenze e preferenze, raggiungendo un livello di personalizzazione senza precedenti.
- **Revenue management**  
Grazie alle sue capacità di calcolo e previsionali, l'IA è lo strumento ideale per supportare albergatori e albergatrici nella definizione di prezzi adeguati, tenendo conto di infinite variabili in contemporanea, in maniera semplice e immediata.
- **Marketing e CRM**  
Le strutture alberghiere, per loro natura, trattano un'enorme mole di dati che deve essere correttamente analizzata e interpretata affinché sia utile a supportare le decisioni aziendali. In questo, l'IA può essere una valida assistente nella definizione di strategie di marketing e commerciali efficaci, personalizzate e profittevoli.

**+17%**  
ricavi

**+10%**  
tasso di occupazione

nelle strutture alberghiere che  
hanno adottato soluzioni di IA<sup>6</sup>

<sup>4</sup>Osservatorio Travel Innovation della School of Management del Politecnico di Milano, 2023

<sup>5</sup>EY Work Reimagined Survey, 2024.

<sup>6</sup>Indagine McKinsey & Company, 2024.

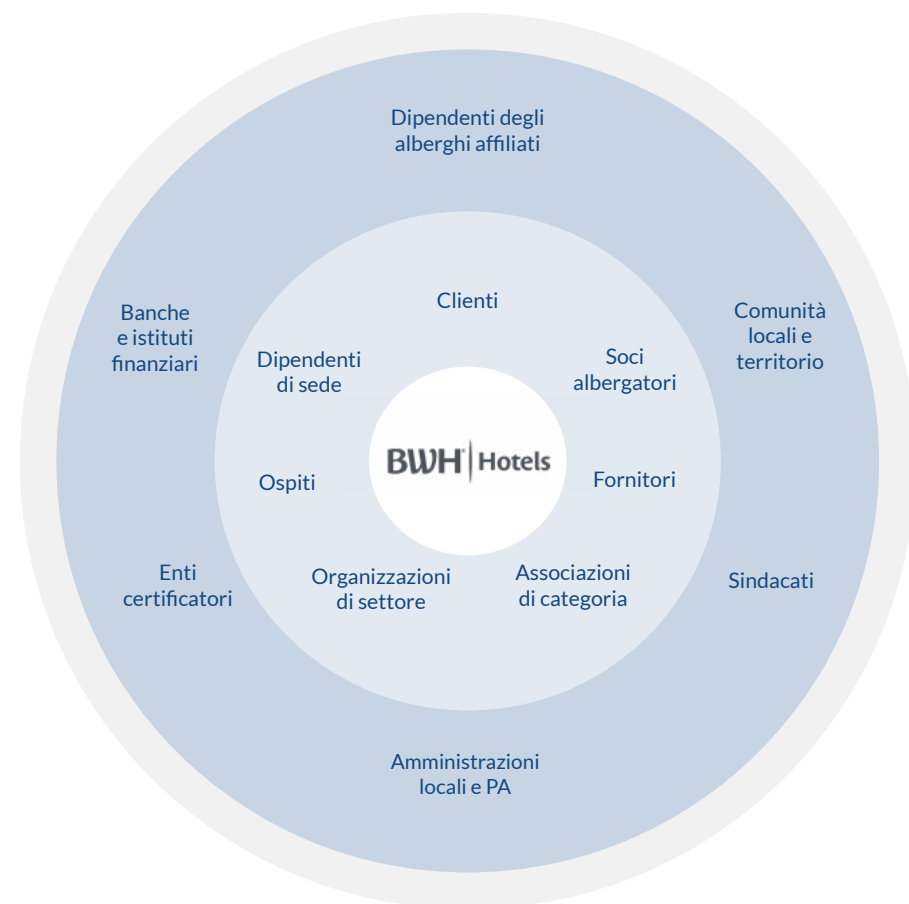


# Stakeholder engagement e analisi di materialità

## In dialogo con gli stakeholder

Sosteniamo la crescita del brand promuovendo i **principi di responsabilità sociale e ambientale** per rispondere alle esigenze di una clientela sempre più consapevole. In quest'ottica, tuteliamo il territorio in cui operiamo e valorizziamo le persone che concorrono ogni giorno allo sviluppo del business. Coerentemente con i valori che ci ispirano, siamo altrettanto consapevoli del ruolo che ricopriamo nel promuovere uno **sviluppo responsabile** all'interno del settore. Per questi motivi, siamo attivi all'interno del contesto nazionale e internazionale e sfruttiamo ogni occasione utile per **dialogare proficuamente con i nostri stakeholder**.

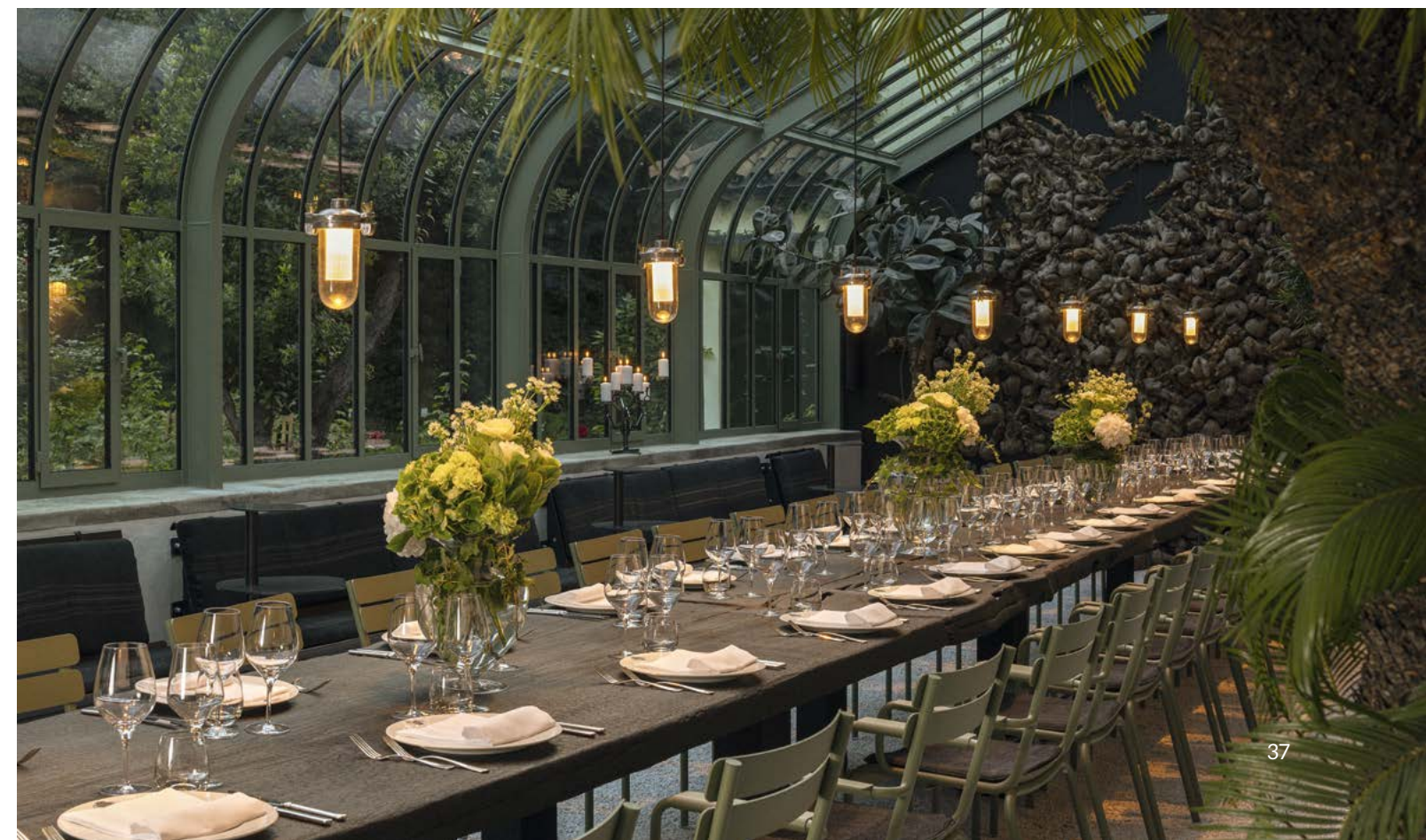
Gli stakeholder di BWH Hotels Italia & Malta



Tra i portatori d'interesse con cui ci interfacciamo più spesso ci sono sicuramente gli albergatori, i fornitori della centrale acquisti SI Supply, i clienti e gli ospiti che beneficiano dei nostri servizi, e, non da ultime, tutte le persone che lavorano per il Gruppo. Questo fitto dialogo, funzionale a coltivare le relazioni commerciali, contrattuali e lavorative, nel tempo si è arricchito con argomenti sempre più attuali e rilevanti, in primis la **sostenibilità ambientale e sociale**.

Data la natura della nostra Società, **gli albergatori sono i nostri primi stakeholder**. Infatti, nella Cooperativa le decisioni vengono prese da un Consiglio di amministrazione eletto dagli stessi Soci albergatori. Inoltre, qualsiasi decisione abbia un impatto sulla Cooperativa viene sottoposta a votazione durante le assemblee dei Soci che si tengono due volte all'anno. Ma queste non sono le uniche occasioni di coinvolgimento diretto degli albergatori. Vi si aggiungono numerosi strumenti di dialogo e momenti formativi e, soprattutto, di networking: l'accesso a un'Intranet dedicata, la newsletter periodica, il Sales, Revenue e Marketing Meeting annuale destinato ai Direttori e ai ruoli operativi, e gli eventi territoriali ai quali partecipano la Dirigenza e il CdA della Cooperativa. Progettiamo i nostri eventi affinché siano coinvolgenti e strategicamente utili, favorendo da un lato il rafforzamento del senso di appartenenza al Gruppo e, di conseguenza, la fidelizzazione delle strutture alberghiere, dall'altro creando occasioni di dialogo per raccogliere feedback, impressioni e suggerimenti utili al miglioramento continuo. Consapevoli dell'importanza del rapporto con tutti gli stakeholder, coinvolgiamo attivamente anche i fornitori, attori chiave nel nostro ecosistema, invitandoli a partecipare ai principali eventi istituzionali, incluse le assemblee, per favorire sinergie e opportunità di collaborazione.

“ COLTIVARE RELAZIONI SOLIDE È L'ELEMENTO CHIAVE DEL NOSTRO SVILUPPO.





## Fall Convention 2024

Le Convention BWH rappresentano l'occasione ideale per instaurare un dialogo costruttivo con gli stakeholder, attraverso momenti di confronto strutturati e approfonditi. Dopo gli ottimi risultati ottenuti nel 2023 con il coinvolgimento dei Soci albergatori, anche quest'anno, durante la **Fall Convention** di novembre presso l'Hotel Best Western Premier BHR di Treviso, è stato organizzato un workshop rivolto ai **fornitori della SI Supply**, con il supporto di LifeGate, società specializzata nei temi della sostenibilità. L'iniziativa ha visto la partecipazione di 20 professionisti, in rappresentanza di 16 aziende fornitrici della centrale acquisti, con l'**obiettivo** di sondarne esigenze, aspettative e percezioni, per generare beneficio a favore dei fornitori stessi e del Network nel suo complesso.

L'attività è stata suddivisa in due macro-momenti:

1

### Dibattito

I fornitori sono stati chiamati a condividere le loro esperienze in relazione alle crescenti richieste normative e di mercato in tema di sostenibilità e le conseguenti criticità e opportunità che riscontrano più di frequente. Si è trattato di un momento utile anche a individuare spunti per creare un approccio condiviso tra i fornitori, le strutture alberghiere e i loro ospiti, per valorizzare gli impegni ESG lungo tutta la filiera.

2

### Questionario

A seguito della discussione, è stato sottoposto ai fornitori un questionario per la valutazione dei temi materiali di BWH Hotels Italia & Malta, funzionale alla rendicontazione (vedi pag. 43).

I fornitori segnalano un interesse crescente da parte degli stakeholder – in particolare dei clienti – nei confronti dell'approccio aziendale ai temi ESG. Questo si traduce in richieste sempre più frequenti di informazioni sulle pratiche di sostenibilità (19%), sulle caratteristiche dei prodotti (38%) e nell'invito ad allinearsi a politiche comuni, come codici etici e di condotta (38%).

94%

dei partecipanti ha introdotto  
nell'offerta prodotti con  
caratteristiche di sostenibilità

60%

dei partecipanti afferma che i temi  
di sostenibilità sono un driver  
importante nel dialogo con i clienti

*I fornitori si stanno impegnando in un percorso di sostenibilità,  
notando attenzione e apprezzamento da parte del mercato.*

I riscontri sono stati molto positivi: dal dialogo sono emersi contributi significativi che ispirano BWH Hotels Italia & Malta a rafforzare ulteriormente il suo ruolo di mediatore tra albergatori e fornitori. Da una parte, può facilitare la condivisione delle esigenze d'acquisto degli hotel; dall'altra, può valorizzare gli investimenti virtuosi dei fornitori della SI Supply, incentivando la scelta di referenze innovative e a minor impatto.





Il dialogo con i nostri clienti è improntato a recepire le loro aspettative, in particolare attraverso la somministrazione di **questionari di soddisfazione e monitorando periodicamente il sentiment online**, con l'analisi di recensioni e valutazioni delle strutture BWH Hotels Italia & Malta lasciate dagli ospiti.



## Parola agli ospiti

Attraverso una survey online erogata a dicembre 2024, gli **ospiti fidelizzati Best Western Rewards®** sono stati chiamati a condividere preferenze e attitudini in tema di “ospitalità sostenibile”.

# 113

risposte ricevute

I temi indagati:

- Adesione al programma Go.Get.Green (vedi pag. 67)
- Preferenze sul formato dei prodotti da bagno
- Caratteristiche ricercate nel buffet della prima colazione
- Comportamenti sostenibili messi in atto durante il soggiorno
- Principali driver di scelta in fase di prenotazione

Le testimonianze di chi vive l'hotel in prima persona si sono rivelate preziose. Da un lato, si confermano trend e preferenze già intercettati dal Network, come la sostituzione dei prodotti da bagno monodose con l'installazione di dispenser; dall'altro sono emersi spunti di miglioramento che verranno considerati attentamente per progettare un'esperienza di soggiorno che generi un impatto sempre migliore in termini di sostenibilità e, al contempo, massimizzi la soddisfazione degli ospiti. È emerso un crescente interesse per i **brand locali** e le **specialità culinarie del territorio**, con i viaggiatori che prediligono prodotti e servizi che riflettano le tradizioni artigianali e il patrimonio enogastronomico delle destinazioni. In particolare, si registra una forte domanda per ingredienti che esaltino la cucina locale e la genuinità dei prodotti tipici. Allo stesso tempo, cresce la sensibilità dei viaggiatori rispetto alla **riduzione degli sprechi alimentari**, a favore di un consumo più consapevole.

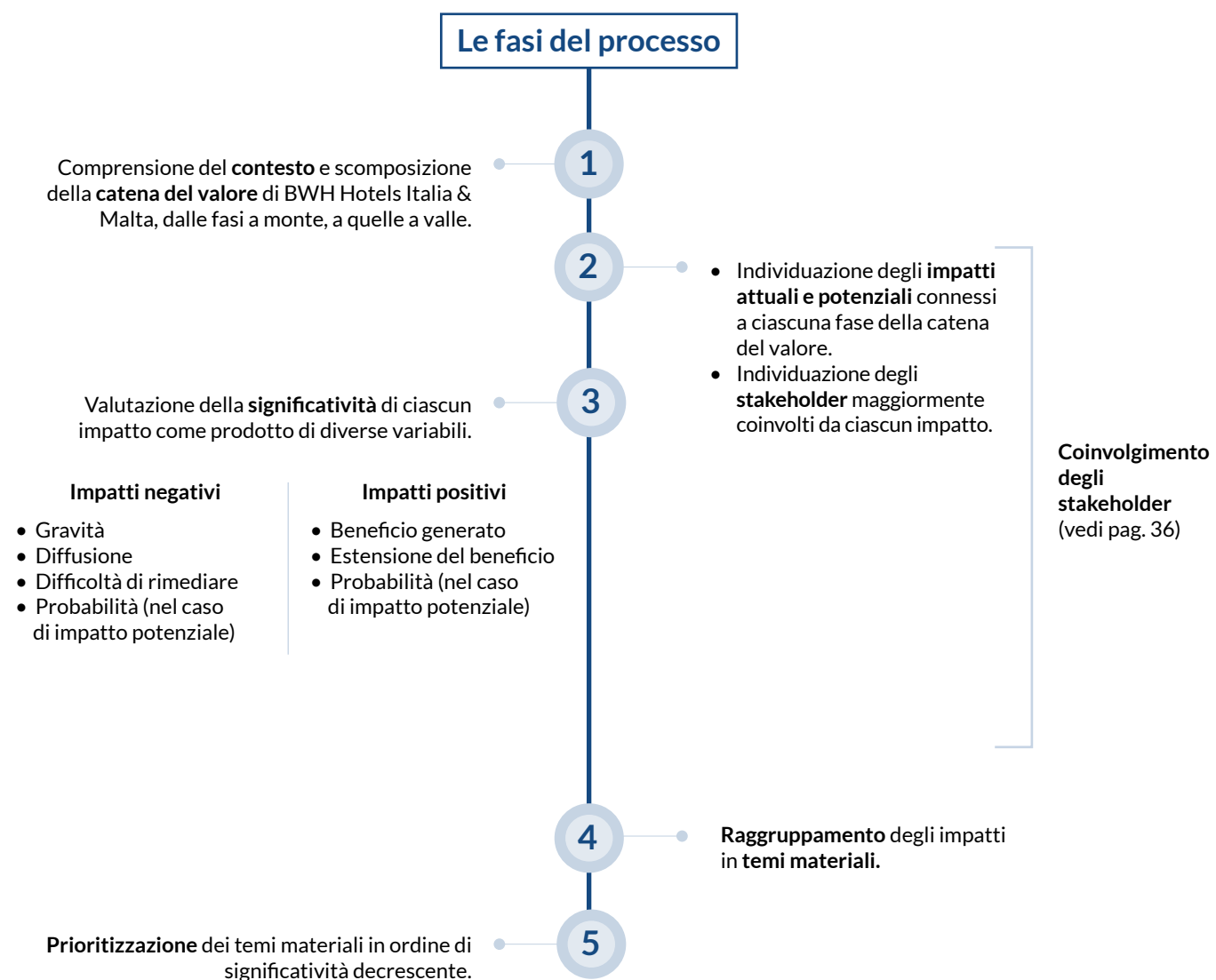


## Il processo di analisi di materialità

È il secondo anno che BWH Hotels Italia & Malta svolge l'analisi di materialità, ovvero il processo di individuazione e valutazione dei temi più significativi su cui focalizzare gli indirizzi strategici e la rendicontazione dell'organizzazione, conformemente a quanto richiesto dagli Standard GRI 2021.

### I concetti alla base della materialità:

- **Impatto:** effetto che l'organizzazione ha o potrebbe avere sull'economia, l'ambiente e le persone, compresi gli effetti sui loro diritti umani, come risultato delle attività di business o dei rapporti commerciali dell'organizzazione. Gli impatti possono essere positivi o negativi, attuali o potenziali, di tipo economico, sociale o ambientale.
- **Tema materiale:** riflette l'impatto più rilevante dell'organizzazione sull'economia, l'ambiente, le persone e i loro diritti umani.



## I temi materiali di BWH Hotels Italia & Malta:



**Pratiche di approvvigionamento**



**Promozione della gestione responsabile degli impatti ambientali del Network**



**Sviluppo e valorizzazione del personale**



**Salute e sicurezza**



**Sviluppo del Network e del settore**



**Etica, integrità e valore economico**



**Gestione degli impatti ambientali di sede**



**Customer satisfaction, qualità e digitalizzazione dei servizi**



**Accessibilità e inclusività**



**Rapporti con le comunità locali e valorizzazione del territorio**

Alla luce delle valutazioni espresse dagli stakeholder, l'ordinamento dei temi materiali è stato aggiornato rispetto al 2023. In particolare, hanno guadagnato di importanza i temi di **salute e sicurezza** e **gestione degli impatti ambientali di sede**. Di conseguenza, le tematiche legate allo sviluppo del Network e alla customer satisfaction sono leggermente arretrate nell'elenco.



# Il nostro impegno

Sostenibilità e responsabilità sociale sono parte del nostro DNA, integrati nella nostra vision e mission.

## VISION

Essere motore di evoluzione dell'ospitalità.

## MISSION

Contribuiamo alla crescita delle imprese dell'ospitalità con soluzioni efficaci, connessioni di valore e competenze distintive, per far vivere ad ogni ospite un'esperienza di qualità, contemporanea, inclusiva e sostenibile. Valorizziamo l'unicità delle strutture alberghiere con la forza del brand e del nostro Network.

Da oltre dieci anni, BWH Hotels Italia & Malta attua numerose iniziative, anche in collaborazione con player selezionati, mirando a **operare in modo sempre più responsabile e consapevole**. In questo modo, concorriamo a una transizione equa e rispettosa delle persone e dell'ambiente, ispirati dagli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile** (SDGs) dell'Agenda ONU 2030.

I nostri principali ambiti di impegno



## ENVIRONMENTAL – Stay for the Planet e certificazioni

Realizzato in collaborazione con il partner scientifico LifeGate, Stay for the Planet è uno strumento di supporto per gli hotel del Network volto a incrementarne la consapevolezza sui propri ambiti di impatto, in particolare ambientale, attraverso la misurazione e il monitoraggio, che incoraggia l'adozione di soluzioni virtuose e sempre più sostenibili. Il valore aggiunto di SFTP è che è un **programma basato su uno standard che ha ottenuto il riconoscimento da GSTC**, una delle principali organizzazioni a livello internazionale di promozione del turismo sostenibile.

Il nostro impegno, inoltre, si concretizza attraverso il supporto agli affiliati nell'ottenimento di **certificazioni di sostenibilità** per il settore dell'ospitalità rilasciate da enti terzi accreditati che verificano che i criteri previsti siano rispettati, accrescendole affidabilità e trasparenza.

## SOCIAL – Inclusione, accessibilità e rispetto

Il nostro impegno in ambito sociale si declina sotto diverse sfaccettature, che hanno l'obiettivo comune di **rendere l'ospitalità inclusiva e accessibile a tutti**. Traduciamo questi valori in azioni concrete con i nostri programmi "Inclusive Hotel" e "Hotel Accessibili" o, ad esempio, con la partecipazione al progetto Soggiorno Sereno e ad Albergo Etico. Al contempo, riteniamo prioritario **garantire un ambiente di lavoro rispettoso e stimolante per i nostri collaboratori**.

## GOVERNANCE – Trasparenza e sostenibilità

Come anticipato, a gennaio 2024 si è **concluso positivamente il nostro passaggio a Società Benefit**, con la formalizzazione del nuovo status giuridico e l'approvazione dello Statuto aggiornato. Questo traguardo, parte di un percorso più ampio e in continuo divenire, non fa altro che confermare e rafforzare il nostro impegno nella conduzione responsabile del business, con un approccio sempre più trasparente e misurabile.



## Cosa significa essere Società Benefit?

L'Istituto della Società Benefit – modello societario nato su ispirazione delle B Corp, sviluppate nel 2006 dall'ente no profit statunitense B Lab – è stato introdotto in Italia dalla **Legge n. 208 del 28/12/2015** (Legge di Stabilità 2016).

Le Società Benefit sono **imprese che perseguono volontariamente, nell'esercizio dell'attività di business, oltre allo scopo di lucro, anche una o più finalità di beneficio comune** e operano in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti, associazioni e altri portatori di interesse.

Per poter diventare Società Benefit, le aziende devono identificare le proprie **finalità di beneficio comune** e includerle all'interno dello **Statuto**. Inoltre, l'organizzazione deve pianificare tutte quelle attività funzionali al loro perseguimento e **individuare specifici obiettivi misurabili** per monitorarne il livello di raggiungimento. Tali aspetti devono essere rendicontati annualmente in un documento chiamato **Relazione d'Impatto**.





Relazione di impatto

Per BWH Hotels Italia & Malta, definire le proprie finalità di beneficio comune è stato un passaggio naturale, frutto di un impegno costante che da anni caratterizza la nostra identità. La volontà di generare un impatto positivo sulle persone e sull’ambiente è infatti parte integrante del nostro modo di operare.

Le finalità di beneficio comune di BWH Hotels Italia & Malta:

- 1

- Promuovere un’ospitalità responsabile, sensibilizzando il Network ai più alti standard ambientali e sociali e fornendo servizi che possano supportare i Soci a migliorare continuamente gli impatti delle proprie strutture.
- 2

- Migliorare continuamente la capacità e la qualità ricettiva dei territori nei quali operano i Soci, mettendo a disposizione competenze e servizi competitivi a favore di una diffusione della cultura della gestione efficace ed efficiente delle imprese del settore alberghiero.
- 3

- Valorizzare il ruolo sociale del Network, attraverso il supporto alle economie locali, la promozione dei territori nei quali operano i Soci e di un turismo accessibile a tutti.
- 4

- Diffondere l’attitudine e cultura della partnership e dell’aggregazione come volano di crescita sostenibile attraverso una gestione che favorisca la partecipazione di tutti gli stakeholders e ne consideri le necessità.
- 5

- Tutelare il benessere delle persone di BWH Hotels Italia & Malta, nel rispetto dell’unicità e valorizzando i talenti e le competenze di ciascuno.
- 6

- Favorire la crescita delle professionalità dell’hospitality attraverso programmi di formazione rivolti alle risorse operative negli hotel.

Nel corso del 2024 abbiamo compiuto progressi significativi sui diversi fronti d’impegno individuati. Una sintesi è riportata nella tabella seguente, mentre i capitoli successivi del nostro Report di Sostenibilità offriranno un approfondimento maggiore sulle singole progettualità. Al contempo, il nostro sguardo è già orientato al futuro. Questo si traduce nella definizione degli ulteriori impegni che vogliamo perseguire nel 2025.

Indirizzi strategici	Cosa abbiamo fatto nel 2024	Impegni per il 2025
FINALITÀ 1 – PROMUOVERE UN’OSPITALITÀ RESPONSABILE		
GESTIONE DEGLI IMPATTI AMBIENTALI Diffondere un sistema di gestione ambientale in tutti gli hotel del Gruppo.	Promozione della partecipazione da parte degli hotel al programma di sostenibilità di Gruppo per la gestione e misurazione degli impatti (Stay for the Planet) che ha portato all’aumento delle adesioni totali (da 129 a 133 strutture).	Avvio di studi di fattibilità per l’aggiornamento dello strumento di SFTP per rispondere sempre meglio alle esigenze degli hotel del Network nei loro percorsi di sostenibilità. Ulteriore aumento del numero di strutture aderenti a SFTP.
	Supporto nell’ottenimento di una certificazione di sostenibilità a 41 alberghi, pari al 25% delle strutture del Network (GSTC, Green Key o altre certificazioni purché riconosciute da GSTC).	Promozione dell’ottenimento di una certificazione di sostenibilità da parte di ciascun albergo del Network, perseguendo gli obiettivi di raggiungere il 50% entro il 2025 e il 100% di hotel certificati entro la fine del 2026.  Continuo supporto agli hotel nei percorsi di ottenimento e mantenimento delle certificazioni di sostenibilità per il settore hospitality, anche attraverso l’organizzazione di sessioni formative o progetti collaterali per la creazione di condizioni operative ottimali per gli hotel certificati.
	Incentivo all’approvvigionamento da fonti rinnovabili da parte degli hotel branded attraverso la proposta di un nuovo obiettivo vincolante più ambizioso di utilizzo di energia rinnovabile tra gli standard richiesti.	Prosiegua nelle attività di incentivazione e sensibilizzazione verso pratiche a minor impatto condivise da tutto il Network.  Applicazione agli hotel del nuovo obiettivo vincolante di quota minima (30%) di energia rinnovabile autoprodotta o acquistata tramite fornitore diretto o con Garanzia d’Origine.  Aumento degli hotel che misurano la propria impronta di carbonio fino a raggiungere il 70% del Network.
AZIONE PER IL CLIMA Promuovere la riduzione delle emissioni di gas serra (GHG) tra gli hotel del Network.	Firma del codice di condotta da parte di più del 50% dei fornitori convenzionati SI Supply.	Ulteriore incremento della percentuale di fornitori convenzionati SI Supply firmatari fino all’80%.
HOTEL RESPONSIBLE SUPPLY CHAIN Promuovere una catena di fornitura responsabile e pratiche di acquisto che integrino criteri ESG.	Predisposizione delle condizioni adeguate affinché gli hotel siano facilitati nell’effettuare acquisti responsabili attraverso il coinvolgimento dei fornitori della SI Supply nella definizione di listini ad hoc di referenze con attributi di sostenibilità.	Implementazione di ulteriori progetti in collaborazione con i fornitori e gli hotel per massimizzare l’impegno in termini di sostenibilità lungo tutte le fasi della catena del valore.  Attivazione di specifiche campagne d’acquisto di prodotti con caratteristiche di sostenibilità.
UTILIZZO RESPONSABILE DI PRODOTTI E RIDUZIONE DELLA PLASTICA Favorire la scelta di materiali, prodotti e soluzioni a minor impatto (riutilizzabili, in materiali riciclati, ecc.) per prevenire i rifiuti e il consumo di risorse.	Proposta di un nuovo obiettivo vincolante di sostituzione delle linee di cortesia monouso nei bagni con l’installazione di dispenser tra gli standard minimi.	Applicazione del nuovo obiettivo vincolante di sostituzione delle linee di cortesia da parte degli hotel branded, che avranno due anni di tempo per adeguarsi.



Indirizzi strategici	Cosa abbiamo fatto nel 2024	Impegni per il 2025
FINALITÀ 2 – MIGLIORARE LA QUALITÀ RICETTIVA DEI TERRITORI NEI QUALI OPERANO I SOCI		
GARANZIA DI QUALITÀ Aumentare la qualità dei servizi delle nostre strutture.	Erogazione di consulenza e assistenza per il miglioramento della qualità delle strutture e dei servizi a favore di una maggior soddisfazione degli ospiti.	Incremento del numero di hotel visitati nell'anno.
		Rafforzamento di attività di consulenza e assistenza mirate in base ai feedback ricevuti dagli ospiti.  Miglioramento del valore di NPS (Net-Promoter-Score) rispetto al 2024.
FINALITÀ 3 – VALORIZZARE IL RUOLO SOCIALE DEL NETWORK		
GOVERNANCE Formalizzazione della mission di creare beneficio comune.	Trasformazione di BWH Hotels Italia & Malta in Società Benefit.	Deposito della prima Relazione di Impatto.
		Continuo impegno verso le finalità di beneficio comune definite.
INCLUSIVITÀ E ACCESSIBILITÀ Impegno per rendere la catena alberghiera accessibile, sia dal punto di vista strutturale, che di servizi e competenze.	Aumento del numero di hotel che partecipa alle iniziative di sostenibilità sociale del Network (es. +62% di adesioni al programma Hotel Accessibili rispetto al 2023).	Continua promozione delle iniziative di sostenibilità sociale nel Network e della conseguente adesione da parte degli hotel.
	Attivazione del progetto Albergo Etico volto a formare persone con disabilità per poi offrire loro esperienze presso gli alberghi del Network. A fine del 2024 è stata inserita una persona nell'organico di un hotel del Network.	Inserimento di nuove risorse formate da Albergo Etico nelle nostre strutture.
	Attivazione del Progetto Soggiorno Sereno su due nuove destinazioni: Parma e Milano.	Attivazione di Soggiorno Sereno su Bologna e un'altra destinazione in fase di definizione.
	Ottenimento della certificazione sulla Parità di genere da parte della sede centrale.	Incoraggiamento all'adozione di best practice in materia di inclusione, equità e parità di genere anche in capo agli hotel, con l'ambizione di lungo periodo di incentivarli a ottenere a loro volta la certificazione.
SOSTEGNO ALLE COMUNITÀ LOCALI Promozione nel Network di iniziative a sostegno delle comunità locali e di gruppi vulnerabili.	Supporto e partecipazione a numerose iniziative territoriali con scopi virtuosi, tra cui la maratona di Milano in partnership con We World, l'organizzazione del "Mese in Rosa" con Lilt, la sponsorizzazione del Giro Handbike e del ciclista paralimpico Andrea Devicenzi.	Continua attivazione di nuove collaborazioni con organizzazioni e partecipazione a iniziative locali virtuose.
FINALITÀ 4 – PROMUOVERE UNA CRESCITA SOSTENIBILE ATTRAVERSO PARTNERSHIP E COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER		
STANDARD DI SETTORE Contributo attivo allo sviluppo di standard di settore per la misurazione degli impatti ambientali.	Promozione dell'utilizzo degli strumenti di misurazione sviluppati dalla World Sustainable Hospitality Alliance (WSHA) in capo agli hotel del Network.	Continuo scouting e promozione delle iniziative più utili e innovative sviluppate nel settore anche grazie alla presenza in tavoli di lavoro internazionali.
SENSIBILIZZAZIONE ESG Diffusione di una cultura del turismo sostenibile.	Coinvolgimento attivo dei Soci in iniziative di confronto e scambio di best practice.	Continuo dialogo e coinvolgimento dei Soci nello sviluppo strategico di sostenibilità di BWH Hotels Italia & Malta attraverso la formazione, momenti di confronto con la Commissione ESG e sessioni dedicate durante gli eventi istituzionali.

Indirizzi strategici	Cosa abbiamo fatto nel 2024	Impegni per il 2025
FINALITÀ 5 – TUTELARE IL BENESSERE DELLE PERSONE DI BWH HOTELS ITALIA & MALTA		
INCLUSIONE E DIVERSITÀ Promozione di un clima aziendale equo e inclusivo, capace di valorizzare le diversità.	Ottenimento della certificazione UNI/PdR 125:2022 sulla Parità di Genere, redazione di una Politica e istituzione di un Comitato.	Raggiungimento degli obiettivi inseriti nel piano strategico UNI/PdR125:2022.  Creazione di un modello per la selezione delle risorse da condividere con i responsabili d'area che integri le tematiche della certificazione sulla Parità di Genere.
		Aggiornamento dei mansionari.
WELFARE Promozione del benessere e della soddisfazione dei dipendenti.	Sostegno dei valori di uguaglianza e non discriminazione sulla base dell'identità di genere e dell'orientamento sessuale.	Sensibilizzazione degli stakeholder e diffusione di informazione e formazione su come applicare quotidianamente i valori dell'uguaglianza e della parità.
	Presenza nel board di ELTA (European LGBTQ+ Travel Alliance).	
	Definizione di un sistema di valutazione e conseguente premialità per i dipendenti a livello generale.	Maggior strutturazione e formalizzazione del processo di valutazione dei dipendenti personalizzato per funzione.
HOSPITALITY DI QUALITÀ Promuovere il continuo incremento del livello qualitativo e della rilevanza dei servizi offerti dal Network.	Monitoraggio della soddisfazione dei dipendenti attraverso la somministrazione del questionario di soddisfazione annuale.	Somministrazione del questionario di soddisfazione, analisi e implementazione di eventuali azioni di miglioramento sulla base dei risultati raccolti.  Miglioramento del livello medio di soddisfazione rispetto al 2024.
FINALITÀ 6 – FAVORIRE LA CRESCITA DELLE PROFESSIONALITÀ DELL'HOSPITALITY		
	Potenziamento delle competenze professionali e personali dello staff degli hotel del Network attraverso un incremento della formazione (+14% di corsi erogati rispetto al 2023), anche introducendo training incentrati sui temi di sostenibilità (es. certificazioni, pratiche di sostenibilità in hotel, ecc.).	Introduzione di almeno un corso nuovo per ciascuna delle quattro aree operative.
	Monitoraggio della soddisfazione dei partecipanti e mantenimento di un valore medio di soddisfazione superiore a 9 (su una scala da 1 a 10).	Mantenimento di un valore medio di soddisfazione superiore a 9 (su una scala da 1 a 10).
	Erogazione di formazione aggiuntiva per i dipendenti della sede (ore di formazione erogate più che raddoppiate rispetto al 2023).	Scouting continuo delle esigenze formative dei dipendenti e introduzione di un ricco catalogo di corsi volontari, rispondenti ai fabbisogni emersi.  Erogazione di un ciclo di corsi finalizzati ad aggiornare la conoscenza di politiche e procedure interne.
	Creazione dell'Academy BWH per le professioni alberghiere.	Prosecuzione del progetto in partnership con HIA per la formazione dei professionisti del futuro del settore dell'hospitality.

Per misurare in modo oggettivo i propri impatti, le Società Benefit devono fare ricorso a uno standard di valutazione esterno, sviluppato da una terza parte indipendente, che sia credibile e trasparente. Anche quest’anno, BWH Hotels Italia & Malta ha valutato il proprio impatto ambientale e sociale adottando lo standard internazionale **B Impact Assessment** (BIA), valutazione che sarà aggiornata periodicamente per monitorare l'evoluzione del **profilo di impatto aziendale**, come richiesto dalla normativa sulle Società Benefit. I risultati ottenuti, dettagliati nelle singole aree d'analisi (Governance, Lavoratori, Comunità, Ambiente e Clienti), sono disponibili in Appendice (vedi pag. 119).



## Collaborare per un obiettivo comune

BWH Hotels Italia & Malta supporta la diffusione di **principi di sostenibilità ambientale e sociale nel settore**, partecipando a iniziative di collaborazione, a tavoli di lavoro e a conferenze in Italia e all'estero, e **tra i Soci**, attraverso la messa a disposizione di competenze e servizi, del proprio Network e di strumenti di gestione.

“LE COLLABORAZIONI CON ORGANIZZAZIONI NAZIONALI E INTERNAZIONALI SONO UN'IMPORTANTE OCCASIONE PER COMPRENDERE LE DINAMICHE E I TREND CHE INTERESSANO IL SETTORE ALBERGHIERO, PRIMI FRA TUTTI QUELLI DI SOSTENIBILITÀ.

Traendo quindi esperienza e conoscenza da queste opportunità, BWH Hotels Italia & Malta integra nel proprio agire quotidiano i vari spunti e le sollecitazioni esterne per fare in modo che il Gruppo sia costantemente allineato alle prassi più condivise. Al contempo, a nostra volta mettiamo a disposizione del settore le competenze maturate, partecipando a **tavoli di lavoro internazionali** per lo sviluppo di soluzioni pratiche e strumenti a supporto dell'evoluzione del comparto in chiave sostenibile.

### Associazioni e iniziative a cui prendiamo parte:

#### OSPITALITÀ SOSTENIBILE



##### Global Business Travel Association (GBTA):

all'interno di GBTA, la nostra CEO rappresenta il Gruppo nel Sustainability Leadership Council, organo consultivo che guida gli sforzi dell'associazione per costruire un **futuro sempre più sostenibile per il settore dei viaggi d'affari**. Partecipiamo anche al Procurement Working Group, volto allo sviluppo di un framework condiviso per lo sviluppo sostenibile del comparto.



##### UN Tourism:

nel 2023 abbiamo partecipato alla fase pilota di una ricerca di Oxford in collaborazione con l'UNWTO per la **costruzione di un framework globale di misurazione degli aspetti ESG nel settore del turismo**, attraverso interviste rivolte ad alcuni albergatori del nostro Network e al personale della sede. A conclusione del progetto, siamo stati presenti all'**Inaugural Event of ESG Framework for Tourism Business** che si è tenuto a settembre 2024 nella sede di Madrid.



##### World Sustainable Hospitality Alliance (WSHA):

dal 2022 facciamo parte della WSHA, organizzazione che collabora con le aziende coinvolte per creare un **impatto positivo nel settore alberghiero** a livello locale e globale. Con l'ingresso di BWH Hotels, la rete dell'Alliance accoglie un novero di strutture e catene alberghiere tale da rappresentare, complessivamente, oltre il 30% del settore per numero di camere, enorme opportunità di operare cambiamenti rilevanti e partecipati.

La CEO di BWH Hotels Italia & Malta, Sara Digiesi, rappresenta il Gruppo all'interno dello **"Standards and Reporting Impact Committee"** istituito per definire, monitorare e armonizzare gli standard di sostenibilità e i framework di rendicontazione nel settore dell'ospitalità.



#### Strumenti di misurazione per un settore più sostenibile

Grazie al suo network globale e al sostegno di diverse aziende leader nel settore, la **World Sustainable Hospitality Alliance** ha sviluppato due strumenti utili per rispondere alla crescente necessità di misurare i propri impatti per poterli comunicare ai clienti e, più in generale, al mercato:

- **Hotel Carbon Management Initiative (HCMI):** metodologia di calcolo e strumento gratuito per la misurazione della carbon footprint delle strutture alberghiere, riconosciuto internazionalmente e utilizzato da oltre 30.000 hotel nel mondo, attualmente in fase di aggiornamento.
- **Hotel Water Management Initiative (HWMI):** metodologia di calcolo e strumento per il tracciamento del consumo idrico negli hotel, lanciato nel 2023.

#### TURISMO INCLUSIVO



##### Associazione Italiana del Turismo Gay & Lesbian (AITGL):

siamo soci sostenitori di questa associazione senza scopo di lucro nata nel 2009, che raggruppa tutte le realtà imprenditoriali e istituzionali che si definiscono apertamente gay friendly con lo scopo di **promuovere in Italia la cultura dell'accoglienza indiscriminata**, con particolare attenzione al turismo LGBTQ+. Vi si affianca, dal 2024, la partecipazione al board dell'**European LGBTQ+ Travel Alliance (ELTA)**, associazione con sede a Bruxelles il cui obiettivo è promuovere la diversità, l'equità e l'inclusione per collaborare con le istituzioni europee sostenendo le aziende e le destinazioni locali.





## ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA



### Federalberghi e Confindustria alberghi:

quasi tutti i Soci partecipano attivamente all'una o all'altra delle due principali associazioni di albergatori in Italia. Per BWH Hotels Italia & Malta è quindi essenziale partecipare ad entrambe le Associazioni, con le quali è aperta una valida collaborazione.



### Confcooperative:

BWH Hotels Italia & Malta è una Cooperativa a Mutualità Prevalente che fa parte di Confcooperative fin dalla sua costituzione. Nel panorama cooperativistico, in particolare nel settore Cultura Turismo Sport, rivestiamo una posizione di gran rilievo per dimensione finanziaria e organizzativa. Inoltre, il CFOO Gianmarco Ricci è parte del Consiglio Direttivo della Sezione Cultura Turismo Sport sia a livello regionale, in Lombardia, sia a livello nazionale. Confcooperative rappresenta un punto di riferimento essenziale per le problematiche amministrative e di governance peculiari delle cooperative e vi fa capo l'attività di vigilanza sugli enti cooperativi ai sensi del d.lgs. 2/8/2002 n.220 cui BWH Hotels Italia & Malta è soggetta.



### Assoimmobiliare:

la partecipazione a questa importante associazione è funzionale ad una presenza sempre più attiva di BWH Hotels Italia & Malta anche nel mercato degli immobili alberghieri, sempre in ottica di sostegno per i Soci.

## IMPRENDITORIALITÀ RESPONSABILE



### CEO for LIFE e Associazione Italiana CEO (AICEO):

Sara Digiesi fa parte di community di CEO che nascono dalla convinzione che le aziende abbiano un ruolo centrale nel creare il mondo produttivo futuro, promuovendo i **principi di dignità individuale e rispetto** a livello economico, sociale, tecnologico, istituzionale e mediatico. Queste iniziative hanno lo scopo di dare visibilità e condividere i progetti delle aziende che si stanno allineando all'Agenda 2030 e che stanno operando su una base di responsabilità sociale per il futuro.



### UN Global Compact Network Italia:

nel 2023 abbiamo intrapreso il processo di adesione, ufficialmente completato a gennaio 2024, all'UNGICNI, organismo nato per contribuire alla diffusione in Italia dei principi del Global Compact, iniziativa strategica per la promozione della cultura della **cittadinanza d'impresa**, promossa e gestita su scala globale dalle Nazioni Unite. Si tratta di un ulteriore passo a conferma del nostro impegno come Network responsabile, che opera in linea con i più condivisi framework di sostenibilità.





Qualità al servizio  
della soddisfazione





# Uno standard condiviso

BWH Hotels Italia & Malta verifica costantemente gli standard nelle proprie strutture, monitora la qualità percepita dalla clientela e offre agli affiliati strumenti per il miglioramento continuo. In tal modo, ciascun albergo beneficia del rigore riconosciuto del brand rispetto alla qualità delle strutture associate che consente un posizionamento di valore per l'intero Gruppo.

## Linee guida di qualità e design

Il sistema qualità del Gruppo si fonda sul **Global Quality Assurance Program**, che contiene le linee guida di qualità e di design che devono essere rispettate dagli hotel per far parte del Network. I controlli qualità, eseguiti in modo analogo in tutto il mondo da ispettori certificati, mirano ad assicurare la presenza, in tutte le strutture, degli standard di servizio promessi alla clientela e a guidare gli alberghi nel perfezionamento della propria offerta.

Linee guida di qualità valide per tutti gli alberghi del Gruppo<sup>7</sup>:

- Rispetto di requisiti minimi riferiti alle **aree comuni** e alle **camere**, specifici per ciascun brand
- Elevato livello di **pulizia e manutenzione**
- Rispetto delle regole di **brand identity** definite per ciascun brand, in particolare in merito all'utilizzo dei loghi del Gruppo online e offline
- Raggiungimento di un certo livello di **guest satisfaction** su pulizia e manutenzione
- Partecipazione ad attività di **training** obbligatorie per lo **staff** delle strutture

L'accuratezza e l'operato degli ispettori in termini di corretta applicazione delle regole del Global Quality Assurance System sono assicurati sulla base di un processo consolidato da oltre 30 anni. **Tutti gli alberghi devono superare un primo controllo per entrare a far parte del Network.** Per **mantenere l'affiliazione**, devono successivamente sostenere **nuove ispezioni** con frequenza annuale, ad eccezione dei casi in cui le problematiche riscontrate impongano dei controlli più frequenti.

Ogni controllo prevede la visita delle camere, dei bagni e di tutte le aree comuni in vista al cliente e **valuta la conformità agli standard condivisi.** Il **punteggio** finale dipende dal brand di riferimento: per alcune categorie, è determinato per il 70% da quanto riscontrato durante il controllo qualità e per il 30% dalla guest satisfaction rilevata con il questionario Medallia; in altri casi, invece, viene preso in considerazione solo quanto riscontrato in occasione del controllo in loco.

In caso di risultati negativi, gli hotel devono sottoporsi a nuovi controlli qualità a prova della risoluzione delle criticità riscontrate, con tempistiche diverse a seconda della gravità. Il mancato adeguamento può comportare anche l'esclusione dal Network.

Il controllo qualità rappresenta un momento utile per l'albergatore che ha modo di ricevere una vera e propria consulenza che evidenzia le aree di miglioramento, suggerisce interventi e aiuta a definire le tempistiche di adeguamento.

<sup>7</sup> Fanno eccezione le strutture delle collection WorldHotels.



### Il ruolo degli ispettori qualità

In questo processo è centrale la figura dei **Quality Assurance Assessors**, ispettori qualità certificati da BWH Hotels. Per ricoprire questo ruolo, è necessario frequentare il **Quality Assurance Full Certification Training**, un corso di formazione organizzato da BWH Hotels, composto da più fasi:

- Preparazione teorica da remoto tramite webinar ed esami online
- Una settimana di corsi teorici in aula
- Una settimana di corsi pratici, consistenti in simulazioni di controlli qualità
- Un periodo di affiancamento a un Quality Assurance Assessor senior

Al termine di questo percorso, il trainee completa la formazione svolgendo in autonomia un numero definito di controlli qualità accompagnato da un auditor di BWH Hotels che verifica il corretto apprendimento delle regole e la loro rigorosa applicazione sul campo. BWH Hotels, nel corso dell'anno, svolge degli **audit** per assicurarsi che tutti i QA Assessors svolgano correttamente i controlli. Inoltre, periodicamente tutti gli ispettori devono partecipare ai **Re-certification Training**, corsi di aggiornamento organizzati a livello centrale, per il mantenimento della certificazione.

L'altro aspetto fondamentale presidiato dalle linee guida del Global Quality Assurance Program è il design. Infatti, tutti gli hotel del Gruppo, indipendentemente dal brand, devono sostenere una **design evaluation**. Si tratta di una valutazione che considera la coerenza stilistica dell'albergo nella sua totalità e rispetto al brand di appartenenza, prevedendo un supporto determinante nella valutazione di interventi strategici decorativi e strutturali che vengono sempre condivisi con la proprietà dell'albergo. Questo servizio si inquadra in un programma pluriennale – il **Design Excellence Program** – avviato nel 2015 e rinnovato nel 2024.

Le linee guida di design specifiche per i brand Best Western, Best Western Plus e Best Western Premier sono raccolte nel **Best Western Aesthetics Program**, ideato da BWH Hotels per aiutare gli hotel a mantenere un elevato livello di soddisfazione dei clienti, rimanendo competitivi sul mercato. Le design evaluation vengono svolte da **architetti e designer certificati** da BWH Hotels, secondo un iter assimilabile a quello dei Quality Assurance Assessors, e prevedono la visita delle camere e delle aree comuni per evidenziare eventuali carenze, dare indicazione in merito agli interventi necessari e fornire consulenze, quando richiesto. Agli alberghi non conformi alle linee guida del proprio brand viene dato un periodo di tempo variabile per completare gli interventi di rinnovo. Il mancato rispetto delle tempistiche concordate può comportare il riposizionamento ad altro brand o, in casi estremi, anche l'esclusione dal Network.

Con l'intenzione di migliorare e innovare il design delle strutture alberghiere, abbiamo in programma di lanciare un **contest** dedicato alle aree comuni degli hotel per raccogliere nuove idee e spunti da designer specializzati nel mondo dell'ospitalità.



### La sostenibilità al centro dello sviluppo del Network

BWH Hotels richiede ai propri alberghi di ottenere una **certificazione di sostenibilità** con l'obiettivo di arrivare al 100% di strutture certificate entro la fine del 2026. BWH Hotels Italia & Malta potrà valorizzare il know-how già consolidato, avendo avviato da tempo attività di sensibilizzazione e supporto agli hotel del Network per l'ottenimento delle certificazioni. Inoltre, nell'ambito del nostro impegno per ridurre sempre più gli impatti del Network, l'Assemblea dei Soci ha avanzato delle proposte di **nuovi minimum standard di catena**, quali l'aumento della quota minima di energia da fonti rinnovabili consumata dalle strutture (dal 20% al 30%), la sostituzione delle linee di cortesia monouso nei bagni con l'installazione di dispenser e l'estensione del programma Go.Get.Green (vedi pag. 67) a tutti gli alberghi.



## La soddisfazione del cliente al centro

Oltre ai controlli qualità eseguiti dai nostri ispettori certificati, grande rilievo nella valutazione complessiva di una struttura è riconosciuto al **giudizio espresso dai clienti** che vi hanno soggiornato. Misuriamo la soddisfazione dei clienti sia attraverso l'analisi dei questionari **Medallia**, il sistema che permette di raccogliere informazioni dagli ospiti in merito ai soggiorni effettuati attraverso semplici questionari elettronici, sia attraverso l'**analisi dei commenti** lasciati sui principali social media. L'analisi dei questionari ricevuti fornisce, inoltre, la possibilità di individuare eventuali aree di miglioramento e programmare interventi mirati.

Ogni anno viene definito un **Guest Satisfaction Minimum Standard** per ciascun brand<sup>8</sup> che richiede il raggiungimento di un livello di soddisfazione della clientela, calcolato come percentuale minima di questionari Medallia con valutazione pienamente positiva alla domanda riguardante la "Overall Experience" e nel punteggio complessivo delle recensioni sui social media.

Strategicamente, miriamo ad **aumentare il numero di clienti fortemente soddisfatti**, i cosiddetti "promoter", disposti a riconoscere l'eccellenza del servizio ricevuto e a condividerla con altri potenziali clienti. Da anni sono in corso attività di **supporto e assistenza dedicate agli hotel con livelli di soddisfazione non sufficienti** che ci hanno permesso di ridurre a zero il numero di hotel esclusi dal Network per problemi di guest satisfaction. In particolare, gli hotel interessati vengono monitorati in modo costante e ricevono periodicamente un documento con l'andamento in ciascuna area e un'analisi qualitativa dei commenti ricevuti dai clienti. Al contempo, vengono individuate le aree più critiche e pianificate le azioni correttive necessarie, come corsi di formazione per potenziare il reparto housekeeping o supporto sugli aspetti di design per evidenziare interventi di restyling. Dal 2023 è stato implementato il **"Best Breakfast Project"** che prevede il supporto, insieme alla centrale acquisti SI Supply, alle strutture che hanno ottenuto risultati non soddisfacenti nell'ambito della colazione, elemento che appare sempre più centrale nella valutazione dell'esperienza da parte dell'ospite. Nel 2024, ne hanno beneficiato 20 hotel.

Inoltre, per mantenere alta la soddisfazione dei clienti, è importante essere capaci di innovare i servizi offerti, incontrando le nuove esigenze dei potenziali ospiti e reinterprestando le potenzialità delle strutture alberghiere. In questo senso, nel 2025 partirà presso i nostri affiliati il **progetto MyWO**, ideato da BWH Hotels France, volto a offrire ai lavoratori "nomadi" la possibilità di utilizzare spazi di coworking all'interno degli hotel.

<sup>8</sup> Fanno eccezione le strutture delle collection WorldHotels.

## Formazione per un servizio di qualità

Un'altra leva per promuovere una gestione attenta della qualità in tutto il Gruppo è la formazione. Infatti, BWH Hotels investe in attività formative rivolte alle strutture affiliate con l'obiettivo di **potenziare la professionalità** dello staff per offrire al cliente un servizio d'eccellenza.

“LA FORMAZIONE È DA ANNI UNA PRIORITÀ CHE SI REALIZZA GRAZIE A DOCENTI QUALIFICATI E AMPIE PIANIFICAZIONI SUL TERRITORIO.

L'Ufficio Training di BWH Hotels Italia & Malta organizza periodicamente corsi nelle principali località italiane destinati al personale degli hotel, puntando al miglioramento della performance di tutti i reparti: Manageriale, Operations, Front Office e Commerciale.

Dal 2022, ci avvaliamo di una **piattaforma di back office** sulla quale viene caricato l'intero catalogo formativo creato per i Soci, facilmente accessibile tramite credenziali univoche e personali, che consente di:



**Iscriversi** in autonomia a tutti i corsi in catalogo.



**Scaricare il materiale** collegato a ciascun corso, come questionario di gradimento, attestato di partecipazione e dispense.



**Aggiornare** costantemente il catalogo formativo.



Ottenere una **reportistica** completa relativa alla partecipazione ai corsi, per ogni singola struttura.



Vantaggi della piattaforma per l'utente



Vantaggi della piattaforma per BWH Hotels Italia & Malta

Generalmente, è la funzione training di BWH Hotels Italia & Malta a scegliere su quali tematiche erogare i corsi. Il **piano formativo** viene aggiornato costantemente: ogni anno, per mantenere la formazione al passo con le necessità di mercato e di contesto e i progetti promossi dalla sede centrale o da BWH Hotels, il team individua le esigenze più pertinenti per rinnovare il catalogo. Per esempio, in continuità con il 2023, anche quest'anno è stato dato ampio spazio a **corsi legati alla sostenibilità** che hanno riguardato le certificazioni, le best practice per un housekeeping a minor impatto, i benefici dell'adesione alla piattaforma Too Good To Go. Al contempo, non sono mancati approfondimenti sugli aspetti di People Care e di inclusività e accessibilità.

Nel piano ci sono poi dei corsi permanenti di formazione tecnica di base, utili ai nuovi hotel che entrano nel Network o da erogare ai nuovi collaboratori. Di volta in volta, individuiamo fornitori specializzati cercando competenze esterne, dove non disponibili internamente, per fornire una formazione settoriale di alta qualità.

Nel caso venga espressa un'esigenza spontanea di formazione da parte di un albergatore, questa viene valutata attentamente da BWH Hotels Italia & Malta per capire se possa rappresentare un bisogno comune per più albergatori del Network. In questo caso, il corso viene introdotto, per mantenere focalizzata l'offerta formativa sulle necessità più impellenti e condivise.



Nel 2024 abbiamo erogato complessivamente **203 corsi**, il **14% in più** rispetto all'anno precedente, di cui 67 in presenza e 136 in modalità webinar. Hanno partecipato in tutto **1.703 persone**. Inoltre, la varietà di corsi a disposizione degli affiliati è aumentata, passando da un totale di 61 tipologie erogate nel 2023, a 67 nel 2024.

Formazione per modalità di erogazione

	Webinar			Aula		
	2024	2023	2022	2024	2023	2022
N. di corsi erogati	136	121	117	67	57	30
N. di ore di formazione erogate	213	241	234	405	351	196
N. di partecipanti	1.252	1.224	1.606	495	461	197
N. di tipologie di corsi	29	40	38	38	21	13
Valutazione soddisfazione media	9,2	9,3	9,3	9,3	9,5	9,0

Siamo **certificati ISO 9001:2015** per la “Progettazione ed erogazione di corsi di formazione in ambito alberghiero in modalità Aula e Webinar”. La certificazione, rinnovata nel 2024 per il prossimo triennio, prevede rigorosi controlli sul processo di formazione e si pone l’obiettivo di migliorare continuamente la qualità dell’offerta formativa rivolta ai Soci. Come richiesto dall’ente certificatore, a seguito di ogni corso di formazione, viene somministrato ai partecipanti un questionario per valutare le seguenti aree: sede dell’attività di training e organizzazione, valutazione del docente e del corso nel suo complesso. Recentemente, è stata introdotta una e-mail automatica di reminder per la compilazione del questionario di gradimento, strumento fondamentale per modulare – o rimodulare – il piano formativo proposto agli albergatori in base alle loro reali esigenze.

Per i corsi erogati nel 2024, la valutazione media per i **webinar** è stata pari a **9,2** (su 10), mentre quella relativa ai corsi in **aula** è stata di **9,3**, testimoniando un livello di soddisfazione molto alto da parte dei partecipanti.

Un’esperienza sempre più digitale

Negli ultimi decenni, **innovazione tecnologica e digitalizzazione** hanno acquisito un’importanza crescente come **leva di personalizzazione del servizio**, assumendo un ruolo determinante per la soddisfazione del cliente. Al tempo stesso, questi aspetti comportano la necessità di dotarsi degli strumenti necessari per garantire la **tutela della sicurezza dei dati personali** di ospiti, dipendenti, collaboratori e partner.

Garanzia di privacy e cybersecurity

BWH Hotels Italia & Malta dispone di procedure operative, politiche e linee guida standard che regolano la raccolta, l’uso, la divulgazione, il trasferimento, l’archiviazione e la conservazione dei dati personali. A seguito dell’entrata in vigore del Regolamento Europeo in materia di **protezione dei dati personali**, noto come “**GDPR**”, BWH Hotels Italia & Malta ha dato supporto ai Soci fornendo tutte le informazioni e gli strumenti necessari a garantire il pieno rispetto della normativa anche in albergo, con riferimento alla gestione dei dati personali degli ospiti, e comprendere a pieno il ruolo e le responsabilità dell’albergatore in tema di privacy. È stata proposta agli hotel la soluzione di acquistare uno strumento simile a un tablet, che consente al cliente durante il check-in di esprimere il suo consenso a ciascuno dei quesiti posti, in modo informato e indipendente. I consensi così espressi sono riportati automaticamente nei **PMS** (Property Management System), salvati in un database e disponibili per possibili verifiche future. Ad oggi il tablet è adottato dalla quasi totalità degli hotel e consente, oltre a gestire i dati in modo sicuro, anche di instaurare un rapporto di fiducia con i clienti che si sentono così tutelati quando trasmettono i propri dati in fase di check-in.

Al contempo, grazie a un **ufficio IT dedicato alla sicurezza delle reti informatiche**, BWH Hotels Italia & Malta vigila sulla **cybersecurity** e impiega varie tecnologie e processi per proteggere i sistemi e i dati dei propri clienti. Le strutture sono autonome nella scelta dei prodotti e servizi di sicurezza IT, ma BWH Hotels Italia & Malta fornisce il proprio **supporto** per erogare formazione specifica e per valutare il livello di sicurezza dei sistemi adottati dagli albergatori. Trattandosi di un tema sempre più sensibile per il business – si pensi che l’Italia è il quarto Paese al mondo per numero di attacchi ransomware rivendicati<sup>9</sup> – continuiamo a lavorare in ottica di rafforzamento dei presidi di sicurezza. Nel 2024 abbiamo lanciato un **progetto pilota** con sviluppo pluriennale rivolto agli hotel del Network in materia di **cybersecurity** per tutelare ulteriormente i dati dei clienti, prevenire possibili attacchi informatici e garantire la business continuity anche in caso di incidenti. Il progetto si tradurrà in un piano di formazione continua, nell’aggiornamento o nell’implementazione di sistemi evoluti di monitoraggio e gestione degli incidenti e nella sottoscrizione finale di un’assicurazione cyber che copra dai rischi informatici.

Per quanto riguarda la sicurezza dei sistemi proprietari, ci appoggiamo a un **SOC** (Security Operation Center) esterno, che avvisa in caso di tentativi di attacco, permettendo di tenere monitorato il rischio di minacce. Oltre a questo, ogni tre mesi, in conformità al **PCI-DSS** (Payment Card Industry Data Security Standard), vengono realizzate scansioni per individuare eventuali vulnerabilità sul sito di prenotazione. È in programma l’esecuzione di nuovi “penetration test” per sondare i nostri sistemi di difesa, individuare eventuali falle e colmarle.

Parallelamente, una forma di prevenzione essenziale rimane la **formazione**. A ogni nuovo dipendente assunto da BWH Hotels Italia & Malta viene erogato un corso sulla cybersecurity. Inoltre, vengono realizzati periodicamente approfondimenti su sicurezza informatica, privacy e PCI-DSS. Presso la nostra sede direzionale è custodita un’ampia mole di dati riguardanti molteplici stakeholder del Gruppo, motivo per cui abbiamo strutturato dei presidi di privacy solidi, affidabili e continuamente aggiornati. Qualsiasi materiale condiviso con soggetti terzi riporta un disclaimer di riservatezza e di non divulgazione, contenente specifiche istruzioni da seguire in caso di data breach. La conservazione interna dei documenti è gestita con la piattaforma SharePoint, che consente diversi livelli di accesso a seconda del ruolo manageriale ricoperto e del reparto di appartenenza, rendendo la consultazione e l’archiviazione delle informazioni allineate ai requisiti normativi del GDPR e sicura per i dipendenti. Siamo dotati di **firewall** moderni per la difesa della rete e sistemi di **back-up** dei dati aggiornati.

Abbiamo **nominato un DPO** (Data Protection Officer) esterno, a prescindere dai criteri di obbligatorietà, essendo tale designazione un elemento determinante ai fini del principio di “accountability” che permea il GDPR. Il DPO, infatti, nella qualità di “consulente” specializzato, mette le proprie competenze e conoscenze a vantaggio esclusivo dell’azienda, aiutando BWH Hotels Italia & Malta a perfezionare ogni processo operativo in modo tale da renderlo non solo pienamente conforme ai principi di legge, ma anche alle best practice di settore.

<sup>9</sup> Agenzia per la Cybersicurezza Nazionale, 2024.



## La progettazione del nuovo CRM

Nel panorama attuale, caratterizzato da un'evoluzione tecnologica sempre più accelerata, l'Area Innovation del Gruppo si distingue per la sua missione strategica: individuare e implementare progetti trasversali ad alto impatto, capaci di guidare la trasformazione digitale e di ridefinire l'esperienza degli ospiti in chiave innovativa. Attraverso un **supporto centralizzato**, mettiamo a disposizione delle nostre strutture strumenti all'avanguardia, sviluppati in sinergia con le più recenti tendenze di mercato e in collaborazione con partner di prestigio a livello globale. Con un approccio strutturato e dinamico, accompagniamo gli hotel in un processo di adozione delle nuove tecnologie efficace, supportato da programmi di formazione continua. Questo impegno si traduce in un'ottimizzazione dei processi interni e nella creazione di un'esperienza di soggiorno distintiva, rafforzando i nostri standard di eccellenza e consolidando la leadership nel settore.

In questo contesto nasce il **progetto di rinnovamento del CRM** del Gruppo, un'iniziativa chiave per elevare la gestione del Network. L'adozione di tecnologie avanzate consentirà di potenziare la raccolta, l'analisi e la condivisione dei dati, migliorando il processo decisionale e offrendo agli hotel associati un servizio sempre più personalizzato e performante. L'integrazione di sistemi di intelligenza artificiale predittiva e generativa garantirà un'analisi dei dati più rapida e accurata, supportando strategie aziendali basate su insight analitici e una visione di mercato tempestiva.

### Le potenzialità di un CRM avanzato sono:

- Le funzionalità di automazione e analisi predittiva permetteranno di anticipare le esigenze della clientela, ottimizzare le campagne di marketing e massimizzare il tasso di fidelizzazione.
- L'integrazione con strumenti omnicanale garantirà una comunicazione coerente ed efficace, migliorando la customer journey e incrementando la soddisfazione complessiva del cliente.
- Grazie alla digitalizzazione, verranno ottimizzati i processi aziendali e si ridurranno le attività ripetitive, liberando risorse preziose da destinare al supporto diretto degli affiliati.

Questo approccio innovativo permetterà a BWH Hotels Italia & Malta di garantire una gestione delle relazioni con i clienti ancora più precisa, proattiva e orientata alle loro esigenze, consolidando un **rapporto di fiducia basato su efficacia e personalizzazione**.

## Digital experience: leva per la soddisfazione



L'OSPITE SI ASPETTA ESPERIENZE PERFETTAMENTE RISPONDENTI ALLE SUE ESIGENZE, IN TEMPO REALE.

Tecnologia e digitalizzazione rivestono un ruolo fondamentale nella personalizzazione del servizio di ospitalità, assicurando un vantaggio competitivo tale da aumentare notevolmente la soddisfazione dell'ospite. Per questo motivo, investiamo nell'evoluzione continua della Digital Experience.

Nel corso del 2024 abbiamo reso disponibile ai nostri albergatori una **nuova piattaforma di prenotazione online**, HotelRes, che permette una personalizzazione immediata delle camere e delle tariffe offerte tramite i canali di vendita diretti.

Grazie alla **Digital Customer Journey**, l'accoglienza inizia al momento della prenotazione e si articola in comunicazioni mirate fino al post-day del cliente. **E-mail e minisito dedicato** offrono informazioni sull'hotel e sulla destinazione, consentendo di personalizzare il soggiorno e di acquistare prodotti aggiuntivi. Il **Web Check-in** sul sito di Gruppo assicura in pochi passaggi la registrazione e permette di ridurre al minimo la sosta in reception. Tra le applicazioni più apprezzate da clienti attuali e potenziali c'è **Best Friend**, chat bot conversazionale sempre disponibile via WhatsApp, Messenger, SMS e tramite il sito bestwestern.it. Grazie a questo strumento, i clienti possono gestire in autonomia i servizi associati alla propria prenotazione, personalizzare il soggiorno, scoprire gli eventi e i ristoranti della destinazione ed entrare in contatto con lo staff dell'albergo. Inoltre, chi non è ancora cliente e non ha ancora effettuato una prenotazione può ricevere assistenza per scoprire tutti i vantaggi dell'associarsi a Best Western Rewards® e cercare hotel nelle sue destinazioni preferite.

Presso la struttura, la **Digital Guest Directory** offre al cliente un valido supporto per arricchire il suo soggiorno con esperienze e servizi speciali, nonché l'accesso a tutti i servizi dell'hotel direttamente dal proprio telefono, tramite QR Code.

**Hotel Payment Studio** completa i servizi digitali offerti: si tratta dello strumento per i pagamenti digitali del Gruppo. Gli ospiti ricevono una comunicazione via e-mail con un pre-conto e l'indicazione di un link per procedere al pagamento in tutta sicurezza tramite il proprio device. La partnership con NEXI e la presenza di piattaforme come ApplePay, AmazonPay e PayPal rendono Hotel Payment Studio un sistema innovativo e largamente accessibile. Dal 2022, inoltre, grazie a un accordo con Scalapay, FinTech leader di mercato del Buy Now Pay Later, abbiamo integrato nei sistemi di prenotazione il pagamento dilazionato in 3 rate senza interessi.

Abilitando queste tecnologie di pagamento, gli hotel del Network vedono **ridurre notevolmente i rischi** e le responsabilità nel gestire le carte di credito e **aumentare accessibilità, immediatezza e sicurezza delle transazioni**.

Nell'ottica di accrescere sempre più l'integrazione di strumenti digitali a servizio dell'ottimizzazione della qualità e della soddisfazione del cliente, abbiamo lavorato allo sviluppo e all'introduzione di nuovi strumenti di Digital Customer Journey rivolti ai nostri ospiti.



### CAMPAGNE DI TRIGGER OTTIMIZZATE

Abbiamo svolto un'analisi approfondita sulla frequenza di soggiorno dei soci del programma Best Western Rewards® e operato una nuova segmentazione dei clienti. Queste informazioni ci permettono di definire un lasso temporale ideale per contattare l'ospite a seguito del suo ultimo soggiorno, qualora non sia già stata effettuata una nuova prenotazione.





### CHATBOT SU WHATSAPP

Rilasciato nei primi mesi del 2024, il nostro nuovo chat bot disponibile anche via WhatsApp e sito bestwestern.it mira a potenziare l'attuale assistente "Best Friend". Questa nuova versione fornisce un'interfaccia più user-friendly che permette agli ospiti di gestire i servizi associati alla prenotazione, personalizzare il soggiorno e ottenere informazioni sulla struttura tramite la piattaforma di messaggistica WhatsApp, oltre a fornire supporto anche a chi non ha ancora prenotato un soggiorno. La nuova soluzione ha già dimostrato le sue potenzialità: nel primo anno di funzionamento, le interazioni da parte degli ospiti sono già aumentate in modo considerevole.

Prevediamo di sviluppare ulteriormente questo strumento, integrando survey "during stay" e "post stay" che ci potranno fornire una visione più ampia ed esaustiva dei feedback degli ospiti.

**296.017**  
interazioni

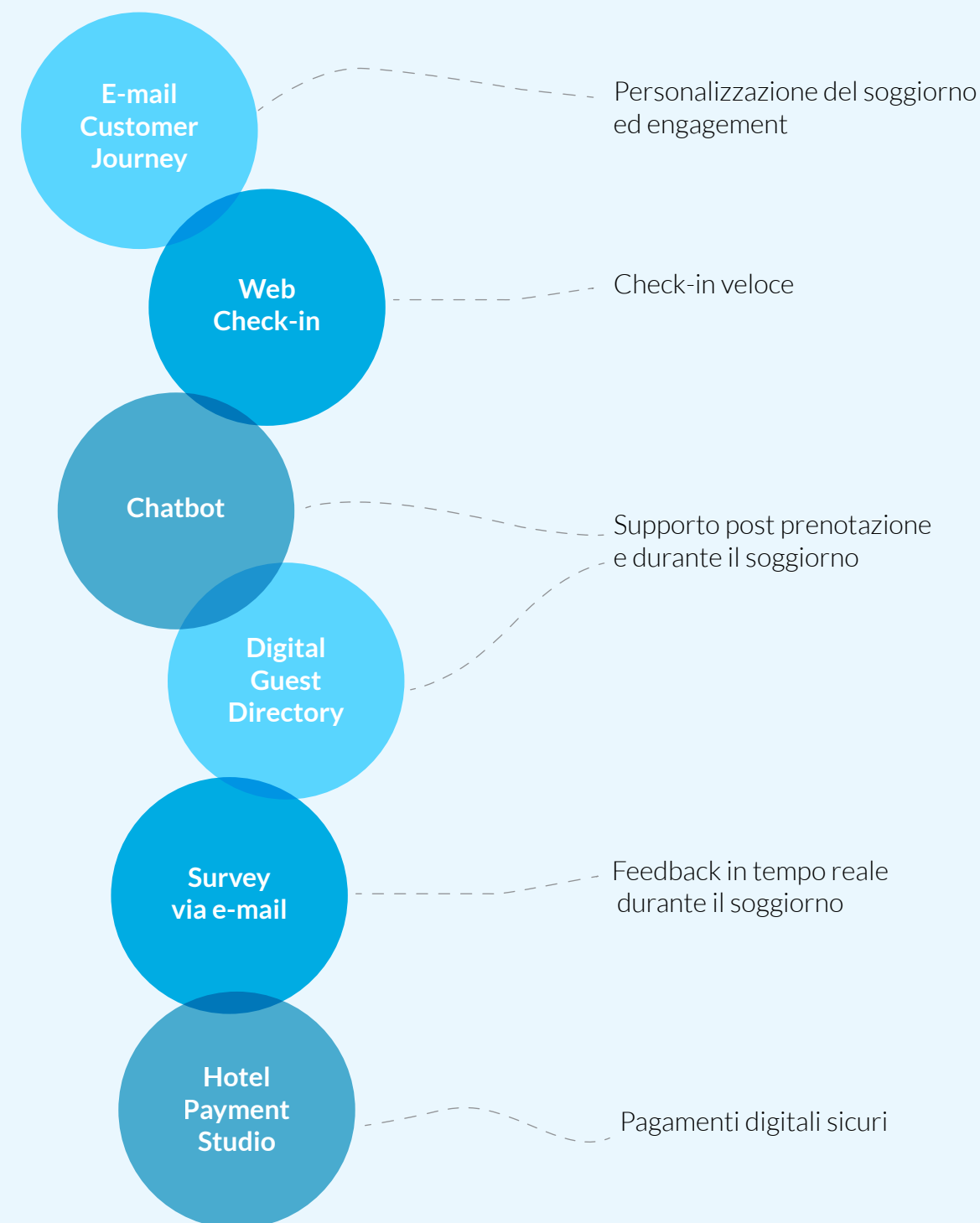
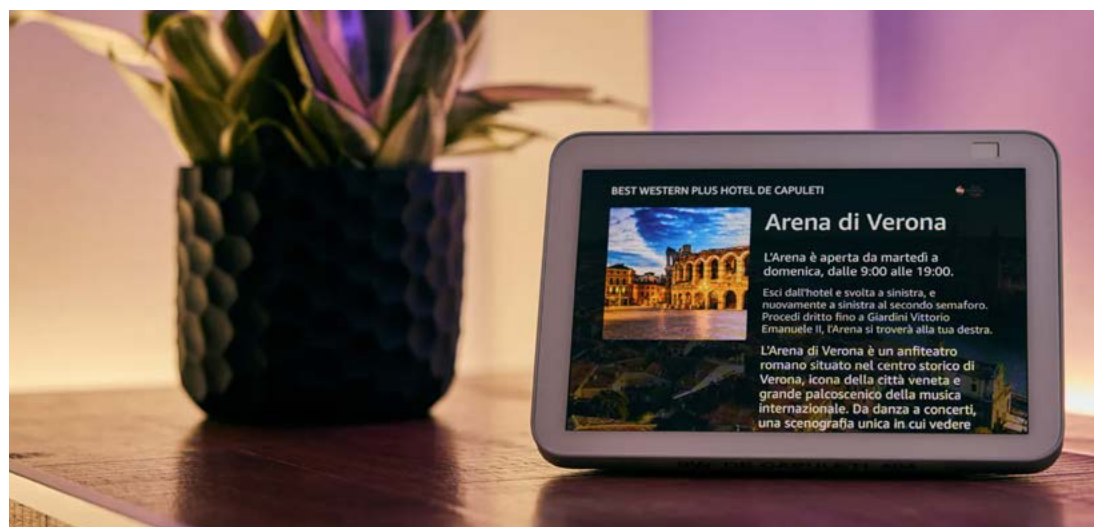
**25,9%**  
tasso medio di risposta

VS 3% Chatbot Facebook



### Esperienze smart grazie ad Alexa

Alcuni hotel del Network hanno integrato Alexa tra i servizi proposti ai clienti. Il dispositivo è in grado di dare informazioni e consigli su come arricchire il proprio soggiorno, segue l'ospite in tutto il percorso di prenotazione di servizi e aggiorna automaticamente i sistemi dell'hotel senza nessuna attività aggiuntiva richiesta allo staff.







### Innovazione, sicurezza e accessibilità: le parole chiave della nostra presenza digitale

Nel 2024 abbiamo lavorato a un progetto di rinnovamento completo dei siti web degli hotel del Network. Si tratta di un passo avanti significativo in termini di **innovazione, sicurezza e accessibilità**.

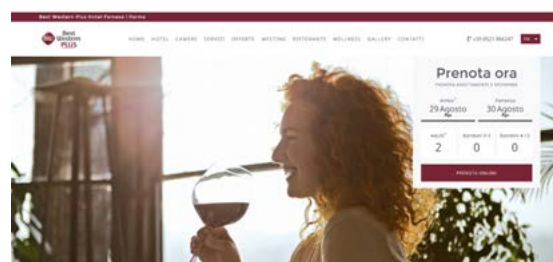
Innanzitutto, la piattaforma è stata completamente rinnovata a livello tecnico: i siti sono ora basati su WordPress e Elementor PRO e ospitati su AWS, il cloud più completo e diffuso. Questo garantisce elevati standard di **affidabilità**. Il design grafico accattivante ed emozionale dei nuovi siti web crea una prima impressione positiva, aumentando le probabilità di prenotazioni dirette. La migrazione a un ambiente multisite consente una gestione centralizzata ed efficiente, mentre l'integrazione di funzionalità avanzate, come l'AI generativa, assicura che i siti siano sempre **all'avanguardia**.

Dal punto di vista della visibilità online, è stata effettuata un'ottimizzazione SEO approfondita, migliorando struttura, contenuti e meta tag per garantire un posizionamento più elevato sui motori di ricerca per intercettare in modo efficace le ricerche degli utenti, aumentando il traffico organico e le conversioni.

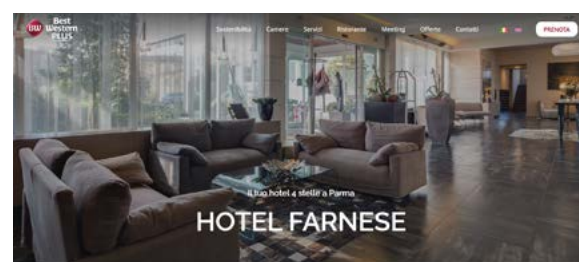
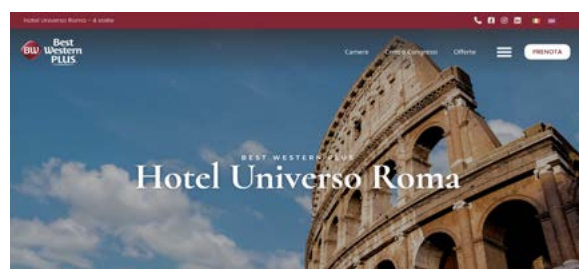
Particolare attenzione è stata dedicata all'accessibilità digitale, in conformità con le linee guida WCAG 2.1 (Web Content Accessibility Guidelines), per garantire **un'esperienza di navigazione inclusiva**. I siti sono stati progettati per essere facilmente fruibili da tutti gli utenti, con miglioramenti nella gestione dei testi alternativi per le immagini, nei contrasti cromatici per una maggiore leggibilità e nella compatibilità con le tecnologie assistive. Anche la navigazione è stata ottimizzata per facilitare l'uso da parte di persone con disabilità motorie e cognitive.

Con una consulenza proattiva assicuriamo che ogni sito rimanga aggiornato, performante e conforme agli standard più elevati, migliorando l'immagine di ogni albergo e contribuendo a un aumento delle visite e delle prenotazioni.

Prima



Dopo



## I nostri programmi di fidelizzazione



**Best Western Rewards®** e **World Hotels Rewards®** sono i due programmi di fidelizzazione del Gruppo che permettono ai clienti di partecipare a raccolte punti o miglia a seguito di soggiorni effettuati in tutti gli hotel Best Western nel mondo. In base al numero delle notti effettuate durante l'anno, i clienti raggiungono diversi **status** (Gold, Platinum, Diamond e Diamond Select) con il vantaggio di ulteriori benefit come il riconoscimento di punti bonus, l'assegnazione della camera migliore, l'upgrade e la possibilità di fare check-in anticipato o check-out posticipato gratuitamente.

Best Western Rewards® e World Hotel Rewards® sono lo strumento ideale per **disintermediare e affezionare gli ospiti** agli alberghi Best Western. La strategia di disintermediazione è utilizzata in maniera strutturata da tutte le catene alberghiere che, facendo leva sul programma di fidelizzazione, garantiscono ai propri clienti tariffe speciali, benefit esclusivi e una personalizzazione del soggiorno.

Il programma di fidelizzazione può essere uno strumento utile per attrarre il nuovo **cliente bleisure** (business + leisure), ovvero quell'ospite che cerca la combinazione, all'interno dei viaggi di lavoro, dell'aspetto professionale con momenti di piacere e svago. È fondamentale quindi che il programma si adatti alle esigenze di questi nuovi viaggiatori per garantire un servizio personalizzato, benefici e vantaggi anche quando ai viaggi di lavoro vengono abbinati giorni di vacanza.

**62 mln**  
ospiti aderenti nel mondo

+ 9% sul 2023

**900.000**  
ospiti aderenti in Italia

+ 50% sul 2023

Sono attivi due progetti legati al programma Best Western Rewards®.

Il primo, lanciato nel 2023, è l'**Iniziativa Ambassador**, un programma rivolto agli hotel affiliati che consiste nel rendere un membro del reparto Front Office di ciascuna struttura portavoce della gestione del programma Best Western Rewards®, con lo scopo di **coinvolgere** sempre di più **lo staff** nelle attività di loyalty. L'iniziativa prevede degli incontri collettivi da remoto con la sede di BWH Hotels Italia & Malta, in cui discutere dei risultati raggiunti in termini di iscrizioni e fatturato del programma di fidelizzazione, gestione dei clienti e best practice operative.

La seconda iniziativa, rivolta ai clienti, **Go.Get.Green**, ha lo scopo di premiare i soci Best Western Rewards® che soggiornano negli hotel in Italia con dei punti bonus extra nel caso decidano di rinunciare alla pulizia della camera, durante soggiorni da 2 notti a 5 notti. Questa pratica supporta l'impegno di BWH Hotels Italia & Malta verso comportamenti virtuosi per ridurre gli impatti ambientali del proprio business, anche sensibilizzando e coinvolgendo in prima persona gli ospiti. Nel 2024 gli hotel aderenti al programma sono stati 75, con un tasso di adesione nel Network del 44%.

In un'ottica meno strutturata, ma sempre ispirati dalla volontà di condividere i nostri valori con gli ospiti, offriamo la possibilità di **convertire i punti bonus** accumulati con la partecipazione ai programmi di fidelizzazione in **donazioni a iniziative benefiche**.



**Attenzione  
all'impronta  
ambientale**





## La tutela di un patrimonio prezioso

BWH Hotels Italia & Malta è consapevole del **privilegio** e allo stesso tempo della **responsabilità** che la legano al patrimonio ambientale. Non diamo per scontato il beneficio che il Network trae ogni giorno dalla ricchezza naturale che lo circonda, non solo in termini di impiego di risorse per svolgere le attività ricettive, ma anche di attrattività: da ormai 15 anni ci impegniamo attivamente per diffondere questa consapevolezza verso i nostri alberghi affiliati incoraggiandoli e aiutandoli a misurare e ridurre gli impatti ambientali, così da limitare l'impronta complessiva del Gruppo sugli ecosistemi.

Il coinvolgimento e la collaborazione dei Soci sono quindi fondamentali per realizzare gli obiettivi ambientali, che diventeranno sempre più centrali per lo sviluppo del Network. Se da una parte BWH Hotels Italia & Malta incentiva e richiede l'impegno degli albergatori, la Società non trascura di dare il buon esempio adottando una gestione virtuosa degli impatti legati alle proprie attività dirette di coordinamento del Network.

### Gli impatti della sede centrale

Nonostante gli impatti diretti della Società Cooperativa siano limitati ai consumi della sede direzionale di Milano, li monitoriamo regolarmente e valutiamo sempre nuove opportunità di efficientamento.



#### Energia

I **consumi energetici** sono legati alla combustione di gas metano per l'alimentazione delle caldaie e all'energia elettrica acquistata dalla rete per l'illuminazione, l'alimentazione delle apparecchiature da ufficio, l'impianto di condizionamento e la ricarica di alcuni veicoli ibridi ed elettrici. Gli uffici, che occupano una superficie di 1.289 m<sup>2</sup>, sono dotati di caldaie a condensazione efficienti e di un impianto di condizionamento ad alto rendimento. Nel 2024 il consumo di gas metano è stato pari a 7.425 m<sup>3</sup>, in lieve aumento rispetto ai 7.050 m<sup>3</sup> consumati l'anno precedente. Tuttavia, l'installazione di cronotermostati ha contribuito a ridurre significativamente i consumi medi rispetto al passato (pari a 12.295 m<sup>3</sup> nel 2022), grazie alla possibilità di monitorare e programmare il funzionamento dell'impianto di riscaldamento con più efficacia.

Per quanto riguarda i **consumi elettrici**, si è passati da 71.471 kWh nel 2023 a 74.618 kWh nel 2024. Anche in questo caso, si registra un leggero aumento, ma i consumi si mantengono comunque al di sotto dei valori del 2022, grazie alla sostituzione del sistema di illuminazione tradizionale con lampade a LED avvenuta nel 2023. Inoltre, anche quest'anno, BWH Hotels Italia & Malta ha scelto di approvvigionarsi esclusivamente di energia elettrica da **fonti rinnovabili con Garanzia d'Origine**.

**100%**  
energia elettrica da fonti rinnovabili certificate

Complessivamente, nel 2024 le attività d'ufficio hanno richiesto un **fabbisogno energetico** di 545 GJ, in leggero aumento rispetto al 2023 (520 GJ).

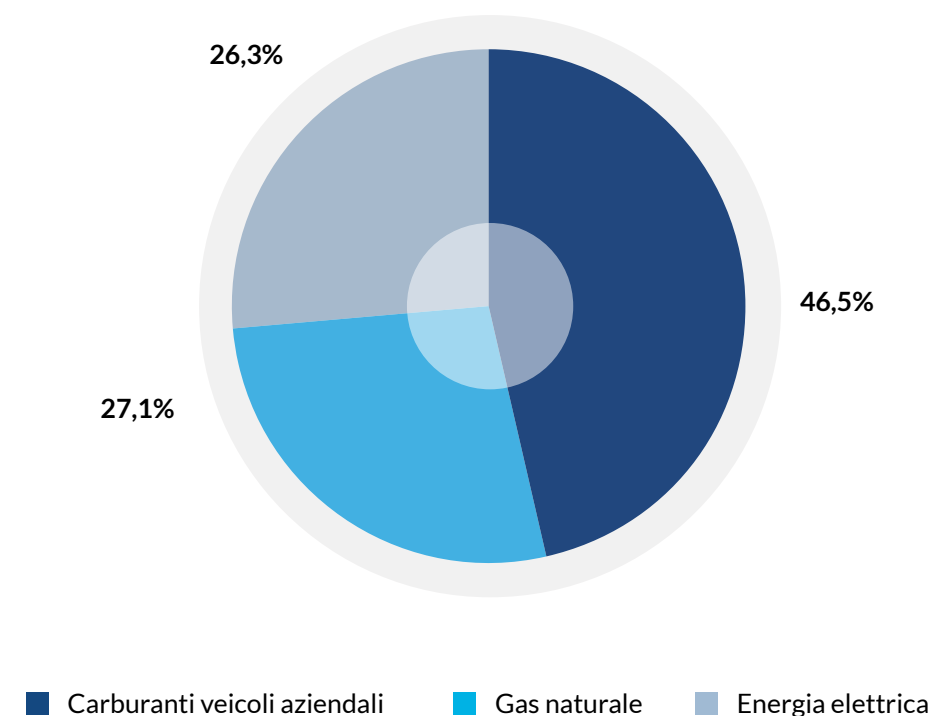
Attualmente, la flotta aziendale è composta da 23 veicoli, di cui la maggior parte modelli euro 6 alimentati a diesel per rispondere alle esigenze del reparto commerciale che viaggia in tutto il territorio nazionale. Ove possibile, a seconda della natura degli spostamenti, abbiamo inserito veicoli ibridi ed elettrici, con la prospettiva di un graduale adeguamento della flotta.

Dal 2023, la Società ha iniziato a monitorare i **consumi di carburante** di una parte della flotta di cui erano disponibili i dati. Nel 2024 sono state introdotte le tessere carburante, utili a tracciare in modo più puntuale i consumi. Tuttavia, non sono state ancora attivate per l'intera flotta. Per questo, seppur il monitoraggio risulti già più approfondito, è presumibile che si raggiungerà una tracciatura completa il prossimo anno. Inoltre, abbiamo raccolto mensilmente le distanze percorse (in km) da ciascun veicolo, ottenendo una misurazione più precisa per l'intera flotta.

I consumi tracciati sono stati pari a 11.705 litri di diesel e 1.186 litri di benzina<sup>10</sup>. Aggiungendo i carburanti (seppur parziali) ai consumi energetici di sede, si registrano in totale 1.019 GJ consumati nel 2024, rispetto ai 1.383 del 2023 (-26,3%). L'indice di intensità energetica<sup>11</sup> riflette il trend positivo: da 16,9 GJ/dipendenti del 2023 è diminuito a 11,2 GJ/dipendenti del 2024 (-33,6%).

Poiché costituiscono un ambito di impatto significativo per la sede, stiamo lavorando alla redazione di una **Travel Policy** che raccolga le linee guida per la pianificazione dei viaggi, con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale. Inoltre, allineandoci all'aggiornamento introdotto dalla nuova Legge di Bilancio, abbiamo sancito l'obbligo, a partire dal 2025, di ordinare, al bisogno, solo vetture plug-in hybrid o full-electric.

#### Consumi energetici 2024 ripartiti per fonte



<sup>10</sup> All'interno della flotta auto era presente anche un veicolo alimentato a gas naturale, dismesso a fine 2024, di cui però non è stato possibile ottenere i dati sui consumi.

<sup>11</sup> L'intensità energetica è calcolata rapportando il totale dei consumi di gas naturale, energia elettrica e carburanti al numero di dipendenti della Società Cooperativa.



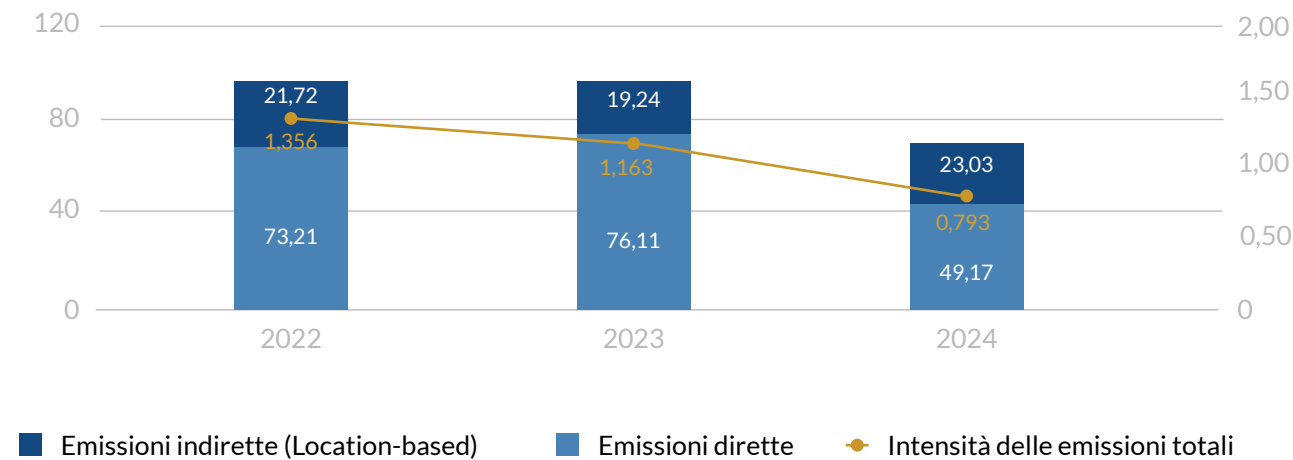


## Emissioni

Le **emissioni dirette di gas serra** derivanti dai consumi di gas naturale e carburanti sopradescritti (emissioni di Scope 1) sono pari a 49,17 tCO<sub>2</sub>e nel 2024, rispetto alle 76,11 tCO<sub>2</sub>e del 2023<sup>12</sup>. Come nell'ultimo biennio, anche nel 2024 non si sono registrate emissioni fuggitive dovute a perdite di gas dagli impianti di condizionamento. Per quanto riguarda le **emissioni indirette legate all'acquisto di energia elettrica** (Scope 2) si assiste a un aumento del 19,7%. Se calcolate secondo il metodo Location-based<sup>13</sup>, le emissioni di Scope 2 sono passate da 19,24 tCO<sub>2</sub>e nel 2023 a 23,03 tCO<sub>2</sub>e nel 2024; utilizzando il metodo Market-based queste sono state pari a 37,04 tCO<sub>2</sub>e nel 2022 mentre, grazie all'approvvigionamento di energia elettrica rinnovabile, sono state azzerate dal 2023 in avanti.

La somma delle emissioni di Scope 1 e 2 (Location-based) è di 72,20 tCO<sub>2</sub>e nel 2024, a fronte delle 95,36 tCO<sub>2</sub>e del 2023. Rapportando le emissioni al numero di dipendenti si ottiene l'indice di **intensità emissiva**, pari a 0,79 tCO<sub>2</sub>e/dipendenti nel 2024, in diminuzione rispetto al valore dell'anno precedente (1,16 tCO<sub>2</sub>e/dipendenti).

### Emissioni dirette e indirette totali (tCO<sub>2</sub>e) e intensità delle emissioni (tCO<sub>2</sub>e/dipendenti)



Per quanto riguarda le altre emissioni indirette di Scope 3, ovvero quelle derivanti dalle attività a monte e a valle della catena del valore, attraverso Stay for the Planet (SFTP) BWH Hotels Italia & Malta monitora annualmente la quota associata ai consumi energetici degli hotel affiliati, incentivando i soci all'adozione di un approccio responsabile (vedi pag. 83).

Infine, nell'ambito dell'impegno e delle iniziative che mettiamo in campo per sostenere la riduzione degli impatti emissivi associati, anche indirettamente, al business, incentiviamo l'utilizzo dei mezzi pubblici negli spostamenti casa-lavoro da parte dei nostri dipendenti della sede di Milano attraverso agevolazioni per l'acquisto degli abbonamenti. In questo modo intendiamo **sensibilizzare** il personale BWH a preferire **soluzioni di trasporto più sostenibili** e così contribuire alla riduzione del traffico e dell'inquinamento atmosferico in città.

<sup>12</sup>Il dato 2023 è stato riesposto a fronte della revisione del calcolo delle emissioni associate alla flotta auto aziendale.

<sup>13</sup> Il metodo Location-based riflette l'intensità media delle emissioni relative alle reti dalle quali l'energia viene erogata, mentre il secondo riporta le emissioni connesse all'elettricità che la società ha deciso di acquistare.



## Materiali

Dal momento che le attività svolte dalla Società Cooperativa sono interamente legate all'erogazione di servizi, anche gli impatti relativi al **consumo di materiali** sono contenuti. In base alla tipologia di forniture, in alcuni casi BWH Hotels Italia & Malta si affida ai fornitori selezionati dalla centrale acquisti SI Supply, mentre in altri acquista direttamente da piccoli esercizi commerciali di zona.

Tutta la **carta** che acquistiamo, pari a 4.000 kg nel 2024, è **certificata FSC** e, inoltre, è composta per il 50% da cellulosa riciclata. Per quanto riguarda la **plastica**, abbiamo sostituito i bicchierini per il caffè con un'alternativa compostabile ed eliminato le bottigliette di acqua, mettendo a disposizione erogatori di acqua microfiltrata. Rimane un consumo residuo di plastica associato alle attività d'ufficio che nel 2024 è stato pari a 1.000 kg, di cui il 20% riciclata.

Siamo in fase di accordo con l'impresa che si occupa della pulizia degli uffici per passare all'utilizzo di soli prodotti ecologici e certificati, per esempio detersivi con marchio europeo Ecolabel, non solo a beneficio dell'ambiente, ma anche della salute degli addetti.

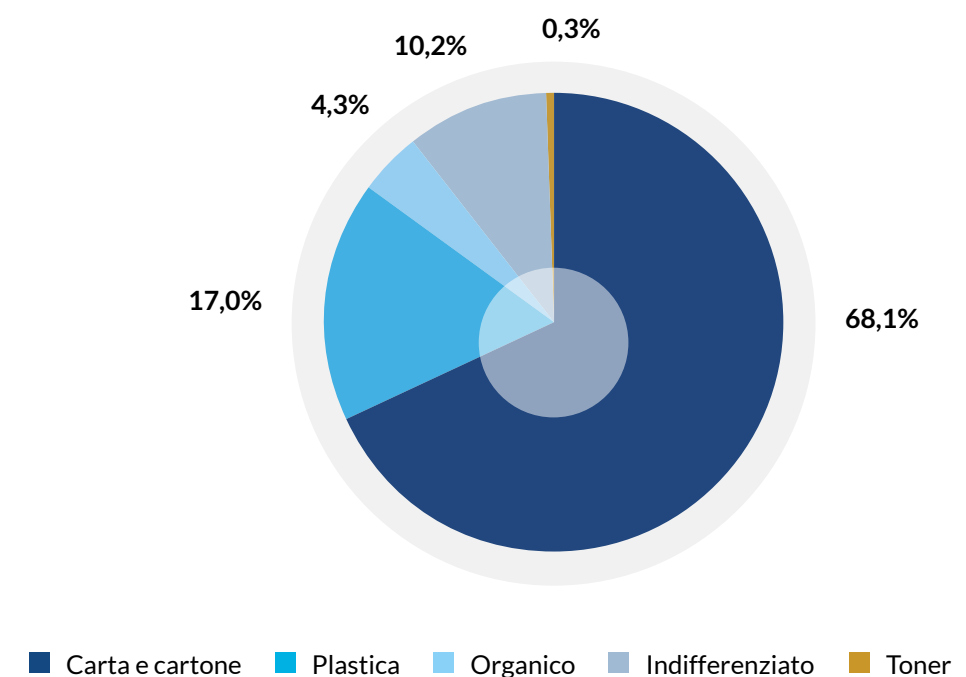
**100%**  
carta certificata FSC



## Rifiuti

I **rifiuti** generati dalle attività di sede sono composti per il 99,7% da rifiuti urbani non pericolosi conferiti a raccolta urbana, mentre il restante 0,3% è rappresentato dai toner per le attività di stampa che, in quanto pericolosi, conferiamo a un'azienda specializzata. La presenza di contenitori specifici e la collaborazione di tutto il personale di sede agevola la raccolta differenziata e la massimizzazione della quota inviata a riciclo o compostaggio (89% nel 2024). Nel 2024 abbiamo stimato una produzione di rifiuti pari a 5.870 kg di rifiuti (in diminuzione del 7,8% rispetto al 2023), di cui 4.000 kg di carta, 1.000 di plastica, 250 kg di organico e 600 kg di indifferenziato, a cui si aggiungono 20 kg di toner.

### Rifiuti 2024 per tipologia





## Il supporto al Network alberghiero

BWH Hotels Italia & Malta promuove operativamente l'adozione di modelli di gestione responsabili nel Network attraverso:

### ATTIVITÀ DI SENSIBILIZZAZIONE

Durante le convention BWH e le molteplici occasioni di confronto con i Soci albergatori, comunichiamo sempre l'importanza di prendere parte alle iniziative di sostenibilità condivise ed enfatizziamo i vantaggi che derivano da una gestione consapevole degli impatti. Inoltre, valorizziamo le buone pratiche adottate dai singoli hotel e ne diamo visibilità sui canali di comunicazione BWH Hotels Italia.

### STRUMENTI DI MONITORAGGIO E GESTIONE

Da Stay for the Planet ai sistemi di misurazione elaborati dalla World Sustainable Hospitality Alliance (WSHA), partecipiamo allo sviluppo di metodologie e tool che mettiamo a disposizione degli albergatori per aiutarli a tracciare correttamente i consumi e gli impatti generati, suggerendo azioni e buone pratiche da intraprendere per migliorarne la gestione.

### CONSULENZA E FORMAZIONE

Il personale di BWH Hotels Italia & Malta è sempre a disposizione dei Soci con consulenze personalizzate e programmi formativi incentrati sui temi ESG capaci di fornire competenze concrete e specifiche per l'utilizzo degli strumenti di monitoraggio forniti, e in generale da poter integrare nella gestione quotidiana delle strutture. Dal 2023 supportiamo con attività dedicate anche gli hotel che intendono intraprendere le certificazioni GSTC e Green Key, gli standard più riconosciuti a livello internazionale nell'ambito del turismo sostenibile.

### SISTEMI DI INCENTIVAZIONE

BWH Hotels Italia & Malta ha sviluppato un sistema di incentivazione strutturato su tre livelli per incentivare gli hotel del Network a intraprendere azioni a beneficio di tutto il Gruppo, a fronte di uno sconto sulle quote annuali previste dall'accordo di affiliazione. Il terzo livello è dedicato a specifiche azioni ESG:

- Adesione al programma Stay for the Planet
- Autoproduzione e/o acquisto di energia rinnovabile pari al 50% del proprio fabbisogno
- Compilazione del tool HCMI

Nel 2024 sono stati 71 gli hotel ad avere raggiunto questa premialità. Nell'anno, inoltre, si è aggiunta una premialità di secondo livello, legata all'ottenimento di una certificazione di sostenibilità, che è stata ricevuta da 29 hotel.

### CREAZIONE DI MATERIALE DI COMUNICAZIONE

Forniamo agli hotel materiali e video che raccontano l'impegno di sostenibilità di BWH Hotels Italia & Malta, oltre a kit di comunicazione da inserire nelle camere per sensibilizzare gli ospiti ad adottare piccoli accorgimenti che favoriscono il risparmio energetico e idrico. Nel 2025 abbiamo in programma di aggiornare i materiali in ottica di comunicazione integrata, valorizzando opportunamente le strutture certificate.





## Gli hotel del Network certificati

Nell'ultimo biennio, gli hotel del Network di BWH Hotels Italia & Malta hanno intrapreso un percorso verso l'ottenimento di **certificazioni di sostenibilità per il settore hospitality**, a testimonianza di un impegno concreto verso le tematiche ESG.

L'ottenimento della certificazione attesta l'adozione di pratiche sostenibili e una gestione responsabile delle risorse e della struttura. Nel concreto le azioni comprendono l'implementazione di sistemi di risparmio energetico, l'uso di prodotti locali, biologici e fair trade, la gestione e il monitoraggio dei consumi e dei rifiuti. Inoltre, gli hotel promuovono attività ed esperienze nel territorio locale e incentivano la mobilità sostenibile. Questo non solo riduce l'impatto ambientale, ma arricchisce anche l'esperienza degli ospiti, rendendoli parte attiva di un cambiamento positivo.



### Green Key

Green Key, tra le certificazioni più diffuse nel settore, è stato sviluppato dalla Foundation for Environmental Education (FEE) e ha ottenuto il supporto e la partecipazione di due Agenzie ONU – UNEP e UNWTO. Si rivolge a hotel, agriturismo, B&B, strutture extra-alberghiere, campeggi, villaggi turistici, ristoranti e si declina sulle diverse strutture in base a un criterio dimensionale.



### GSTC

Il Global Sustainable Tourism Council è un organismo internazionale di promozione della sostenibilità e della responsabilità sociale nel settore del turismo. Per sviluppare un linguaggio comune sulla sostenibilità nel comparto, ha creato degli standard di certificazione specifici per hotel e tour operator, destinazioni turistiche, attrazioni turistiche e organizzatori di eventi. Qualora il framework di certificazione sviluppato da un altro ente sia rispondente ai criteri di GSTC, l'organismo lo riconosce come allineato, aumentandone l'attendibilità.



### Dream & Charme

La certificazione DCA ESG, la prima certificazione internazionale accreditata Accredia ISO/IEC 17065:2012, passa al vaglio oltre 1.200 parametri per valutare se una struttura abbia le carte in regola per essere certificata. Dream&Charme è membro del GSTC e di diversi gruppi di lavoro che si occupano dello sviluppo di norme sul turismo sostenibile.



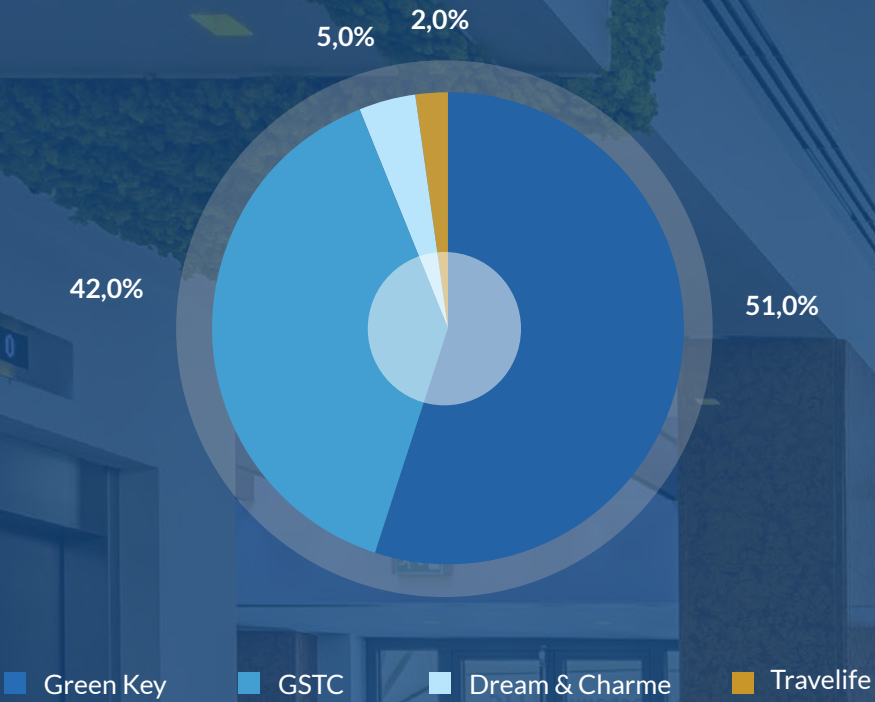
### Travelife

Travelife è un sistema di valutazione e riconoscimento delle performance di sostenibilità nel settore turistico nato nel 2008. A qualche anno di distanza dalla fondazione ha ottenuto il riconoscimento GSTC.





A fine 2024 gli hotel certificati sono 41, così suddivisi:



HOTEL CERTIFICATI GREEN KEY

BW Plus Tower Hotel Bologna	Bologna
BW Plus BorgoLecco Hotel	Arcore (MB)
BW Hotel Turismo	San Martino Buon Albergo (VR)
BW CTC Hotel Verona	San Giovanni Lupatoto (VR)
BW Premier Collection Hotel Canada	Roma
BW Gorizia Palace Hotel	Gorizia
BW Hotel Goldenmile Milano	Milano
BW Plus Hotel Le Rondini	San Francesco al Campo
BW Hotel Luxor	Torino
BW Crystal Palace Hotel	Torino
BW Hotel Santa Caterina	Acireale
BW Hotel Blumarea	Castelsardo
BW Hotel Universo	Roma
BW Plus Hotel Terre di Eolo	Patti
BW Hotel Principe di Lampedusa	Palermo
BW Hotel Stella d'Italia	Marsala
BW Hotel Nazionale	Sanremo
BW Plus Hotel le Favaglie	Cornaredo (MI)
BW Hotel Cristallo	Rovigo
BW Hotel Tritone	Venezia Mestre
BW Plus Executive Hotel and Suites	Torino



HOTEL CERTIFICATI GSTC

BW Plus Hotel De Capuleti	Verona
WH Hotel Laurin	Bolzano
Hotel Mirage Sure Hotel Collection by Best Western	Milano
BW Plus Soave Hotel	San Bonifacio (VR)
Best Western Plus Hotel Bologna	Venezia Mestre
BW City Hotel	Bologna
BW Plus Hotel Genova	Torino
BW Globus Hotel	Roma
BW Porto Antico	Genova
BW Plus Park hotel Pordenone	Pordenone
BW Hotel Fiera Verona	Verona
BW Plus Hotel Galileo	Padova
BW Plus Net Tower Hotel	Padova
BW Palace Inn	Ferrara
BW Plus Hotel Farnese	Parma
BW Hotel Green City	Parma
BW Hotel Aries	Vicenza



HOTEL CERTIFICATI DREAM & CHARME

Worldhotel Cristoforo Colombo	Milano
Worldhotel Casati 18	Milano



HOTEL CERTIFICATI TRAVELIFE

BW Hotel La Solara	Sorrento (NA)
--------------------	---------------



# Stay for the Planet

Per ridurre l'impronta ambientale del nostro Network è fondamentale conoscere l'entità degli impatti e quindi agire con azioni di miglioramento mirate.

Stay for the Planet (SFTP) è un progetto promosso da BWH Hotels Italia & Malta e lanciato nel 2011 con la collaborazione scientifica di LifeGate.

Si tratta di una piattaforma digitale che rappresenta un importante **strumento di misurazione e gestione** a supporto della catena alberghiera nel suo percorso verso un modello di ospitalità sempre più responsabile. Il programma è basato su un rating di sostenibilità elaborato dal comitato scientifico di LifeGate, che si è evoluto negli anni fino a integrare gli aspetti sociali e di governance, oltre a quelli ambientali. Attraverso l'assegnazione di un punteggio da 1 a 5 espresso in foglie, il "rating" riflette le prestazioni ambientali e sociali degli alberghi in sei diversi ambiti d'impatto.







## Come funziona?

Per la costruzione del sistema è stato svolto un lavoro di analisi sia sui criteri dei principali standard e sistemi di certificazione a livello internazionale, sia sugli aspetti più interessanti emersi dai dati e dalle informazioni forniti dagli albergatori stessi attraverso il sistema. L'analisi dei dati, confrontata con quella riportata da alcuni studi europei rilevanti, è stata fondamentale per definire la scala di priorità e il benchmark di riferimento su cui impostare il rating.

Annualmente gli albergatori compilano il questionario suddiviso nei sei ambiti, indicando sia i consumi registrati nell'anno fiscale precedente che le pratiche e le azioni messe in atto per la gestione degli aspetti sociali e ambientali, allegando eventuali documenti a supporto di quanto dichiarato. Viene poi effettuato un controllo sui dati forniti per verificarne l'attendibilità e la congruenza. A campione, vengono svolti audit presso gli hotel, avvalendosi del sistema di Quality Control interno alla struttura.

Una volta validati i risultati, per ogni struttura viene generato un report che contiene i risultati totali e per ambito, rapportati la media degli hotel aderenti al SFTP e con benchmark di riferimento a livello europeo, per comprendere meglio il posizionamento raggiunto. L'ultima sezione del report è dedicata ai suggerimenti per azioni di miglioramento, individuate rispetto alle performance specifiche della struttura, che, se implementate, possono portare a un miglioramento degli indicatori ambientali.

### Ambiti di impatto

	Energia	Fonti di energia elettrica e riscaldamento, efficienza energetica dell'edificio e delle apparecchiature.
	Acqua	Consumi d'acqua potabile nelle diverse aree della struttura e misure di risparmio idrico.
	Rifiuti	Quantità e tipologia di rifiuti prodotti, gestione dello smaltimento e azioni di prevenzione.
	Acquisti	Politiche di acquisto e approvvigionamento di materie prime, materiali di servizio e beni durevoli con caratteristiche di sostenibilità.
	Comportamenti	Comunicazione e sensibilizzazione dei clienti, sistemi di gestione, relazioni con il territorio e le realtà locali, organizzazione logistica dei fornitori, gestione della mobilità del personale e dei clienti.
	Persone	Attività di coinvolgimento e formazione del personale, accessibilità e inclusività della struttura, promozione dell'occupazione locale, rispetto delle pari opportunità, pratiche di lavoro e promozione del benessere dei dipendenti.





Qual è lo scopo?

Scopo di SFTP è quello di incentivare l'albergatore a riflettere sulla sostenibilità ambientale e sociale della propria struttura. Dall'analisi degli aspetti più tecnici e strutturali, a quelli comportamentali legati alle politiche attuate nelle strutture, il programma aiuta a comprendere quali sono le criticità e quali le possibilità di evoluzione in ottica di sostenibilità, attraverso le azioni di miglioramento suggerite.






Nel primo trimestre del 2025 si è svolta la campagna di raccolta dati sull'esercizio 2024, a cui attualmente hanno aderito **133 strutture**, 4 in più rispetto all'anno precedente. La campagna di adesione è ancora in corso con l'obiettivo di coinvolgere sempre più strutture.

Le 133 strutture mappate presentano una media di 4 foglie e 68 punti, in aumento di due punti rispetto al 2023. Ciò è dovuto all'ampliamento del numero di hotel mappati, con l'inserimento di nuovi alberghi, alcuni ancora all'inizio del proprio percorso di miglioramento.

Il futuro di SFTP

Sono molti anni che Stay for the Planet accompagna gli hotel del Network nei loro percorsi di sostenibilità. Con le accelerazioni normative e di mercato più recenti, abbiamo individuato la necessità di aggiornare e adattare lo strumento alle nuove condizioni in cui operano gli alberghi. Per questo, insieme al nostro partner scientifico, stiamo ragionando sulle modifiche più utili da apportare affinché SFTP supporti sempre meglio le strutture in fase di certificazione nella raccolta dei dati e nel monitoraggio delle performance.

Risultati

	Numero di hotel	Punteggio medio
	1	23
	2	38
	45	58
	72	73
	13	85
TOTALE	133	68

Gli impatti del Network



Uno degli aspetti principali misurati attraverso SFTP e particolarmente prioritari per il settore riguarda l'impronta climatica. A tale scopo, SFTP calcola automaticamente, sulla base dei dati inseriti, l'impronta climatica della struttura e a presenza in termini di GWP100 (Global Warming Potential) che, espresso in kg CO<sub>2</sub> equivalente, fa riferimento all'insieme delle emissioni dei gas serra considerate dal Protocollo di Kyoto.

Il GWP viene calcolato sulla base dei dati inseriti relativamente a:

- Consumi di elettricità, suddivisi per fonte.
- Consumi per il riscaldamento, suddivisi per fonte e considerando anche l'eventuale presenza di teleriscaldamento.
- Presenza di energia rinnovabile, autoprodotta o acquistata.
- Trasporti effettuati dalla struttura.
- Consumi idrici.
- Produzione di rifiuti.



Potenziale effetto serra (Kg CO<sub>2</sub> equivalente) 2024

**24.737.187**  
GWP totale delle strutture analizzate<sup>14</sup>

**185.994**  
GWP medio a struttura

**6,23**  
GWP a presenza

Rispetto all'anno precedente si evidenzia una riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub>eq, dovuta presumibilmente all'aumento della quota di energia prodotta da fonti rinnovabili.

L'impronta climatica è naturalmente strettamente correlata ai consumi energetici e alla tipologia di approvvigionamento dell'energia, se da fonti rinnovabili o non rinnovabili. Di conseguenza, un altro indicatore monitorato attraverso SFTP è il Cumulative Energy Demand (CED), che include tutte le risorse energetiche utilizzate lungo la catena produttiva considerata.

<sup>14</sup> I dati percentuali presentati in questo capitolo, se non altrimenti indicato, sono frutto di un'elaborazione dei dati 2024 forniti dai 133 alberghi che hanno compilato Stay for the Planet.





Cumulative Energy Demand (MJ) 2024

**528.163.490**  
CED totale delle strutture analizzate

**3.971.154**  
CED medio a struttura

**132,10**  
CED a presenza

Quello dell'energia è uno dei temi centrali del programma SFTP e delle attività di sensibilizzazione di BWH Hotels Italia & Malta verso gli albergatori. Oltre ai dati sui consumi e le fonti di approvvigionamento, monitoriamo le **pratiche di gestione** e gli interventi di **efficientamento** effettuati sulle strutture, fornendo consigli mirati su azioni da implementare, partendo da buone abitudini fino ad arrivare a soluzioni di investimento in efficientamento energetico da valutare e pianificare per il futuro.

Per spingere le strutture ad aumentare la quota di energia rinnovabile e **incentivare la transizione energetica** del Gruppo, il sistema di premialità è una delle leve principali con cui BWH Hotels Italia & Malta può intervenire. Il consumo di almeno il 50% di energia rinnovabile, autoprodotta e/o acquistata tramite Garanzie di Origine (GO), è infatti uno dei criteri ESG che permette di ottenere agevolazioni sulle condizioni di affiliazione. Nel 2024, 32 hotel hanno autoprodotta energia rinnovabile (24 nel 2023) e 97 hanno acquistato energia elettrica certificata (82 nel 2023).



Energia rinnovabile

**24%**  
degli hotel autoproduce energia rinnovabile

**73%**  
degli hotel acquista energia elettrica  
proveniente da fonti rinnovabili certificate

**50%**  
del fabbisogno soddisfatto con energia elettrica  
da fonti rinnovabili certificate<sup>15</sup>

<sup>15</sup> Si intende il fabbisogno di energia elettrica complessivo degli hotel mappati da SFTP.



Il futuro della mobilità

BWH Hotels Italia & Malta fornisce un supporto concreto alle strutture alberghiere nell'ambito della **mobilità sostenibile**. Grazie alla forza del suo brand, la Società ha stretto delle importanti **partnership** con Tesla, Porsche, Free2Move eSolutions e Sagelio/Aetherna per favorire la mobilità sostenibile e mettere a disposizione dei clienti, attenti all'ambiente e amanti dell'innovazione, **stazioni di ricarica elettriche** adatte a ogni tipo di automobile.

**74**  
hotel hanno installato colonnine elettriche

In più, per la **Settimana Europea della Mobilità 2024**, gli ospiti fidelizzati che hanno raggiunto le strutture alberghiere in treno tra il 16 e il 22 settembre hanno beneficiato di 500 punti extra. Con queste iniziative di sensibilizzazione e coinvolgimento, BWH Hotels Italia & Malta vuole fare la sua parte nel più ampio percorso di transizione sostenibile nel settore della mobilità.







## Acqua

Il **risparmio idrico** è un'altra delle priorità a livello internazionale e deve essere affrontata in maniera strutturata e completa, agendosi sia sull'efficienza dei sistemi di utilizzo ed erogazione dell'acqua sia sugli aspetti comportamentali di chi usufruisce dei servizi. Per questo, SFTP permette di monitorare i consumi idrici e l'indicatore Available Water Remaining (AWARE), che valuta il potenziale di deprivazione idrica, sia per l'uomo che per gli ecosistemi, partendo dal presupposto che minore è la disponibilità di acqua per area, maggiore è la probabilità che un altro utente ne venga privato. Quest'anno non si sono registrate variazioni rilevanti dei consumi idrici rispetto ai dati precedenti.



Consumi idrici (litri) 2024

# 858.381.513

consumi idrici totali delle strutture analizzate

# 6.453.996

consumi idrici medi a struttura

# 221

consumi idrici a presenza



Available Water Remaining (m³) 2024

# 40.983.786

AWARE totale delle strutture analizzate

# 308.149

AWARE medio a struttura

# 9,79

AWARE medio a presenza

## Un settore in evoluzione

Nel segmento del **business travel** la capacità di misurare la carbon footprint associata ai soggiorni è sempre più rilevante: le aziende clienti, infatti, hanno la necessità di conoscere i dati sull'impatto emissivo legato alle trasferte lavorative dei propri dipendenti da includere nella rendicontazione di sostenibilità e da valutare nell'ambito della propria strategia di decarbonizzazione. Oltre al tema delle emissioni, all'interno delle RFP (Request For Proposal) ricevute dai clienti sono presenti ulteriori richieste legate agli impatti ambientali come, per esempio, la gestione dei rifiuti e delle risorse idriche.

Per rispondere al meglio a queste esigenze, oltre a Stay for the Planet, principale strumento a disposizione degli affiliati per comprendere i propri impatti, BWH Hotels Italia & Malta ha iniziato a implementare l'utilizzo dei sistemi di misurazione elaborati dalla World Sustainable Hospitality Alliance, in particolare l'**Hotel Carbon Measurement Initiative** (HCMI) e l'**Hotel Water Measurement Initiative** (HWMI), partecipando attivamente al miglioramento continuo di questi strumenti, forte dell'esperienza maturata con SFTP. Nel 2024 il tool HCMI è stato utilizzato da circa **80 alberghi** (il 47% del Gruppo).





## Approvvigionamento responsabile

Nella gestione dell'attività alberghiera la scelta degli acquisti ha un ruolo essenziale.

La centrale acquisti SI SUPPLY ha il principale obiettivo di assicurare agli affiliati vantaggi in termini economici e di qualità grazie agli accordi quadro stipulati con i fornitori più importanti del settore ricettivo e della ristorazione, integrando negli ultimi anni un approccio sempre più attento alla sostenibilità delle forniture e alla creazione di partnership di valore che vadano oltre il solo scambio commerciale.

“PROMUOVIAMO L'ACQUISTO DI PRODOTTI REALIZZATI SECONDO PROCESSI ETICI E PRINCIPI DI COMPATIBILITÀ AMBIENTALE CHE, ALLO STESSO TEMPO, GARANTISCANO LA SALUTE DEGLI OSPITI CHE LI UTILIZZERANNO.

Lavoriamo parallelamente su due fronti:

- **Con i fornitori:** andiamo a visitare gli stabilimenti produttivi dei fornitori e insieme a loro cerchiamo di individuare le linee di prodotti con caratteristiche di sostenibilità che saranno inserite a catalogo e promosse attraverso attività di comunicazione di sensibilizzazione. Di recente, per esempio, abbiamo puntato sull'individuazione di dispenser di qualità, funzionali e sicuri per gli ospiti, incoraggiandone la diffusione nelle camere dei nostri affiliati. Stiamo inoltre incentivando i fornitori a sviluppare listini dedicati a referenze certificate, utili agli hotel per rispondere ai requisiti delle certificazioni di sostenibilità.
- **Con gli albergatori:** ai Soci offriamo attività di consulenza per la scelta dei prodotti, in particolare in ambito Food & Beverage fornendo consigli per ottimizzare gli acquisti evitando lo spreco alimentare e ottenendo un risparmio economico. L'obiettivo è diffondere una cultura sulle principali caratteristiche di sostenibilità e certificazioni di prodotto, per aiutare gli albergatori a sapere identificare le referenze più adatte alle proprie esigenze, in modo che essi stessi possano valorizzare le proprie scelte consapevoli.



### SI SUPPLY

La centrale acquisti di BWH Hotels Italia & Malta rappresenta oggi un punto di riferimento per il settore Ho.Re.Ca., servendo non solo gli hotel affiliati del Network, ma anche altre strutture ricettive indipendenti, arrivando a contare circa 600 affiliati.

Ad oggi, sono **111 i fornitori in albo**, che rappresentano sei categorie merceologiche:

- Arredo
- Food & Beverage
- Pulizia & Igiene
- Utilities & Services
- Hi Tech
- Linea Cortesia

I vantaggi di SI Supply per gli affiliati

- **Convenienza:** intesa non solo come risparmio sui prezzi di acquisto grazie alla forza del Gruppo, ma anche di tempo, ottenuto delegando ad un terzo sia le trattative con la moltitudine di fornitori presenti sul mercato che l'analisi in termini di qualità e prezzo.
- **Qualità:** della scelta dei fornitori e dei prodotti, valutati, grazie anche al supporto di alberghi pilota, secondo una pluralità di condizioni quali prezzo, qualità, assistenza e logistica.
- **Assistenza:** assicurata grazie ad una costante verifica delle condizioni applicate e intervenendo come supporto nelle criticità che dovessero insorgere nello svolgimento della fornitura.

La centrale acquisti SI Supply seleziona fornitori che adottano pratiche ambientali e sociali responsabili e che rispettano standard etici nel trattamento degli animali da allevamento, inclusi bovini, suini, pollame e uova, in coerenza con gli impegni globali del Gruppo.





## Hotel Responsible Supply Chain

A febbraio 2022 insieme a SI Supply abbiamo promosso, in collaborazione con BIDSa e MET Bocconi, l'**Osservatorio Ho.Re.Ca**, volto a inquadrare la ricca e complessa filiera degli acquisti che caratterizza le realtà alberghiere, indagando le decisioni di approvvigionamento e approfondendo il processo di transizione tecnologica ed ecologica. All'interno di questa iniziativa, nel 2023 abbiamo lanciato **Hotel Responsible Supply Chain**, progetto per promuovere una catena di fornitura sostenibile. Siamo partiti da un'attenta mappatura dei fornitori per individuare il livello di presidio rispetto a tre ambiti principali – Processi, Prodotto, Responsabilità sociale – dando visibilità ai fornitori più virtuosi all'interno sito web SI SUPPLY attraverso una scorecard che mette in evidenza i presidi specifici nei tre ambiti. Sulla base dell'analisi condotta, abbiamo definito gli indirizzi strategici per una gestione responsabile delle attività di fornitura, sanciti nel **Codice di Condotta Fornitori**. Il Codice, infatti, stabilisce requisiti e criteri a tutela dell'ambiente, delle persone e delle comunità, attraverso cui BWH Hotels Italia & Malta e SI Supply si impegnano, insieme ai loro partner, ad assicurare che il proprio business sia condotto in modo integro e responsabile.

Continua la campagna di condivisione del Codice ai fornitori in albo, ai quali è richiesta la sottoscrizione del documento a testimonianza dell'impegno a rispettarne i principi.

**53%**  
dei fornitori ha firmato il Codice di Condotta

Inoltre, per offrire un ulteriore supporto agli affiliati, i fornitori della SI Supply stanno predisponendo dei **listini dedicati a prodotti certificati o con caratteristiche virtuose**, facilitando così la conformità degli hotel certificati, o in fase di certificazione, ai requisiti richiesti.

## Come si posiziona il Network



### Acquisti

Uno dei servizi essenziali di un hotel riguarda la colazione e, più in generale, il **servizio di ristorazione**. È importante dare spazio nella proposta gastronomica all'offerta del territorio proponendo piatti della tradizione e utilizzando prodotti locali e biologici per ridurre gli impatti ambientali legati alla produzione e al trasporto dei prodotti approvvigionati. In questo modo, gli ospiti possono assaporare prodotti del territorio, scoprendone le peculiarità enogastronomiche.

**83%**  
degli hotel utilizza prodotti biologici  
almeno nel 20% dell'offerta

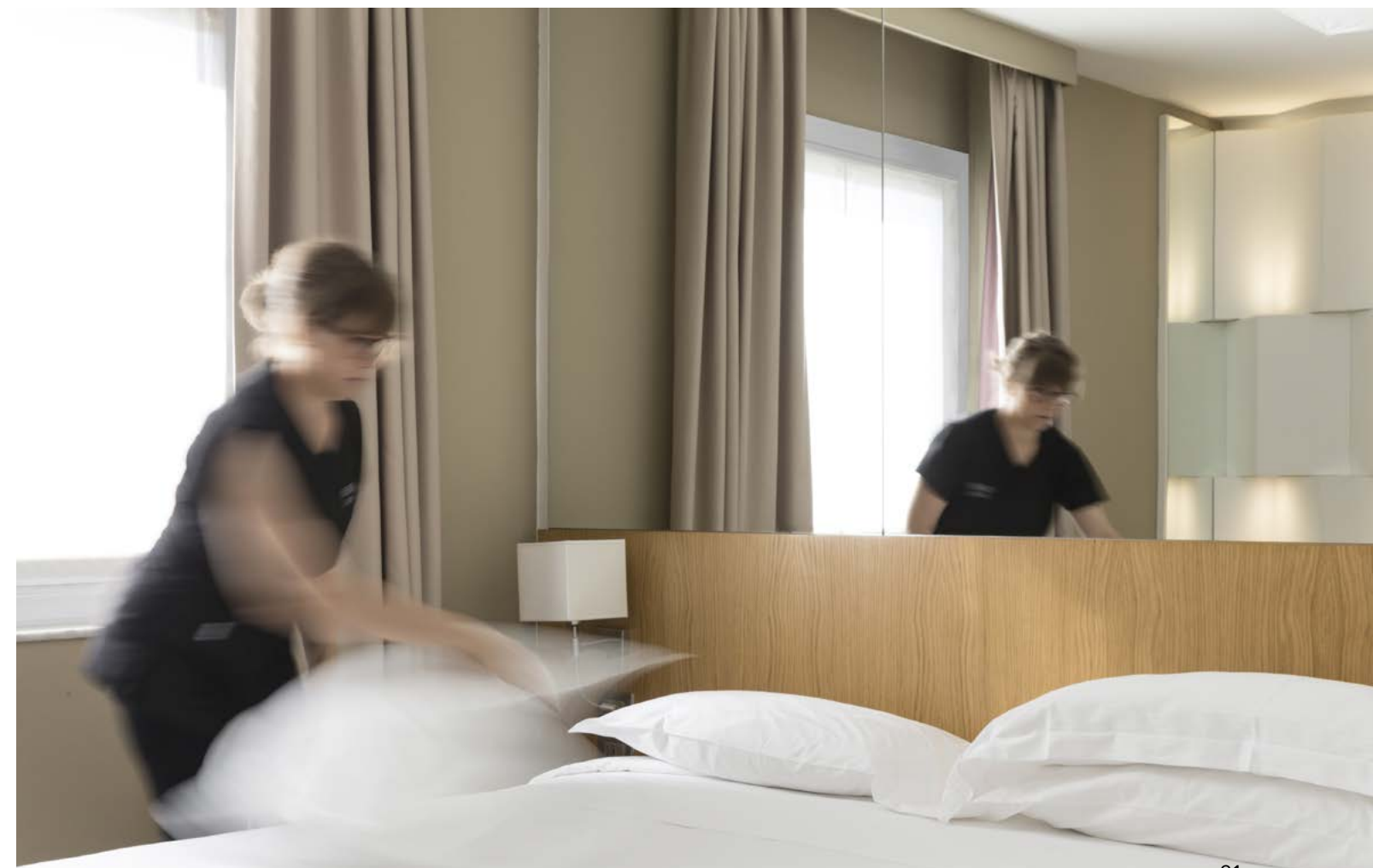
Oltre ai prodotti per la ristorazione, anche **materiali di servizio**, come quelli per la detergenza, devono essere acquistati cercando di privilegiare prodotti con caratteristiche di sostenibilità ambientale.

**92%**  
degli hotel acquista set di cortesia con certificazioni ambientali  
o scelti con criteri eco-compatibili

**78%**  
degli hotel acquista detersivi con marchio Ecolabel  
o altri marchi ecologici in percentuale superiore all'80%

**89%**  
degli hotel acquista carta<sup>16</sup> con marchio Ecolabel  
o altri marchi ecologici in percentuale superiore al 50%

<sup>16</sup> Le categorie merceologiche comprese sono carta igienica, tessuto carta e/o la carta da ufficio.







## Rifiuti

Politiche di approvvigionamento responsabili hanno anche l'obiettivo di **ridurre la produzione di rifiuti** e di migliorare la qualità dei rifiuti prodotti, affinché siano favoriti i processi di riciclo. Da sempre, BWH Hotels Italia & Malta sensibilizza il Gruppo in modo da ridurre gli impatti associati alla produzione di rifiuti.

**66%**

degli hotel utilizza prodotti usa e getta  
nelle camere in percentuale inferiore al 40%

**82%**

degli hotel utilizza prodotti usa e getta  
nelle aree comuni in percentuale inferiore al 40%

**63%**

degli hotel utilizza erogatori nei bagni delle camere  
in percentuale superiore al 40%

**98%**

degli hotel utilizza dispenser  
per l'offerta dei prodotti a colazione



## Lotta allo spreco alimentare con Too Good To Go

Nel quadro del percorso di affiancamento degli hotel del Network verso una gestione sempre più responsabile del proprio business, BWH Hotels Italia & Malta ha attivato una collaborazione con la **piattaforma antispreco Too Good To Go**. Questo progetto mira a sensibilizzare gli alberghi sul tema della lotta allo spreco alimentare, promuovendo azioni concrete e di semplice attuazione. A tale scopo, nel 2024 abbiamo organizzato dei webinar informativi rivolti agli albergatori.



**8.259**

surprise bags salvate nel 2023-2024

**22,3 tCO<sub>2</sub>**  
emissioni evitate<sup>17</sup>

<sup>17</sup> Dati forniti da Too Good To Go, calcolati con lo strumento "The Environmental Impact Equivalency Calculator".





# Le persone e il ruolo sociale del Network BWH





# Tutelare il benessere delle persone

“ PER UN'ORGANIZZAZIONE CHE OPERA NEL SETTORE DEI SERVIZI, LE PERSONE RAPPRESENTANO UNA RISORSA CRUCIALE CHE CONCORRE A GARANTIRE PERFORMANCE DI QUALITÀ E CONTRIBUISCE ALLA CRESCITA AZIENDALE.

Per BWH Hotels Italia & Malta è fondamentale individuare opportunità di miglioramento in ambito di gestione delle risorse umane, affinché i dipendenti siano motivati e soddisfatti e si rendano così parte attiva del successo aziendale.

Il **Codice Etico** e il **Regolamento aziendale**, redatto nel 2024, formalizzano l'attenzione e la sensibilità di BWH Hotels Italia & Malta nei confronti delle persone, consapevoli che il rispetto favorisce l'ascolto e il lavoro di squadra. Siamo inoltre coscienti che le differenze siano una ricchezza e per questo ci impegniamo nell'adottare un atteggiamento sempre inclusivo e disponibile, condannando ogni forma di discriminazione. Nel 2024 abbiamo formalizzato questo impegno anche all'interno del nostro Statuto, introducendo la **finalità di beneficio comune** di tutelare il benessere delle persone di BWH Hotels Italia & Malta, nel rispetto dell'unicità e valorizzando i talenti e le competenze di ciascuno.

Sulla base di questi principi, disponiamo di **politiche di gestione delle risorse umane etiche e trasparenti**: garantiamo pratiche di assunzione e percorsi di crescita professionale e personale meritocratici, basati sulle capacità e sull'impegno dedicato da ciascuno. Per dare ulteriore concretezza a questo approccio, nel 2023 abbiamo introdotto un processo di valutazione basato sul raggiungimento di obiettivi quanti-qualitativi definiti a livello aziendale che prevede, in base a una **valutazione** oggettiva delle performance, l'erogazione di un bonus monetario attraverso la piattaforma di welfare.

Inoltre, BWH Hotels Italia & Malta, contestualmente alla trasformazione in Società Benefit, si è impegnata a ottenere la **Certificazione di Parità di Genere** (UNI/PdR 125:2022), un riconoscimento volontario attribuito alle organizzazioni che dimostrano di dotarsi di un Sistema di Gestione per la Parità di Genere e di raggiungere adeguati livelli di performance in sei aree di valutazione<sup>18</sup> che contraddistinguono una realtà inclusiva e rispettosa della parità di genere.

## Il team di sede

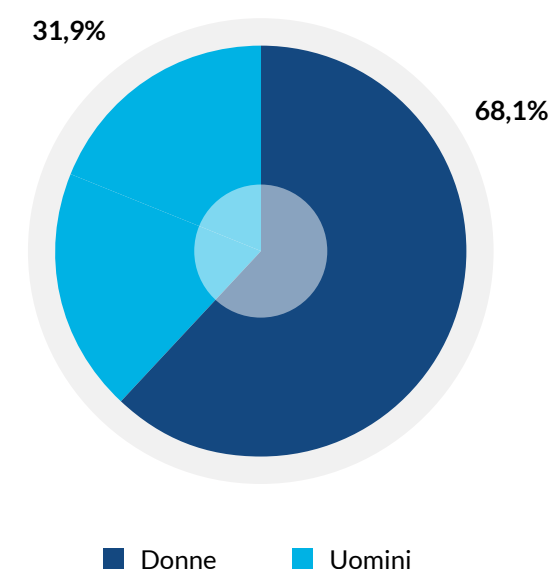
Al 31 dicembre 2024, la sede centrale di BWH Hotels Italia & Malta conta **91 dipendenti e 9 lavoratori non dipendenti** (di cui cinque stagisti, un lavoratore a progetto, un lavoratore a Partita IVA e due lavoratori in appalto), per un totale di 100 persone (+14,9% rispetto al 2023). Il **93,4%** dei dipendenti è assunto a **tempo indeterminato** e l'86,8% ha un contratto di lavoro full-time. Vengono applicati il **CCNL del Terziario, della Distribuzione e dei Servizi** e il Contratto Integrativo Provinciale di Milano alla totalità dei dipendenti. In particolare, nel 2024 il CCNL è stato aggiornato, comportando degli aumenti periodici dei minimi salariali nell'ottica di supportare il potere d'acquisto dei lavoratori contro gli effetti dell'inflazione.

<sup>18</sup> Le sei aree di indicatori attinenti alle variabili che possono contraddistinguere un'organizzazione inclusiva e rispettosa della parità di genere sono: cultura e strategia, governance, processi HR, opportunità di crescita e inclusione delle donne in azienda, equità remunerativa per genere, tutela della genitorialità e conciliazione vita-lavoro.

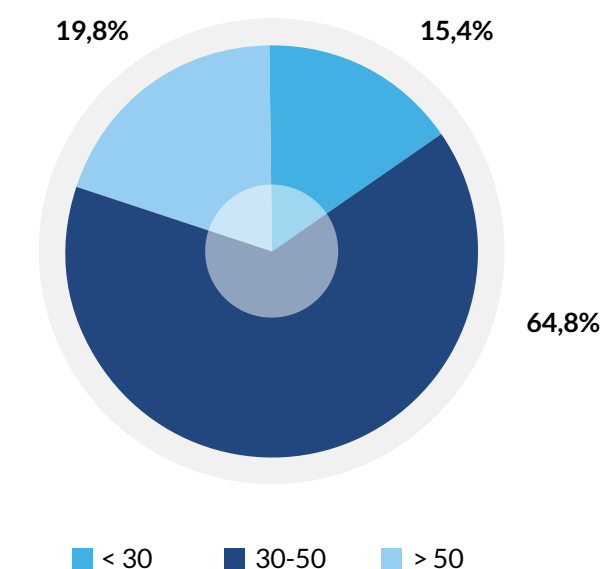
La componente femminile rappresenta il **68,1%** dell'organico. La maggior parte dei dipendenti ha un'età compresa tra i 30 e i 50 anni (64,8%), ma è **in aumento** la quota di **lavoratori under 30**, passata dal 13,4% nel 2023 al 15,4% nel 2024, a conferma del nostro impegno per la valorizzazione dei giovani talenti.

Nel 2024 abbiamo attivato una collaborazione con una cooperativa sociale grazie alla quale abbiamo introdotto **due lavoratori con fragilità**, attraverso un meccanismo di appalto, ai sensi dell'art. 14 della Legge 68/99.

Dipendenti per genere 2024



Dipendenti per fascia d'età 2024



L'organico continua a crescere: nel 2024 si sono registrate **14 assunzioni** e sole **5 cessazioni**, tutte per dimissioni. Grazie a questo afflusso positivo, il numero di dipendenti totale è aumentato dell'11% rispetto al 2023. Il tasso di rotazione, calcolato come il rapporto tra le cessazioni, a esclusione dei licenziamenti con causa, e il numero totale dei dipendenti nell'anno, è pari al 5%.

**91**  
dipendenti

**93,4%**  
contratti a tempo  
indeterminato

**68,1%**  
dipendenti di  
genere femminile



Applichiamo diverse politiche di **attraction**, rivolte soprattutto ai giovani talenti. Svolgiamo alcune docenze presso istituti universitari del territorio che contribuiscono a far conoscere la nostra realtà presso la popolazione studentesca e offriamo opportunità di tirocinio rivolte agli studenti. Queste esperienze sono state particolarmente soddisfacenti: sono frequenti gli stage che si trasformano in contratti di lavoro permanenti, a testimonianza della nostra filosofia di favorire la crescita interna dei talenti.

Al contempo, in BWH Hotels Italia & Malta sono numerose le iniziative volte ad aumentare la **retention** delle risorse attraverso politiche di sostegno alla genitorialità, permessi per le visite mediche, flessibilità oraria e smartworking, sottoscrizione di polizze assicurative per infortuni extra-professionali. A queste si affiancano le attività della commissione BeWe con lo scopo di mantenere un clima aziendale positivo.

## La formazione come leva di sviluppo

“ IN BWH HOTELS ITALIA & MALTA CERCHIAMO DI CREARE UN AMBIENTE STIMOLANTE E DI OFFRIRE ALLE NOSTRE PERSONE NUMEROSE OPPORTUNITÀ DI CRESCITA PROFESSIONALE E PERSONALE.

Nell'ambito delle **attività formative offerte ai Soci** (vedi pag. 59), sono disponibili diverse opportunità **aperte anche ai dipendenti della sede**: si tratta di corsi, calendarizzati mensilmente, che possono essere svolti sia online, in modalità webinar, sia fisicamente, presso i nostri hotel.

Oltre alla possibilità di accedere a queste risorse, vengono organizzate attività formative ad hoc per i dipendenti di sede. Nel 2023 è stato avviato un Piano Formativo finanziato dal Fondo FOR.TE, denominato “**BEST WORK 2023**”, progetto proseguito anche nel 2024.

Nello specifico, le attività formative di BEST WORK 2023 hanno riguardato

- Team Building
- L'accoglienza e il soggiorno di una persona con disturbo dello spettro autistico: strumenti e strategie in hotel
- Cybersecurity
- Piano Strategico Triennale
- Comunicazione Efficace e Tecniche di Presentazione

Nel 2024, grazie a un sondaggio promosso dalla Commissione BeWe, sono emersi diversi fabbisogni formativi all'interno dell'organizzazione. Di conseguenza, l'Ufficio HR ha dedicato molto impegno su questo fronte: sono state attivate 8 ore di formazione a scelta per i dipendenti, erogate da una piattaforma digitale, è stata introdotta una formazione specifica per ciascun reparto, suggerita dal responsabile in base alle esigenze del proprio team e, ancora, sono stati erogati corsi sulla cultura del feedback, proprio su spinta delle esigenze manifestate dai collaboratori. Per il futuro, miriamo a introdurre dei nuovi strumenti per erogare corsi di aggiornamento ai dipendenti su pratiche e politiche interne, anche in considerazione dei nuovi presidi implementati in materia di anticorruzione, etica e parità di genere.

Nel 2024 sono state erogate in tutto **2.516 ore di formazione**, più del doppio rispetto alle 1.075 del 2023<sup>19</sup>, corrispondenti a **27,6 ore di formazione pro-capite**. Grande rilievo è stato dedicato alla formazione commerciale e di revenue management, allo sviluppo di competenze digital e ad attività di onboarding e team building. Inoltre, sono stati erogati corsi specifici legati all'introduzione del Modello 231/2001 e della piattaforma di whistleblowing, nonché all'ottenimento della certificazione UNI/PdR 125:2022.

**27,6**  
ore di formazione pro-capite erogate

## Salute e sicurezza dei dipendenti

BWH Hotels Italia & Malta dispone di un **sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro che copre l'intera popolazione aziendale**, secondo quanto previsto dal **D. Lgs. 81/2008**, che assicura la presenza e l'applicazione di adeguate procedure per l'individuazione dei rischi e l'applicazione di misure idonee a prevenirli. Nel 2020 è stato redatto il **DVR aziendale**: l'RSPP ha effettuato un sopralluogo della sede con la collaborazione del RLS interno e del medico competente durante il quale sono stati coinvolti anche i lavoratori. Per la valutazione dei rischi, l'RSPP ha tenuto conto di parametri oggettivi di valutazione, sintetizzabili in termini di probabilità di accadimento di un evento, valutata anche in funzione del numero di individui esposti e di dimensione del danno possibile; e di parametri di carattere soggettivo, riflettendo soprattutto sulla gestione del rischio e sulle misure di prevenzione da attuare in funzione della classificazione effettuata. Il DVR identifica infatti una tabella di pianificazione delle misure da attuare per rendere il luogo di lavoro più sicuro, riducendo il rischio di infortuni. Per la tipologia di lavoro svolta, BWH Hotels Italia & Malta è un'organizzazione classificata a **rischio basso**. Nel 2024 il DVR ha subito un aggiornamento formale, data la modifica della denominazione sociale in Società Benefit.

Per garantire la salute dei nostri dipendenti, periodicamente ciascuno è tenuto a sottoporsi alla visita medica presso il **medico del lavoro** designato da BWH Hotels Italia & Malta. Durante la visita, il medico esamina lo stato di salute del dipendente e fornisce le necessarie valutazioni e raccomandazioni. Inoltre, l'organizzazione si avvale del medico del lavoro per identificare, prevenire e monitorare situazioni di burnout, mobbing e possibili disturbi psicologici tra i dipendenti. I documenti contenenti informazioni personali sulla salute dei dipendenti vengono conservati in modo sicuro, sia in formato cartaceo all'interno di un armadio chiuso a chiave, sia in formato digitale accessibile solo al personale autorizzato responsabile di tali operazioni. Offriamo anche la possibilità di fare visite di prevenzione **volontarie e gratuite**. Nel 2024, in occasione del mese della prevenzione, abbiamo erogato diversi corsi, sia in sede che negli hotel affiliati, per sensibilizzare i lavoratori del Network sull'importanza di questo tema.

Inoltre, BWH Hotels Italia & Malta mette a disposizione di ogni dipendente una **polizza infortuni integrativa** rispetto a quella INAIL. In più, oltre alle coperture assicurative per le trasferte aziendali, la nostra compagnia assicurativa dispone di un portale per attivare delle assicurazioni di viaggio a uso personale, sul quale garantiamo uno sconto riservato del 20%.

Completa l'insieme dei presidi di gestione della salute e sicurezza l'erogazione di **formazione** volta a diffondere una cultura della sicurezza condivisa. BWH Hotels Italia & Malta si impegna a far partecipare i propri lavoratori ai corsi obbligatori, per renderli informati e consapevoli delle buone pratiche da seguire a tutela della propria salute e di quella degli altri. Nel 2024, come da programma, sono stati erogati i corsi, anche di aggiornamento, su primo soccorso e antincendio.

Nel 2023 si era verificato 1 infortunio sul lavoro non grave avvenuto in ambiente domestico in orario di smartworking, mentre nel **2024 non si è verificato alcun infortunio**.

<sup>19</sup> La capacità di tracciamento delle ore di formazione diventa di anno in anno più precisa, in quanto l'azienda sta introducendo nuovi strumenti di raccolta della partecipazione ai vari corsi.



Promuovere il benessere

Il **benessere** e il **bilanciamento vita-lavoro** delle nostre persone sono obiettivi che perseguiamo quotidianamente grazie al ruolo centrale esercitato dalla Commissione BeWe.

La **Commissione BeWe**, ovvero la commissione clima di BWH Hotels Italia & Malta, è un gruppo di lavoro non sindacalizzato, composto da 8 dipendenti della sede nominati sulla base di candidature volontarie, con mandato triennale. La Commissione è attiva dal 2010, quando è stata creata con l'obiettivo principale di organizzare attività extra lavorative e culturali che potessero migliorare le relazioni tra i vari reparti e le persone dell'azienda. Nel tempo, il suo scopo si è arricchito, abbracciando tutte le dimensioni del **benessere della persona all'interno dell'organizzazione**. Ad oggi, il ruolo della Commissione è sia di favorire la collaborazione e lo sviluppo di relazioni interne a BWH Hotels Italia & Malta, che di fungere da mediatrice tra le richieste della popolazione aziendale e la Direzione, per migliorare il clima aziendale e la soddisfazione, e rispondere alle esigenze dei dipendenti.

Sono numerosi gli ambiti d'azione della Commissione BeWe, tra cui:






- **Accoglienza** dei nuovi colleghi con l'obiettivo di coinvolgere già dal primo giorno i neoassunti, creando un ambiente lavorativo inclusivo, che promuove l'integrazione
- Organizzazione di **eventi** aziendali ed extra-lavorativi e di attività di **team building** per rafforzare il coinvolgimento dei dipendenti, il senso di appartenenza e la collaborazione
- **Strutturazione e somministrazione di sondaggi** rivolti al personale per rilevare la soddisfazione dei collaboratori e raccogliere nuove proposte per migliorare l'ambiente lavorativo
- Organizzazione di **visite di prevenzione** in collaborazione con la Fondazione ANT
- Stipula di **convenzioni aziendali** a favore dei dipendenti
- Organizzazione di iniziative sul **territorio** e supporto alle comunità locali

Da fine 2024, la Commissione ha aperto la possibilità a tutti i dipendenti di proporre e organizzare eventi e attività, qualora ritenute idonee, coinvolgendo in prima persona tutti i collaboratori, anche se non appartenenti al gruppo di lavoro BeWe. Grazie alla raccolta dei suggerimenti provenienti direttamente dalla popolazione aziendale, validati dalla Direzione, la Commissione BeWe ha contribuito significativamente ad aumentare il benessere dei dipendenti, attraverso **iniziative concrete**.

Oltre alle attività promosse dalla Commissione, il nostro programma di welfare è pensato per offrire un'ampia gamma di benefici a supporto del benessere delle nostre persone. Attraverso la piattaforma digitale "Corporate Benefits", tutti i dipendenti, sia full-time che part-time, hanno accesso a offerte esclusive su prodotti e servizi di vario genere, pensate per migliorare la qualità della vita personale e professionale. Per garantire una piena consapevolezza delle opportunità disponibili, l'Ufficio HR, supportato dalla Commissione BeWe, ha elaborato un manuale dedicato alle nuove risorse che entrano in azienda contenente tutte le informazioni sui benefit aziendali e le modalità per usufruirne.

Abbiamo introdotto molteplici pratiche a favore dell'**equilibrio vita-lavoro**, tra cui lo smartworking e flessibilità oraria in entrata e in uscita, affinché le nostre persone sperimentino un benessere a 360 gradi. Inoltre, per supportare i dipendenti e le loro famiglie, dal 2025, le 56 ore di permesso a disposizione per le visite mediche personali potranno essere utilizzate anche per accompagnare figli, genitori, nonni, coniugi e compagni/e, a fronte della presentazione della documentazione attestante l'erogazione della prestazione sanitaria a beneficio del familiare.

Benefit e welfare

	<b>Buoni pasto</b>	Per tutti i lavoratori, compresi gli stagisti, buoni pasto da 8 euro per ogni giorno lavorato
	<b>Auto aziendale</b>	Per determinati ruoli all'interno dell'azienda è previsto il fringe benefit dell'auto aziendale
	<b>Permessi per visite mediche</b>	Ogni risorsa ha a disposizione 56 ore annuali di permessi per visite mediche
	<b>Smartworking</b>	Sono stati introdotti 2 giorni a settimana di smartworking individuale e 3 giorni per i genitori con figli di età inferiore ai tre anni
	<b>Sostegno psicologico</b>	Attivazione di un programma di sostegno psicologico
	<b>Supporto alla genitorialità</b>	Aderiamo al programma di Manageritalia "Un fiocco in azienda" che mira ad aiutare genitori e aziende ad affrontare serenamente la genitorialità e facilitare il rientro di mamme e papà in ufficio



# Valorizzare il capitale umano nel Network

BWH Hotels Italia & Malta supporta gli alberghi affiliati nella gestione delle risorse umane per **aumentarne la soddisfazione** e, di conseguenza, **fidelizzarle**, cercando di andare in controtendenza rispetto a un settore dall’elevato tasso di turnover.

Mettiamo a disposizione dei Soci diversi **strumenti** di gestione con l’obiettivo di creare un ambiente di lavoro positivo e incentivante per lo staff.

Strumento		Finalità
Stay for the Planet	➔	Monitoraggio impatti sociali
Portale “Jobs”	➔	Ricerca e selezione personale
Progetto People Care	➔	Gestione HR e benessere
Formazione	➔	Sviluppo e retention

Le integrazioni implementate in Stay for the Planet nel 2022 vanno proprio in questa direzione: da sistema di rating basato sulle performance ambientali, SFTP è evoluto per poter diventare un **sistema di gestione** a tutti gli effetti, che supporta gli hotel anche nella valutazione degli aspetti legati alle risorse umane.

Inoltre, abbiamo sviluppato molteplici iniziative rivolte ai Soci albergatori che abilitano un percorso completo di sviluppo dello staff.

Innanzitutto, è reso disponibile agli affiliati il sistema di **ricerca e selezione** utilizzato anche dalla sede centrale. La funzione HR della sede centrale di BWH Hotels Italia & Malta offre agli albergatori, qualora ne sentano la necessità, un **servizio gratuito di consulenza per la stesura di offerte di lavoro efficaci**. Inoltre, la pagina “Carriera” è stata recentemente aggiornata con l’aggiunta delle sezioni “Cultura aziendale” e “Benefits” per portare maggior attenzione sui valori aziendali e sui vantaggi riservati ai dipendenti di tutto il Gruppo, sia di sede che degli hotel affiliati, nell’intento di attrarre nuovi talenti interessati a lavorare in un ambiente stimolante e attento ai bisogni del lavoratore.

In tema di **attraction e retention delle persone**, nel 2023 è stato lanciato il progetto **People Care** per dare supporto agli hotel affiliati che stanno soffrendo di turnover molto alti e faticano a trovare figure professionali qualificate.

## I tre pilastri di People Care



Talent acquisition



Employer branding



Welfare

Il progetto ha due principali obiettivi: da un lato, **offrire servizi HR agli affiliati**, sfruttando le competenze interne per fornire consulenza e formazione continua su tematiche riguardanti le risorse umane; dall’altro, **costruire una strategia di employer branding** per rendere il Gruppo competitivo e attrattivo sul mercato. Il progetto si concentra su diversi ambiti: selezione e ricerca del personale, strutturazione del mansionario e definizione del job title index, processi di onboarding, formazione e sviluppo di piani di welfare.

Una volta selezionata e introdotta la nuova risorsa nel team, è fondamentale che l’albergatore disponga di **strumenti efficaci per mantenerla il più a lungo possibile**. In questo senso, pianificazione ed erogazione di corsi di formazione utili e pertinenti è un supporto molto apprezzato dagli affiliati e dal loro staff.


In più, stiamo lavorando sempre di più affinché vengano adottati anche negli alberghi **sistemi di welfare strutturati**. In questo senso, da tempo è aperta la possibilità di aderire gratuitamente alla piattaforma “Corporate Benefits” che permette l’accesso a sconti e convenzioni. Inoltre, nel programma People Care sono previsti un manuale, assistenza su richiesta e l’attivazione di una partnership con una piattaforma di welfare dedicata. Due hotel pilota (Best Western Hotel Madison e Hotel Astoria, Sure Hotel Collection by Best Western) hanno già implementato il piano, facendo da esempio ad altri affiliati. L’obiettivo di BWH Hotels Italia & Malta è di aumentare sempre più il numero di hotel aderenti.






## Accessibilità e inclusione

BWH Hotels Italia & Malta, insieme ai suoi albergatori e collaboratori, si impegna a **promuovere la sostenibilità sociale** attraverso un approccio incentrato sull'inclusività, l'equità e il rispetto. Ci impegniamo a operare con onestà, integrità e responsabilità, come sancito nel nostro Codice Etico e in ottemperanza alla certificazione sulla Parità di Genere. Questi valori guidano quotidianamente tutte le attività del Network per creare relazioni durature, basate sul rispetto, con dipendenti, clienti e ospiti, fornitori e comunità in cui operiamo.



### Certificazione sulla Parità di Genere: l'attestazione di un impegno di lunga data

Nel 2024 BWH Hotels Italia & Malta ha ottenuto la **certificazione UNI/PdR 125:2022 sulla Parità di Genere**, risultato frutto di iniziative concrete attuate nel tempo per la costruzione di un ambiente lavorativo sempre più inclusivo e innovativo.



Ad accompagnarci in questo percorso è stato il Winning Women Institute, società benefit di consulenza specializzata sugli aspetti di gender equality, che ha curato momenti di formazione, la predisposizione degli adempimenti documentali e ci ha supportati durante le attività di verifica della corretta implementazione delle procedure. Parallelamente, abbiamo istituito un gruppo di lavoro interno interfunzionale, il **Comitato Guida**, che si è occupato di seguire il progetto.

Tra le prime attività, abbiamo redatto un nuovo **Regolamento Aziendale** e studiato il nostro posizionamento attuale, per individuare ambiti di sviluppo prioritari. In questo senso, il Comitato si è già occupato di definire gli **obiettivi** per il prossimo biennio, che toccheranno tanti aspetti dell'esperienza lavorativa dei nostri collaboratori, tra cui corsi di formazione, attività di team building, aggiornamento del mansionario, attività di informazione e sensibilizzazione sui contenuti della certificazione.

Anche nella scelta di immagini, nell'uso del linguaggio, nella progettazione dei siti web emerge il nostro impegno nell'adottare un approccio il più possibile inclusivo, che inglobi tutte le esigenze e peculiarità dei nostri clienti, per sottolineare la ricchezza che le diversità possono donarci. Questo valore deriva sia dai nostri clienti che dai nostri hotel affiliati che offrono servizi personalizzati e su misura per rispondere alle esigenze – uniche – di ciascun ospite.

La nostra dedizione verso queste tematiche si realizza anche mettendoci in ascolto e partecipando a tavoli di lavoro sul tema del **turismo responsabile**. In ambito di inclusività, siamo entrati a far parte del **board di ELTA** (European LGBTQ+ Travel Alliance), l'associazione europea del Turismo LGBTQ+ nata in Italia per promuovere la diversità, l'equità e l'inclusione collaborando con le istituzioni europee e sostenendo le aziende e le destinazioni locali. L'associazione, con sede a Bruxelles, è stata fondata da AITGL – Associazione Italiana Turismo Gay e Lesbian – e ha visto subito aderire due importanti realtà: Visit Bruxelles e l'ENIT – Ente Nazionale Italiano per il Turismo.

Inoltre, per celebrare i valori della diversità e dell'inclusione, che rappresentano un tratto distintivo del nostro Gruppo, abbiamo partecipato come **Ambassador al Milano Pride 2024**.

## Il valore di un'ospitalità accessibile e inclusiva

“ BWH HOTELS ITALIA & MALTA SI IMPEGNA PER RENDERE IL PROPRIO NETWORK ALBERGHIERO ACCESSIBILE E INCLUSIVO, IN GRADO DI RISPONDERE ALLE PIÙ SVARIATE ESIGENZE DEGLI OSPITI.

Il turismo e la possibilità di spostarsi da un luogo ad un altro in libertà e autonomia dovrebbero essere un diritto di tutti. Tuttavia, spesso non è così. BWH Hotels Italia & Malta intende rispondere a questa situazione con politiche e iniziative concrete.

Con questa volontà è nato il progetto **Hotel Accessibili**. Per accogliere al meglio gli ospiti con **disabilità motorie e sensoriali**, BWH Hotels Italia & Malta ha selezionato le camere ideali e gli hotel accessibili, analizzato gli spazi comuni e preparato schede informative. Per ogni albergo è stata preparata una vetrina tecnica con tutte le informazioni utili per il soggiorno: parcheggi, aree comuni, servizi igienici, aree di ristorazione e i dettagli di camere e bagni, per conoscere in anticipo tutte le informazioni logistiche sull'hotel e i servizi disponibili. Grazie anche al supporto e alla consulenza tecnica di **Cityfriend** – startup innovativa a vocazione sociale, nata per rendere l'esperienza turistica più facile e accessibile per tutti – è possibile identificare la struttura che meglio risponde alle specifiche esigenze di ognuno, per vivere un soggiorno in pieno comfort e sicurezza. Inoltre, allo staff degli alberghi vengono offerti dei **corsi di formazione** appositi per offrire la miglior accoglienza possibile a ospiti con disabilità.

Un altro importante tema affrontato da BWH Hotels Italia & Malta è quello dell'inclusione, motivo per cui, su spinta degli albergatori, è nato il progetto **Inclusive Hotel**, realizzato grazie al contributo scientifico de **L'abilità Onlus**. Assicurare una dimensione pienamente positiva del soggiorno in albergo è l'obiettivo di Inclusive Hotel, iniziativa dedicata agli ospiti con **disturbi dello spettro autistico** (ASD - Autism Spectrum Disorders), bambini e adulti, alle loro famiglie e ai caregiver. Per accogliere al meglio gli ospiti, gli staff degli Inclusive Hotel hanno sostenuto un corso di formazione tenuto dagli esperti de L'abilità Onlus. Anche in questo caso, sono state selezionate le camere ideali, analizzati gli spazi comuni e preparato materiali e strumenti per organizzare in anticipo la permanenza in albergo.

A disposizione degli ospiti di Inclusive Hotel:

- Una **Guida Hotel**, ricca di immagini e compilata con font Easy Reading® ad alta leggibilità, scaricabile dal sito [bestwestern.it](https://www.bestwestern.it) e dal sito individuale di ogni hotel, per conoscere in anticipo tutte le informazioni logistiche sulla struttura e i servizi disponibili
- **Schede Informative** tradotte nei simboli della Comunicazione Aumentativa Alternativa per guidare al soggiorno in hotel e offrire informazioni sulla destinazione, disponibili in camera

**68**  
hotel aderiscono  
a **Hotel Accessibili**  
(+62% sul 2023)

**31**  
hotel aderiscono  
a **Inclusive Hotel**





### La partnership con Albergo Etico

Nel 2024, è stato attivato un nuovo progetto in collaborazione con **Albergo Etico**, attraverso cui persone con disabilità lievi e medie vengono formate nella loro "Accademia dell'indipendenza" per poi essere accolte da strutture alberghiere aderenti, come quelle del Network BWH Hotels Italia & Malta.



Al momento, già diversi alberghi hanno accolto con entusiasmo l'iniziativa. Crediamo che collaborare con un/a collega appartenente a una categoria con bisogni specifici possa favorire lo sviluppo delle capacità relazionali dell'intero staff, rendendolo sempre più preparato ad accogliere ospiti con disabilità. Inoltre, rappresenta un'esperienza di grande valore non solo a livello professionale, ma anche umano e personale.

Infine, l'accessibilità e l'inclusione passano anche dalla **navigazione web**. BWH Hotels Italia & Malta ha infatti implementato sul sito di prenotazione degli hotel del Gruppo una serie di funzionalità messe a punto da **AccessiWay** – società verticale sul tema dell'accessibilità digitale che ha l'obiettivo di rendere i contenuti online fruibili a tutte le persone con disabilità – che ne semplificano accesso e navigazione.

Gli utenti di bestwestern.it possono quindi selezionare la modalità di fruizione del sito in base alle loro specifiche esigenze di navigazione. Accedere alla toolbar delle funzionalità è semplice. In basso a destra del monitor, è presente l'icona che permette di impostare le personalizzazioni necessarie a rendere le pagine fruibili in modo più semplice. Nel menù a tendina sono disponibili diverse opzioni che, una volta selezionate, attiveranno le modifiche necessarie. Per citarne alcune: gli utenti affetti da epilessia possono disabilitare le animazioni e ridurre il contrasto dei colori, le persone ipovedenti possono ingrandire in modo rapido le dimensioni dei caratteri e regolare lo zoom della pagina. Grazie all'intelligenza artificiale con cui lavora il Widget, anche gli utenti non vedenti e coloro che hanno necessità di avere un sito navigabile da tastiera possono fruirne in completa autonomia.



## Relazioni con il territorio

Il settore dell'ospitalità è una delle più grandi industrie del mondo e può agire in molti modi significativi come catalizzatore per il cambiamento sociale, **contribuendo alla generazione, condivisione e restituzione di valore sul territorio**.

### Come condividiamo valore

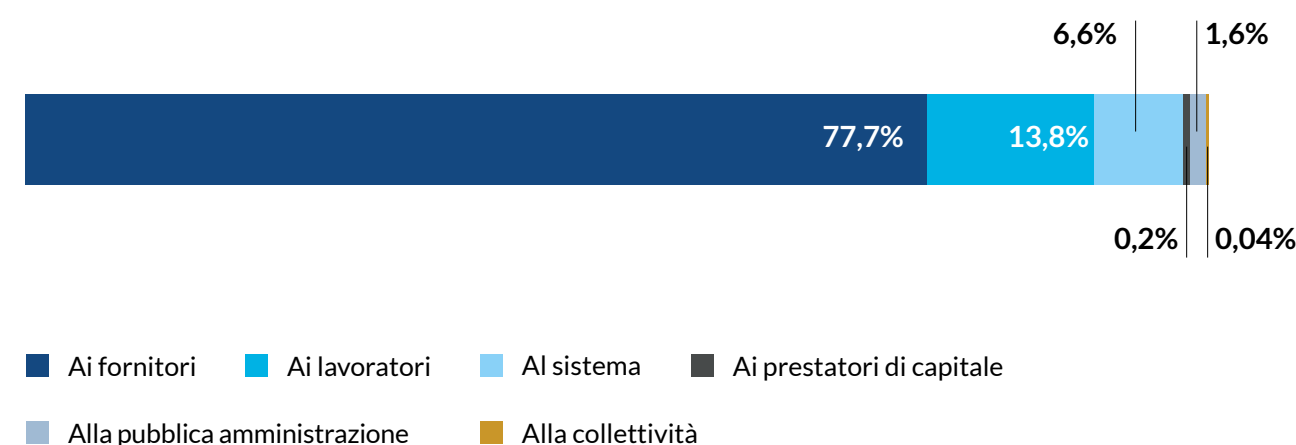
Grazie alle sue attività, BWH Hotels Italia & Malta genera valore economico che viene condiviso con gli stakeholder, valore che gli stakeholder stessi, direttamente o indirettamente, hanno contribuito a produrre attraverso il loro lavoro e le relazioni professionali e commerciali che intercorrono con la sede direzionale e con tutti gli alberghi affiliati.

La distribuzione del valore economico, rappresentata nel grafico, rispecchia quindi la capacità di BWH Hotels Italia & Malta di creare un impatto positivo sulla comunità e lungo l'intera catena del valore. Nell'esercizio 2024, il valore economico complessivamente generato è di 34 milioni di euro di cui il 99,5%, pari a circa 33,9 milioni di euro, è stato distribuito tra gli stakeholder:

- 77,7% ai fornitori, tra cui rientrano i costi operativi per i prodotti e i servizi acquistati;
- 13,8% ai lavoratori, tra cui rientrano gli stipendi, le indennità, i contributi previdenziali e il TFR;
- 6,6% al sistema, sottoforma di utile destinato a riserve;
- 0,2% ai prestatori di capitale, sotto forma di interessi su debiti e prestiti;
- 1,6% alla pubblica amministrazione, sotto forma di tasse e imposte;
- 0,04% alla collettività, sotto forma di sponsorizzazioni, donazioni, investimenti in attività sociali e pro bono.

Solo lo 0,5% del valore economico generato è stato trattenuto.

### Ripartizione del valore economico distribuito





Il nostro approccio di **sostegno alla comunità** prende il via dalla sede centrale, particolarmente sensibile a queste tematiche. Nel 2024 abbiamo investito una somma pari a 15.100 euro in attività a supporto della comunità e del territorio, in particolare sottoforma di donazioni.

La Commissione BeWe, tra le sue numerose attività, si occupa anche di proporre iniziative virtuose rivolte alle comunità locali o a enti e associazioni impegnati in cause di rilevanza sociale. Per esempio, anche quest'anno, in occasione del Natale, è stato deciso di promuovere tra i dipendenti di sede l'acquisto di panettoni e pandori dell'associazione **Circolo Culturale Giovanile di Porta Romana Onlus** e di partecipare all'iniziativa **"Scatole di Natale Milano"**, che assembla scatole regalo che vengono ritirate da diverse associazioni del territorio per essere donate a persone in difficoltà.

Da diversi anni, è data la possibilità ai dipendenti di ricevere i propri acquisti online presso l'ufficio della sede centrale di BWH Hotels Italia & Malta, a fronte di un contributo di 50 centesimi. Con i soldi raccolti, è stata fatta una **donazione alla fondazione I Care Mulagi mission – Uganda** per la realizzazione di una fontana in un villaggio ugandese.

Nel 2024 abbiamo **sponsorizzato il ciclista paralimpico** plurimedagliato Andrea Devicenzi, ospitandolo nei nostri hotel negli Stati Uniti durante il suo tour "2024 Blues Highways" da Chicago a New Orleans. Sempre in ambito sportivo, abbiamo sponsorizzato la quarta tappa del **Giro Handbike**, la più grande manifestazione paraciclistica in Italia.

Nell'ambito del nostro impegno per la diffusione dei valori della parità e dell'inclusione, quest'anno abbiamo attivato una nuova partnership con **We World**, associazione umanitaria che lavora per garantire i diritti di donne, bambine e bambini, in 26 Paesi del mondo. Dipendenti e collaboratori della sede centrale e degli hotel del Network hanno corso al fianco di We World alla **Milano Relay Marathon** per sostenere la parità di genere e lottare contro la violenza sulle donne. Inoltre, in occasione della giornata contro la violenza sulle donne ci siamo uniti alla campagna **Un Rosso alla Violenza**, promossa da We World e Serie A, per condividere un messaggio che liberi le vittime di violenza dalla colpa e promuova una cultura del rispetto e della responsabilizzazione.

Aprescindere dalle iniziative specifiche, durante tutto l'anno vengono mantenuti contatti con diverse **associazioni**, anche su stimolo dei singoli dipendenti che possono proporre realtà da sostenere a cui tengono particolarmente.

### Le associazioni sostenute da BWH Hotels Italia & Malta



Anche le collaborazioni di lunga data che intratteniamo con importanti **università**, come Bocconi, IULM e LIUC, contribuiscono a condividere valore sul territorio, in particolar modo verso le nuove generazioni e i lavoratori di domani.

Infine, anche **clienti e ospiti sono spesso coinvolti** nelle iniziative e nelle cause supportate da BWH Hotels Italia & Malta attraverso il programma di fedeltà Best Western Rewards. I clienti possono infatti convertire i punti fedeltà in donazioni alle associazioni sostenute. In aggiunta, beneficiano di iniziative una tantum promosse dal Gruppo. Per esempio, nel 2024, gli ospiti fidelizzati hanno ricevuto dei libri fuori catalogo, sottratti al macero, offerti da un editore con cui è stato sviluppato un progetto di recupero.

## Ruolo virtuoso nel territorio<sup>20</sup>

“OGNI ALBERGO NON È UN’ENTITÀ A SÉ STANTE, MA UN’ORGANIZZAZIONE CHE STRINGE E COLTIVA RELAZIONI CON GLI ATTORI DEL TERRITORIO, IL QUALE RAPPRESENTA PARTE INTEGRANTE DELL’IDENTITÀ E DEL VALORE DELL’HOTEL STESSO, E CHE OFFRE OPPORTUNITÀ DI SVILUPPO ECONOMICO, CULTURALE E SOCIALE.

Le strutture alberghiere contribuiscono alle economie locali attraverso l'**assunzione di personale della zona**. Questo fattore può concorrere anche nel proporre un miglior servizio ai propri clienti: infatti, uno staff locale permette di fornire una serie di consigli sulle opportunità culturali, artistiche, naturali e di svago offerte dal territorio che si basano sull'esperienza personale e, per questo, ancora più utili e preziosi.

**91%**  
degli hotel impiega almeno  
il 50% di dipendenti locali<sup>21</sup>

**63%**  
degli hotel ha almeno  
il 50% di dirigenti locali

**70%**  
degli hotel impiega  
dipendenti donne in percentuale  
superiore al 50%

**87%**  
degli hotel ha ospitato o  
ospiterà programmi di alternanza  
scuola-lavoro<sup>22</sup>

Lo sviluppo delle economie locali può essere ulteriormente supportato dall'attività di **promozione** da parte degli alberghi stessi delle **attività imprenditoriali e artigianali della zona**, creando un indotto positivo nel territorio. Gli hotel, infatti, hanno l'opportunità di collaborare con piccole imprese come boutique, guide turistiche o ristoranti e contribuire a garantire che abbiano entrate continue durante la stagione turistica e non solo. Nel 2024, 80 hotel del Network dichiarano di aver messo a disposizione degli spazi dedicati alla promozione di prodotti e servizi di realtà locali, in aumento rispetto ai 67 del 2023.

Anche le relazioni con gli **enti del territorio**, soprattutto quelle in ambito di turismo, possono contribuire a generare valore condiviso per tutte le parti coinvolte. Collaborare con enti e associazioni impegnate nel turismo locale significa per gli hotel arricchire la propria offerta e, al contempo, partecipare allo sviluppo del territorio: facendo rete, gli hotel possono concordare offerte riservate e prezzi agevolati per i servizi messi a disposizione dalla zona, come visite a beni culturali ed esperienze sportive e in natura.

<sup>20</sup> I dati percentuali presentati in questo capitolo, se non altrimenti indicato, sono frutto di un'elaborazione dei dati 2024 forniti dai 133 alberghi che hanno compilato Stay for the Planet.

<sup>21</sup> Per locali si intende residenti nel raggio di 30 km.

<sup>22</sup> Negli ultimi 12 mesi o nei prossimi 12 mesi.



Dall'altro lato, gli alberghi possono partecipare ancora più direttamente alla promozione del territorio sostenendone le cause ambientali e sociali attraverso donazioni, sponsorizzazioni e investimenti.

**68%**  
degli hotel è partner  
di enti del turismo locale

**59%**  
degli hotel sostiene  
le comunità locali con  
donazioni, sponsorizzazioni  
o investimenti

Il ruolo di BWH Hotels Italia & Malta è anche quello di ampliare eventuali iniziative sociali di particolare rilievo, individuando le strutture più opportune a sostenere il progetto e sensibilizzando i Soci. Ne è un esempio Soggiorno Sereno: l'iniziativa di solidarietà prevede l'offerta di soggiorni gratuiti a famiglie economicamente svantaggiate, in viaggio per motivi di cura ospedaliera.

A Roma, dove l'attività si svolge da una ventina d'anni, Soggiorno Sereno coinvolge più di 30 alberghi, di cui 13 appartenenti al Network BWH Hotels Italia & Malta. L'iniziativa si sta gradualmente estendendo a nuove destinazioni, in particolare Parma, con due strutture, e Reggio Emilia, dove un albergatore si è reso disponibile per individuare un'associazione che possa fare da tramite tra ospedale e struttura. Più recentemente, abbiamo avviato il progetto anche a Milano, in collaborazione con Federalberghi Milano, Monza-Brianza, Lodi e la Fondazione De Marchi, impegnata nel sostegno dei bambini colpiti da gravi malattie croniche. Nel capoluogo lombardo dal 2023 aderiscono cinque strutture.

### I numeri di Soggiorno Sereno<sup>23</sup>



Roma

**13** hotel

**350** notti  
in hotel BWH  
(su 3.596 totali)

Parma e  
Reggio Emilia

**3** hotel

**81** notti  
in hotel BWH  
(su 173 totali)

Milano

**5** hotel

**25** notti  
in hotel BWH  
(su 52 totali)

<sup>23</sup> Dati 2024 riferiti alle strutture del Network di BWH Hotels Italia & Malta aderenti al progetto.

## Armonia in rosa

È stato anche il caso di "Armonia in Rosa", progetto promosso in origine dal BW Plus Park Hotel di Pordenone e poi esteso a diverse altre strutture grazie alla collaborazione con le sedi locali della **Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori** (LILT). In occasione del "Mese Rosa", sono state organizzate cinque serate itineranti dedicate alla lotta al tumore al seno a cui hanno partecipato esperti e ricercatori del campo che hanno curato dei talk sull'importanza della prevenzione, mentre una style coach ha tenuto dei workshop di stile e armocromia. Sono stati lo sfondo degli incontri il BW City Hotel di Bologna, il BW Plus Park Hotel di Pordenone, il BW Plus Hotel Universo di Roma, il BW Hotel Madison e il WorldHotel Cristoforo Colombo di Milano.





## È l'insieme di tante singole azioni a fare la differenza

Numerosi hotel promuovono, **su spinta spontanea, iniziative a impatto positivo**. Queste attività concorrono al valore collettivo creato dal Network e, soprattutto, agiscono capillarmente sull'intero territorio, grazie alla presenza diffusa di BWH Hotels Italia in tutte le Regioni.



### BEST WESTERN ARMANDO HOTEL E BEST WESTERN PLUS HOTEL DE' CAPULETI - VERONA

Il Best Western Plus Hotel De' Capuleti e il Best Western Hotel Armando sostengono attivamente l'associazione **Ronda della Carità di Verona**, donando il cibo in esubero dai buffet e arredi o altri materiali non più necessari. La Ronda della Carità di Verona OdV è un'associazione di volontariato che opera con dedizione per fornire assistenza concreta alle persone in condizioni di difficoltà ed emarginazione, con particolare attenzione a chi non ha una dimora stabile. Attraverso il lavoro dei suoi volontari, l'associazione offre cibo, indumenti e coperte, sostegno a livello sanitario, legale e abitativo, impegnandosi inoltre nell'attivazione di percorsi di riscatto sociale.



### BEST WESTERN PALACE INN HOTEL - FERRARA

Il Best Western Palace Inn Hotel in collaborazione con l'ente **Parco Regionale del Delta del Po**, nel mese di dicembre, ha ospitato nei suoi spazi la presentazione del calendario fotografico 2025 dedicato alla diversità biologica del parco.

L'iniziativa nasce per sensibilizzare l'opinione pubblica sull'importanza della **conservazione della biodiversità**, offrendo uno sguardo suggestivo sulle meraviglie naturali dell'area protetta attraverso le immagini donate da fotografi naturalisti. Il Delta del Po, ecosistema di inestimabile valore, ospita numerose specie animali, alcune delle quali necessitano di una costante tutela per contrastare le minacce generate dall'attività umana. La presentazione del calendario ha dunque mirato ad accrescere la consapevolezza sulla ricchezza faunistica del territorio, mettendo in luce il lavoro svolto dall'ente Parco Delta del Po e sottolineando l'urgenza di azioni mirate alla salvaguardia di questo prezioso patrimonio naturale.



### BEST WESTERN PLUS EXECUTIVE HOTEL AND SUITES - TORINO

Il Best Western Plus Executive Hotel and Suites di Torino ha scelto di valorizzare un simbolo iconico della città di Torino: il Toret, le storiche fontanelle che sono un patrimonio unico e inconfondibile del territorio. L'hotel ha **adottato il Toret** di Piazza Donatello, situato nel quartiere di San Salvario, impegnandosi a garantirne la manutenzione e la cura nel tempo. Successivamente l'impegno è stato esteso ad altri Toret presenti nel Parco del Valentino e in Piazza San Carlo. Per promuovere l'iniziativa, l'hotel ha inserito queste fontane come tappe nel tour in bicicletta che propone ai suoi ospiti. In questo modo, chi noleggia una bicicletta presso la struttura ha l'opportunità di scoprire la città e, allo stesso tempo, godere di un momento di ristoro gratuito, avvicinandosi alla tradizione torinese e alla storia di queste iconiche fontanelle.



### BEST WESTERN PLUS HOTEL BOLOGNA - MESTRE

Il Best Western Plus Hotel Bologna di Mestre sostiene attivamente la **tutela della fauna locale** e la **conservazione dell'ecosistema lagunare**, contribuendo alla costruzione di casette per gli uccelli nel territorio attraverso l'**associazione LIPU di Venezia**. Il territorio è infatti ricco di riserve naturali come l'Oasi Cave Gaggio, la Riserva naturale Ca' Roman a Pellestrina nonché l'Oasi San Nicolò, ambienti unici che ospitano una straordinaria varietà di specie e svolgono un ruolo essenziale nel mantenimento dell'equilibrio ecologico. Salvaguardare la biodiversità della laguna significa non solo proteggere la fauna locale, ma anche preservare le zone umide, fondamentali per la regolazione del clima, la qualità dell'acqua e il sostentamento di numerosi ecosistemi. Un impegno concreto per valorizzare e proteggere il patrimonio naturale del territorio.







#### BEST WESTERN GRAND HOTEL GUINIGI - LUCCA

Il Best Western Grand Hotel Guinigi di Lucca ospita un'importante iniziativa dedicata agli illustri **scienziati lucchesi** Eugenio Barsanti e Felice Matteucci, pionieri del motore a scoppio. All'ingresso della struttura è esposto un modello del loro storico motore, simbolo del loro contributo all'innovazione. La scelta del Best Western Grand Hotel Guinigi, punto di riferimento nell'accoglienza e nello scambio culturale, evidenzia la sinergia tra la Fondazione Barsanti e Matteucci e la struttura per promuovere cultura e turismo locale. Gli ospiti hanno così l'opportunità di scoprire un pezzo di storia e proseguire la visita al Museo del centro storico, approfondendo le innovazioni di Barsanti e Matteucci. L'iniziativa si inserisce in un più ampio percorso di valorizzazione del territorio, della cultura e della storia di Lucca che l'hotel continua a promuovere nel tempo.



#### BEST WESTERN PLUS CITY HOTEL E BEST WESTERN HOTEL PORTO ANTICO - GENOVA

Il Best Western Plus City e il Best Western Plus Porto Antico supportano attivamente **Music for Peace**, un'organizzazione umanitaria nata nei primi anni '90 a Genova per promuovere la solidarietà e l'aiuto concreto a chi si trova in difficoltà. L'associazione, nel corso degli anni, ha sviluppato numerosi progetti a forte impatto sociale, coinvolgendo cittadini, imprese e istituzioni in iniziative di supporto alle fasce più vulnerabili della popolazione. Tra queste, una delle attività più significative è la **raccolta di generi alimentari, beni di prima necessità e materiale scolastico**, che vengono successivamente distribuiti alle famiglie e alle comunità in stato di bisogno sia a livello locale che internazionale.



#### BEST WESTERN HOTEL BLUMAREA - CASTELSARDO

Il Best Western Hotel Blumarea di Castelsardo, **aderendo alla Carta Europea del Turismo Sostenibile nelle Aree Protette (CETS)**, si impegna a sviluppare un'offerta turistica qualificata che coniughi l'esplorazione del territorio con la tutela dell'ambiente e del patrimonio culturale. Nelle sue attività, l'hotel collabora con altre due imprese certificate CETS all'interno del Parco Nazionale dell'Asinara: il **Sea Project Castelsardo A.S.D.**, impegnato nella protezione dei fondali marini, e il **Bulli Surf Club Castelsardo A.S.D.** con il quale organizza giornate di sensibilizzazione sulla pulizia delle spiagge e corsi di Yoga in hotel. Grazie a queste sinergie, l'hotel contribuisce alla diffusione di un turismo più consapevole e rispettoso dell'ecosistema locale.



#### BEST WESTERN PLUS PARK HOTEL - PORDENONE

Il Best Western Plus Park Hotel Pordenone ha ospitato l'evento finale **GREEN IT YOUR WORK** del **progetto europeo CERV**, in collaborazione con Ubik Art. L'iniziativa ha riunito delegazioni provenienti da otto paesi (Romania, Croazia, Cipro, Croazia, Cipro, Grecia, Irlanda, Slovenia, Spagna e Italia) per promuovere il coinvolgimento delle **nuove generazioni nella transizione ecologica** e nella creazione di opportunità lavorative green per città più sostenibili. Oltre a garantire una calda accoglienza ai partecipanti, l'hotel, forte di un impegno consolidato in ambito sociale e ambientale, ha messo a disposizione i propri spazi per l'intera durata dell'evento, organizzando sessioni divulgative per condividere le proprie migliori pratiche nell'ambito dell'ospitalità responsabile, della sostenibilità sociale e culturale. Un'occasione importante per rafforzare il dialogo e la collaborazione tra le diverse realtà europee impegnate nella promozione della sostenibilità.





# Appendice





# Nota metodologica

Questa seconda edizione del Report di Sostenibilità di BWH Hotels Italia & Malta (anche “Società Cooperativa” o “Società”) fa riferimento al periodo compreso tra il 1° gennaio e 31 dicembre 2024 e rappresenta uno strumento per comunicare in modo trasparente, ai propri stakeholder, gli impatti dell’azienda nei principali ambiti di sostenibilità.

Il perimetro di rendicontazione del presente documento è costituito da BWH Hotels Italia & Malta, che ha sede legale a Milano, in Via Livraghi, 1/b.

Il Report di Sostenibilità 2024 è stato redatto adottando i “Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards” definiti nel 2021 dal Global Reporting Initiative (GRI), secondo l’opzione “With reference to the GRI Standards”. Il GRI è il riferimento più diffuso a livello internazionale per la rendicontazione di sostenibilità; si tratta di un’associazione indipendente internazionale che promuove lo sviluppo di una rendicontazione volontaria delle performance economiche, ambientali e sociali. In appendice al documento è presente l’ “Indice dei contenuti GRI”, con il dettaglio delle informazioni qualitative e quantitative rendicontate in conformità alle linee guida sopra menzionate.

I contenuti del presente Report sono stati individuati attraverso un processo di analisi di materialità, che ha permesso di identificare le tematiche di sostenibilità più rilevanti per BWH Hotels Italia & Malta e i suoi stakeholder. In appendice sono presentati nel dettaglio i risultati dell’analisi degli impatti svolta per la definizione dei temi materiali, come previsto dall’indicatore GRI 3: Temi materiali.

Per restituire un quadro esaustivo e completo degli andamenti del Gruppo, laddove possibile, i dati pubblicati sono stati presentati in forma comparativa. Le informazioni quantitative per le quali è stato fatto ricorso a stime sono state debitamente segnalate. Si precisa inoltre che eventuali riesposizioni dei dati comparativi precedentemente pubblicati sono chiaramente indicate come tali all’interno del documento.

Con riferimento agli adempimenti ai sensi della normativa sulle Società Benefit, si dichiara che il presente documento adempie all’obbligo di rendicontazione della Relazione di Impatto. Sono presentati, infatti, le finalità di beneficio comune di BWH Hotels Italia & Malta, gli obiettivi ad esse connessi, lo stato di avanzamento nell’anno di rendicontazione e gli impegni per il prossimo esercizio. Inoltre, in appendice sono presentate anche la valutazione di impatto riferita all’anno 2024 effettuata con lo strumento del B Impact Assessment e un indice sintetico che riconcilia i contenuti del presente Report con le richieste informative del Global Compact delle Nazioni Unite, a cui BWH Hotels Italia & Malta aderisce dal 2024, rendendo il presente documento equiparabile alla Communication on Progress annuale.

La redazione del documento è avvenuta in modalità partecipata, con il coordinamento della funzione Membership Marketing & ESG. Il Report di Sostenibilità è stato sottoposto a valutazione della direzione e approvazione del CdA.

Il presente Report non è stato sottoposto a revisione da parte di un ente terzo indipendente.

# Valutazione d’impatto

Per misurare in modo oggettivo i propri impatti, le Società Benefit devono fare ricorso a uno standard di valutazione esterno, sviluppato da una terza parte indipendente, che sia credibile e trasparente.

Come la maggior parte delle Società Benefit, BWH Hotels Italia & Malta ha fatto ricorso al **B Impact Assessment** (BIA) sviluppato dall’organizzazione non profit **B Lab**. Questo strumento, disponibile gratuitamente online in tutto il mondo, permette di misurare il proprio impatto in cinque aree, andando a coprire gli ambiti di valutazione previsti dalla normativa sulle Società Benefit.

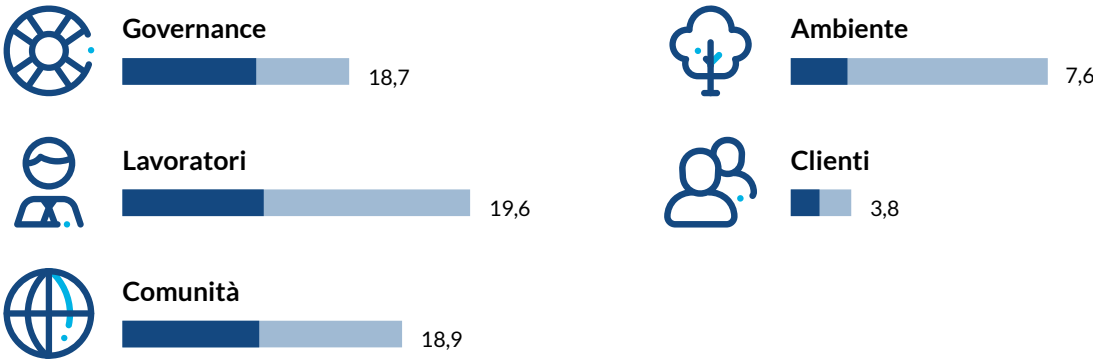
Il risultato del B Impact Assessment è espresso con un punteggio complessivo relativo all’azienda, compreso tra 0 e 200, dettagliato nelle **cinque aree di impatto** principali considerate:

- **Governance**: tematiche relative a gestione e amministrazione etiche, trasparenza delle informazioni, mission aziendale, coinvolgimento degli stakeholder
- **Dipendenti**: tematiche relative a composizione dell’organico, politiche di gestione delle risorse umane, salute e sicurezza, sviluppo, benessere e soddisfazione dei dipendenti
- **Comunità**: tematiche relative a diversità e inclusione, gestione della catena di fornitura e impegno civico dell’organizzazione
- **Ambiente**: tematiche relative a uso e gestione delle risorse naturali e degli impatti ambientali
- **Clienti**: tematiche relative a interazione con i clienti e impatto dei prodotti/servizi commercializzati

L’attività di misurazione degli impatti si è conclusa con un punteggio di .



Di seguito, la sintesi del profilo d’impatto di BWH Hotels Italia & Malta:





# Analisi degli impatti

Di seguito sono riassunti i principali impatti di BWH Hotels Italia & Malta distinti tra **positivi e negativi** e ricondotti ai relativi temi materiali di riferimento. Gli impatti possono essere **attuali**, se si sono già verificati, o **potenziali**. Inoltre, considerando la peculiarità della struttura del Gruppo, alcuni impatti possono derivare direttamente dalle attività gestite dalla sede centrale, mentre su altri aspetti la Società Cooperativa esercita solo un ruolo di indirizzo in quanto operativamente gestiti dalle strutture affiliate (impatti indiretti di BWH Hotels Italia & Malta). L'analisi degli impatti, infatti, permette all'organizzazione di ragionare sugli effetti che genera o potrebbe generare su persone, ambiente ed economia, tenendo in considerazione le peculiarità del settore in cui opera. Su questa base, l'Azienda può pianificare azioni rilevanti di gestione, mitigazione e prevenzione degli stessi, nel caso di impatti negativi, o di rafforzamento e amplificazione, per quelli positivi.

## Impatti negativi

Tem​i materiali	Impatti negativi
Pratiche di approvvigionamento	<ul style="list-style-type: none"><li>Consumo di risorse naturali a monte della catena del valore necessarie per produrre i prodotti approvvigionati</li><li>Mancato rispetto dei diritti dei lavoratori impiegati dai partner lungo la catena del valore</li></ul>
Promozione della gestione responsabile degli impatti ambientali del Network	<ul style="list-style-type: none"><li>Rilascio diretto e indiretto di gas climalteranti determinato da attività di trasporto e spostamento lungo la catena del valore e dal consumo di energia da fonti fossili per la gestione delle strutture affiliate</li><li>Consumo di risorse e produzione di rifiuti dovuti all'uso di prodotti monouso o non rinnovabili e spreco di risorse dovuto a eccedenze alimentari</li></ul>
Sviluppo e valorizzazione del personale	<ul style="list-style-type: none"><li>Diminuzione del benessere dei lavoratori e violazione dei loro diritti dovuti a un inadeguato bilanciamento tra vita privata e lavoro, insorgenza di stress da lavoro correlato e pratiche di remunerazione inadeguate/inique</li></ul>
Salute e sicurezza	<ul style="list-style-type: none"><li>Danni alla salute degli ospiti causati dalla mancata assicurazione di un livello adeguato di sicurezza alimentare e qualità dei prodotti alimentari offerti</li><li>Infortuni collegati alle attività lavorative e insorgenza di malattie professionali che compromettono la salute dei lavoratori</li></ul>
Etica, integrità e valore economico	<ul style="list-style-type: none"><li>Danno a soggetti terzi o Pubblica Amministrazione derivato da comportamenti non etici o reati nella gestione del business (es. corruzione, conflitto di interessi, pratiche commerciali scorrette)</li><li>Danno a terzi dovuto a perdite economiche e/o mancati guadagni legati a inefficienze organizzative e gestionali o a rischi reputazionali</li></ul>
Customer satisfaction, qualità e digitalizzazione dei servizi	<ul style="list-style-type: none"><li>Violazione dei dati personali di pagamento degli ospiti ed eventuale danno economico conseguente, dovuti al mancato funzionamento dei sistemi di sicurezza</li><li>Mancata soddisfazione dei clienti e degli ospiti con conseguente aumento dei reclami a causa di servizi non conformi</li></ul>
Gestione degli impatti ambientali di sede	<ul style="list-style-type: none"><li>Rilascio diretto e indiretto di gas a effetto serra dovuto al consumo di energia da fonti fossili e all'uso di server per la gestione dei processi</li><li>Consumo di materie prime legato allo svolgimento delle attività d'ufficio e produzione di rifiuti che, se non correttamente smaltiti, possono inquinare gli ecosistemi</li></ul>
Rapporti con le comunità locali e valorizzazione del territorio	<ul style="list-style-type: none"><li>Danno alla biodiversità, al paesaggio e modifica della morfologia del territorio dovuti alle strutture alberghiere e ai flussi che generano</li><li>Inquinamento, danno al territorio e disturbo alle comunità locali dovuti alla presenza di flussi turistici non gestiti adeguatamente</li></ul>

## Impatti positivi

Tem​i materiali	Impatti positivi
Pratiche di approvvigionamento	<ul style="list-style-type: none"><li>Tutela dei diritti umani e dei diritti dei lavoratori lungo la catena di fornitura</li><li>Riduzione degli effetti su clima, consumo di suolo e di risorse attraverso la preferenza di approvvigionamento di prodotti alimentari stagionali, locali, biologici</li></ul>
Promozione della gestione responsabile degli impatti ambientali del Network	<ul style="list-style-type: none"><li>Contributo alla transizione sostenibile attraverso la sensibilizzazione su temi ambientali e climatici e la promozione dell'acquisto di energia da fonti rinnovabili da parte degli hotel affiliati</li><li>Riduzione del consumo di risorse – e della conseguente produzione di rifiuti – e dello spreco alimentare tramite sensibilizzazione a scelte d'acquisto e di consumo responsabili e promozione di partnership</li><li>Aumento della consapevolezza dei soci affiliati sugli impatti ambientali generati dalle strutture attraverso la messa a disposizione di servizi e strumenti di gestione (es. Stay for the Planet)</li></ul>
Sviluppo e valorizzazione del personale	<ul style="list-style-type: none"><li>Tutela del benessere dello staff impiegato presso gli hotel affiliati attraverso sensibilizzazione, iniziative specifiche, welfare</li><li>Valorizzazione delle risorse umane attraverso la tutela dei loro diritti, il supporto alla crescita delle loro competenze professionali e personali tramite la formazione e iniziative di welfare e clima favorevole</li></ul>
Sviluppo del Network e del settore	<ul style="list-style-type: none"><li>Contributo a sviluppo e innovazione del settore in chiave sostenibile attraverso progettazione di iniziative o adesione a progetti/programmi</li><li>Aumento delle competenze e contributo allo sviluppo professionale degli hotel affiliati</li><li>Cambiamento dei comportamenti degli ospiti attraverso la sensibilizzazione all'adozione di pratiche a minor impatto</li><li>Contributo ad aumentare la numerosità, disponibilità e accessibilità di strutture e servizi per viaggiare in modo più sostenibile</li></ul>
Salute e sicurezza	<ul style="list-style-type: none"><li>Tutela della salute e della sicurezza degli ospiti degli hotel affiliati attraverso la garanzia del rispetto degli standard di sicurezza prescritti</li><li>Tutela della salute e del benessere dei lavoratori attraverso la sensibilizzazione e la formazione su rischi, pratiche di prevenzione e primo soccorso, iniziative di welfare e clima favorevole</li></ul>
Etica, integrità e valore economico	<ul style="list-style-type: none"><li>Creazione di valore economico nel lungo termine</li><li>Tutela della privacy degli ospiti degli hotel affiliati, attraverso pratiche di protezione dei dati e dei sistemi informatici</li></ul>
Customer satisfaction, qualità e digitalizzazione dei servizi	<ul style="list-style-type: none"><li>Benessere e soddisfazione dei clienti e degli ospiti attraverso l'assicurazione del livello di sicurezza e di qualità delle strutture e la digitalizzazione dei servizi offerti</li></ul>
Gestione degli impatti ambientali di sede	<ul style="list-style-type: none"><li>Contributo alla transizione energetica attraverso investimenti in energia da fonti rinnovabili</li><li>Riduzione del consumo di materie prime (es. carta, toner) tramite la digitalizzazione e informatizzazione dei processi</li></ul>
Accessibilità e inclusività	<ul style="list-style-type: none"><li>Promozione di un'ospitalità accessibile, anche economicamente, attraverso pratiche di inclusività e non discriminazione (es. abbattimento barriere linguistiche, alla disabilità, ecc.)</li></ul>
Rapporti con le comunità locali e valorizzazione del territorio	<ul style="list-style-type: none"><li>Sviluppo economico delle comunità nelle aree interessate attraverso l'assunzione di personale locale, l'investimento in progetti sociali e alla presenza degli hotel affiliati che attraggono flussi turistici e investimenti</li></ul>



Indicatori di performance

ORGANIZZAZIONE

Composizione del massimo organo di governo

Nome e cognome	Ruolo	Indipendenza	Numero di altre posizioni o impegni significativi ricoperti	Genere	Appartenenza a gruppi sociali sotto-rappresentati	Competenze su temi economici, ambientali e sociali	Rappresentazione stakeholder
Walter Marcheselli	Presidente	Sì	0	M	n/a	Sì	Sì
Giovanni Simonetto	Vicepresidente	Sì	3	M	n/a	Sì	Sì
Francesco Incerti	Vicepresidente	Sì	0	M	n/a	Sì	Sì
Andrea Boccardi	Consigliere	Sì	2	M	n/a	Sì	Sì
Fabio Borio	Consigliere	Sì	1	M	n/a	Sì	Sì
Ludovica Clarioni	Consigliere	Sì	0	F	n/a	Sì	Sì
Maria De Scrilli	Consigliere	Sì	0	F	n/a	Sì	Sì
Camilla Doni	Consigliere	Sì	2	F	n/a	Sì	Sì
Antonio Perrone	Consigliere	Sì	0	M	n/a	Sì	Sì
Gina Primavera	Consigliere	Sì	0	F	n/a	Sì	Sì

ENERGIA

Energia consumata all'interno dell'organizzazione<sup>24</sup>

In GJ	2024	2023	2022
Consumo totale di combustibile all'interno dell'organizzazione proveniente da fonti di energia non rinnovabili			
Gas naturale per il riscaldamento	277	263	458
Carburanti per la flotta auto aziendale	474	863	675
di cui diesel	437	844	666
di cui benzina <sup>25</sup>	38	19	9
Consumo di energia acquistata			
Elettricità consumata	269	257	290
di cui proveniente da fonti di energia rinnovabile (acquisto di Garanzie di Origine)	269	257	-
Totale energia consumata all'interno dell'organizzazione	1.019	1.383	1.423
di cui energia rinnovabile	26,3%	18,6%	-
Intensità energetica complessiva (GJ/dipendenti) <sup>26</sup>	11,2	16,9	20,3

<sup>24</sup> I dati sul consumo di carburante 2023 e 2022 sono stati riesposti a fronte dell'utilizzo di fattori di conversione più aggiornati.

<sup>25</sup> I consumi fanno riferimento a 9 veicoli della flotta aziendale e sono stati stimati a partire dai km percorsi dichiarati dagli utilizzatori in nota spesa.

<sup>26</sup> L'intensità energetica è calcolata rapportando il totale dei consumi di gas naturale, energia elettrica e carburanti al numero di dipendenti della Società Cooperativa.



EMISSIONI<sup>27</sup>

Emissioni dirette e indirette di GHG (Scope 1 e 2) e intensità delle emissioni GHG

In t CO <sub>2</sub> e	2024	2023	2022
Emissioni dirette <sup>28</sup>	49,17	76,11	73,21
Emissioni indirette - Location-based <sup>29</sup>	23,03	19,24	21,72
Emissioni indirette - Market-based <sup>30</sup>	-	-	37,04
<b>Totale Emissioni Scope 1 + Scope 2 LB</b>	<b>72,20</b>	<b>95,36</b>	<b>94,92</b>
<b>Totale Emissioni Scope 1 + Scope 2 MB</b>	<b>49,17</b>	<b>76,11</b>	<b>110,25</b>
Intensità delle emissioni dirette (t CO <sub>2</sub> e/m <sup>2</sup> )	0,038	0,059	0,057
Intensità delle emissioni dirette (t CO <sub>2</sub> e/dipendenti)	0,540	0,928	1,046
Intensità delle emissioni indirette - Location-based (t CO <sub>2</sub> e/dipendenti)	0,253	0,235	0,310
Intensità delle emissioni indirette - Market-based (t CO <sub>2</sub> e/dipendenti)	-	-	0,529
Intensità delle emissioni Scope 1 + Scope 2 LB (t CO <sub>2</sub> e/dipendenti)	0,793	1,163	1,356
Intensità delle emissioni Scope 1 + Scope 2 MB (t CO <sub>2</sub> e/dipendenti)	0,540	0,928	1,575

<sup>27</sup> Ai fini del calcolo delle emissioni GHG sono stati considerati i seguenti gas serra: CO2, CH4 N2O.

<sup>28</sup> I dati 2023 e 2022 sono stati riesposti a fronte di una revisione del calcolo delle emissioni associate alla flotta aziendale. Fonte del coefficiente di emissione per il gas naturale: ISPRA, Italian Greenhouse Gas Inventory 1990-2020. National Inventory Report 2023. Fonte dei coefficienti di emissione per benzina e diesel: rielaborazioni a partire da ISPRA, Italian Greenhouse Gas Inventory 1990-2020. National Inventory Report 2023.

<sup>29</sup> Fonte del coefficiente di emissione: ISPRA, Italian Greenhouse Gas Inventory 1990-2020. National Inventory Report 2023.

<sup>30</sup> Fonte del coefficiente di emissione: Association of Issuing Bodies (AIB), European Residual Mixes 2022.

MATERIALI

Materiali utilizzati per peso e volume e materiali che provengono da riciclo

In t	2024	2023 <sup>31</sup>	2022	Provenienti da fonti rinnovabili
<b>Materiali da ufficio</b>				
Carta	4,0	4,0	4,5	X
di cui FSC/PEFC	4,0	4,0	4,5	X
Plastica	1,0	1,0	1,5	

RIFIUTI

Rifiuti prodotti<sup>32</sup>

In t	2024	2023 <sup>33</sup>	2022
<b>Totale rifiuti non pericolosi</b>	<b>5,85</b>	<b>6,35</b>	<b>6,83</b>
Carta e cartone	4,00	4,00	4,50
Plastica	1,00	1,50	1,50
Organico	0,25	0,25	0,23
Indifferenziato	0,60	0,60	0,60
<b>Totale rifiuti pericolosi</b>	<b>0,02</b>	<b>0,02</b>	<b>0,04</b>
Toner	0,02	0,02	0,04
<b>Totale rifiuti</b>	<b>5,87</b>	<b>6,37</b>	<b>6,87</b>

<sup>31</sup> I dati 2023 e 2022 sono stati riesposti a fronte dell'utilizzo di una metodologia di monitoraggio e stima più precisa.

<sup>32</sup> I dati sulla produzione di rifiuti sono frutto di stima effettuata in collaborazione con la società fornitrice del servizio di pulizia: è stato monitorato il peso dei sacchi di rifiuti prodotti per un periodo, moltiplicato per ottenere un dato su base annua.

<sup>33</sup> I dati 2023 e 2022 sulla produzione di rifiuti non pericolosi sono stati riesposti a fronte dell'utilizzo di una metodologia di monitoraggio e stima più precisa.



DIPENDENTI E COLLABORATORI

Dipendenti per contratto di lavoro e genere

Contratto di lavoro	2024			2023			2022		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Indeterminato	59	26	85	52	28	80	48	22	70
Determinato	3	3	6	2	-	2	-	-	-
Totale	62	29	91	54	28	82	48	22	70

Dipendenti per tipologia di contratto e genere

Tipologia di contratto	2024			2023			2022		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Full-time	50	29	79	44	28	72	36	22	58
Part-time	12	-	12	10	-	10	12	-	12
Totale	62	29	91	54	28	82	48	22	70

Lavoratori non dipendenti

	2024	2023	2022
Stagisti	5	3	6
Lavoratori a progetto	1	1	1
Partiva IVA	1	1	-
Lavoratori in appalto (art. 14 legge n. 68/99)	2	-	-
Totale	9	5	7

OCCUPAZIONE

Numero di assunzioni per genere e fascia d'età dei dipendenti

Genere	2024				2023				2022			
	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
Donne	4	5	-	9	6	3	-	9	2	2	-	4
% sui dipendenti	50,0%	12,2%	-	14,5%	85,7%	7,9%	-	0,2%	66,7%	5,4%	-	8,3%
Uomini	3	2	-	5	3	3	-	6	2	2	-	4
% sui dipendenti	50,0%	11,1%	-	17,2%	0,8%	15,0%	-	0,2%	100,0%	12,5%	-	18,2%
Totale	7	7	-	14	9	6	-	15	4	4	-	8
% sui dipendenti	50,0%	11,9%	-	15,4%	81,8%	10,3%	-	18,3%	80,0%	7,5%	-	11,4%

Numero di cessazioni per genere e fascia d'età dei dipendenti

Genere	2024				2023				2022			
	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
Donne	1	-	-	1	1	2	-	3	-	3	1	4
% sui dipendenti	12,5%	-	-	1,6%	14,3%	5,3%	-	5,6%	-	8,1%	12,5%	8,3%
Uomini	1	3	-	4	-	-	-	-	-	3	-	3
% sui dipendenti	16,7%	16,7%	-	13,8%	-	-	-	-	-	18,8%	-	13,6%
Totale	2	3	-	5	1	2	-	3	-	6	1	7
% sui dipendenti	14,3%	5,1%	-	5,5%	9,1%	3,4%	-	3,7%	-	11,3%	8,3%	10,0%



FORMAZIONE

Ore medie di formazione annua per dipendente, per genere e per categoria professionale

Categoria professionale	2024			2023			2022		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Top management	5,0	5,0	5,0	12,0	8,0	9,3	5,0	8,0	6,5
Middle management	33,3	25,8	31,0	14,4	13,0	13,9	5,7	5,2	5,5
Impiegati	25,6	33,3	28,0	13,3	12,7	13,1	4,3	11,8	6,4
Totale	26,4	30,3	27,6	13,5	12,4	13,1	4,5	10,1	6,3

Percentuale di dipendenti che ha ricevuto una valutazione periodica delle performance

Categoria professionale	2024			2023			2022 <sup>34</sup>		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Top management	100%	100%	100%	100%	100%	100%	-	-	-
Middle management	100%	100%	100%	100%	100%	100%	-	-	-
Impiegati	100%	100%	100%	100%	100%	100%	-	-	-
Totale	100%	100%	100%	100%	100%	100%	-	-	-

<sup>34</sup> Il sistema di valutazione è stato applicato per la prima volta nel 2024 per la valutazione delle performance 2023.





DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ

Dipendenti per categoria professionale e genere

Categoria professionale	2024						2023						2022					
	Donne		Uomini		Totale		Donne		Uomini		Totale		Donne		Uomini		Totale	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Top management	1	1,1	2	2,2	3	3,3	1	1,2	2	2,4	3	3,7	1	1,4	1	1,4	2	2,9
Middle management	9	9,9	4	4,4	13	14,3	7	8,5	4	4,9	11	13,4	7	10,0	5	7,1	12	17,1
Impiegati	52	57,1	23	25,3	75	82,4	46	56,1	22	26,8	68	82,9	40	57,1	16	22,9	56	80,0
Totale	62	68,1	29	31,9	91	100,0	54	65,9	28	34,1	82	100,0	48	68,6	22	31,4	70	100,0

Dipendenti per categoria professionale e fascia d'età

Categoria professionale	2024						2023						2022					
	<30		30-50		>50		<30		30-50		>50		<30		30-50		>50	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Top management	-	-	2	2,2	1	1,1	-	-	2	2,4	1	1,2	-	-	1	1,4	1	1,4
Middle management	-	-	6	6,6	7	7,7	-	-	7	8,5	4	4,9	-	-	9	12,9	3	4,3
Impiegati	14	15,4	51	56,0	18	11,0	11	13,4	49	59,8	8	9,8	5	7,1	43	61,4	8	11,4
Totale	14	15,4	59	64,8	18	19,8	11	13,4	58	70,7	13	15,9	5	7,1	53	75,7	12	17,1

Membri dell'organo di governo per genere

	2024						2023						2022					
	Donne		Uomini		Totale		Donne		Uomini		Totale		Donne		Uomini		Totale	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Consiglio di amministrazione	4	40,0	6	60,0	10	100,0	4	40,0	6	60,0	10	100,0	2	20,0	8	80,0	10	100,0

Membri dell'organo di governo per fascia d'età

	2024						2023						2022					
	<30		30-50		>50		<30		30-50		>50		<30		30-50		>50	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Consiglio di amministrazione	-	-	9	90,0	1	10,0	-	-	8	80,0	2	20,0	-	-	7	70,0	3	30,0



SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

Indicatori di salute e sicurezza relativi ai dipendenti

	2024	2023	2022
Totale ore lavorate	208.301	123.291	90.358
Numero di infortuni gravi	-	-	-
Numero di infortuni totali registrabili	-	1	-
Tasso di frequenza degli infortuni gravi	-	-	-
Tasso di frequenza degli infortuni totali registrabili <sup>35</sup>	-	1,62	-

Nel triennio 2022-2024 non si è verificato alcun infortunio mortale.

PERFORMANCE ECONOMICA<sup>36</sup>

Valore economico creato

In €	2024	2023	2022
Ricavi netti delle vendite e prestazioni	27.880.319	26.581.967	21.794.494
Altri ricavi non finanziari	6.090.172	5.600.810	4.523.881
Proventi finanziari	84.799	32.757	649
Valore aggiunto totale creato	34.055.290	32.215.534	26.319.024

Valore economico distribuito

In €	2024	2023	2022
Ai fornitori (costi merci vendute, servizi, godimento di terzi)	26.350.491	24.646.083	20.561.607
Remunerazione dei fornitori	26.350.491	24.646.083	20.561.607
Al lavoro dei dipendenti	4.647.118	3.934.339	3.491.834
Al lavoro di altri soggetti	32.482	15.335	121.907
Remunerazione del lavoro	4.679.600	3.949.674	3.613.741
Ai soci/azionisti	-	-	-
Interessi finanziari alle banche	82.603	38.757	33.771
Remunerazione ai prestatori di capitale	82.603	38.757	33.771
Alle generazioni future	2.235.701	2.682.533	1.195.812
Remunerazione al sistema	2.235.701	2.682.533	1.195.812
Alle attività sociali e culturali	15.100	16.260	17.750
Remunerazione alla collettività	15.100	16.260	17.750
Imposte e tasse	535.080	566.827	343.356
Remunerazione pubblica amministrazione	535.080	566.827	343.356
Valore aggiunto totale distribuito	33.898.575	31.900.134	25.766.037

Valore economico trattenuto

In €	2024	2023	2022
Ammortamenti	77.259	105.843	59.257
Accantonamenti	79.456	209.557	327.113
Altro	-	-	166.617
Valore aggiunto totale trattenuto	156.715	315.400	552.987

<sup>35</sup> Il tasso di frequenza degli infortuni è calcolato come il rapporto tra il numero di infortuni e il totale delle ore lavorate nello stesso periodo, moltiplicato per 200.000.

<sup>36</sup> Alcuni dati 2023 sono stati riesposti a fronte della riclassificazione delle corrispondenti voci di Bilancio.



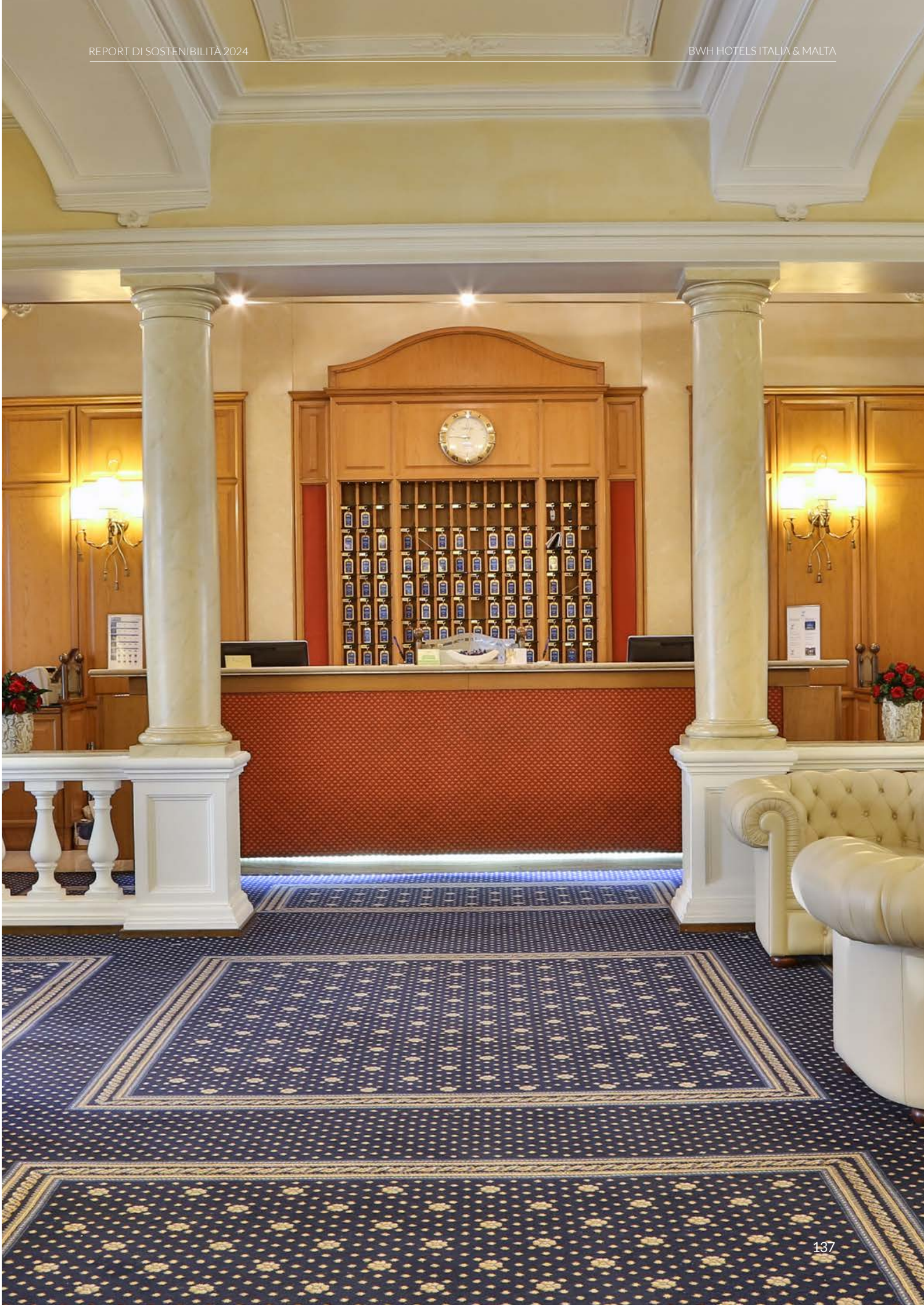
Indice UNGC

Richiesta Communication on Progress	Descrizione	Paragrafo	Note e commenti
GOVERNANCE			
G1	Attività del massimo organo di governo	Lettera agli stakeholder Una governance partecipata	
G2	Dichiarazioni d'impegno su temi ESG	Un business etico e inclusivo	
G3	Adozione di un codice di condotta	Un business etico e inclusivo	
G4	Individui o gruppi con responsabilità su temi ESG	Una governance partecipata Accessibilità e inclusione	
G5	Strutture formali responsabili su temi ESG	Una governance partecipata Accessibilità e inclusione	
G6	Processi di valutazione dei rischi		I nuovi soci vengono sottoposti a un processo di due diligence antimafia e sui conflitti di interessi per tutelare BWH Hotels Italia & Malta dai rischi collegati.
G7	Meccanismi di due diligence su temi ESG	Hotel Responsible Supply Chain	
G8	Strumenti di segnalazione	Un business etico e inclusivo	
G9	Integrazione risultati	Un business etico e inclusivo	Ad oggi, non è stata ricevuta ancora alcuna segnalazione attraverso il canale di whistleblowing.
G10	Retribuzione dei dirigenti		La retribuzione dei dirigenti non è collegata alle performance di sostenibilità e al momento non rappresenta una priorità.
G11	Composizione del massimo organo di governo	Una governance partecipata Indicatori di performance	
G12	Informazioni sulla rendicontazione di sostenibilità	Nota metodologica	
G13	Assurance esterna	Nota metodologica	
DIRITTI UMANI			
HR1	Temi di diritti umani materiali	Il processo di analisi di materialità	
HR2	Dichiarazione d'impegno sui diritti umani	Un business etico e inclusivo	
HR3	Coinvolgimento degli stakeholder sui diritti umani	Un business etico e inclusivo Garanzia di privacy e cybersecurity	
HR4	Azioni per prevenire/mitigare i rischi sui diritti umani	La formazione come leva di sviluppo Hotel Responsible Supply Chain	
HR5	Formazione sui diritti umani	La formazione come leva di sviluppo	
HR6	Progresso nella prevenzione/mitigazione dei rischi sui diritti umani	Accessibilità e inclusione	
HR7	Misure di rimedio a impatti sui diritti umani		Nessun impatto negativo è stato identificato o causato dall'azienda.

Richiesta Communication on Progress	Descrizione	Paragrafo	Note e commenti
DIRITTI DEL LAVORO			
L1	Dichiarazione d'impegno sui diritti del lavoro	Tutelare il benessere delle persone	
L2	Coinvolgimento degli stakeholder sui diritti del lavoro	Un business etico e inclusivo	
L3	Azioni per prevenire/mitigare i rischi sui diritti del lavoro	Un business etico e inclusivo Tutelare il benessere delle persone	
L4	Formazione sui diritti del lavoro	Un business etico e inclusivo	
L5	Progresso nella prevenzione/mitigazione dei rischi sui diritti del lavoro		Qualora necessario, l'azienda riesamina i temi in questione con procedure ad hoc.
L6	CCNL più favorevoli	Promuovere il benessere	
L7	Donne in posizioni manageriali (%)	Indicatori di performance	
L8	Rapporto medio tra stipendio base e remunerazione delle donne rispetto agli uomini		Per l'ottenimento della certificazione UNI/PdR 125:2022, BWH Hotels Italia & Malta ha effettuato l'analisi del divario retributivo di genere da cui non sono risultati gap considerevoli.
L9	Frequenza infortuni (su ore lavorate)		Nel 2024 non si è verificato alcun infortunio sul lavoro
L10	Tasso di infortuni (su numero di lavoratori)		
L11	Misure di rimedio a impatti sui diritti del lavoro		Nessun impatto negativo è stato identificato o causato dall'azienda.
TUTELA DELL'AMBIENTE			
E1	Dichiarazione d'impegno nella tutela dell'ambiente		L'organizzazione non dispone di policy specifiche a riguardo, ma dichiara i propri impegni pubblicamente.
E2	Coinvolgimento degli stakeholder sulla tutela dell'ambiente	In dialogo con gli stakeholder	
E3	Azioni per prevenire/mitigare gli impatti sull'ambiente	La tutela di un patrimonio prezioso	
E4	Progresso nella prevenzione/mitigazione degli impatti sull'ambiente	La tutela di un patrimonio prezioso	
E5	Misure di rimedio a impatti sull'ambiente		Nessun impatto negativo è stato identificato o causato dall'azienda.
E6	Emissioni di Scope 1 e 2	Gli impatti della sede centrale Indicatori di performance	
E7	Emissioni di Scope 3	Gli impatti del Network	



Richiesta Communication on Progress	Descrizione	Paragrafo	Note e commenti
TUTELA DELL'AMBIENTE			
E8	Fatturato investito in R&S su prodotti/servizi a basse emissioni (%)		N/A
E9	Azioni a supporto dell'adattamento al cambiamento climatico		L'azienda non ha implementato azioni di adattamento.
E10	Consumo di energia da fonti rinnovabili (%)	Gli impatti della sede centrale Indicatori di performance	
E11	Fatturato derivante da prodotti/servizi a basse emissioni (%)		0%
E12	Tematiche ambientali materiali	Il processo di analisi di materialità	
E13	Prelievo e consumo idrico		Consumo idrico 2024 = 0,45 megalitri
E14	Intensità idrica dei prodotti nelle regioni con stress idrico elevato		N/A
E15	Numero e superficie di terreni di proprietà, in locazione o gestiti in/adiacenti ad aree protette		N/A
E16	Superficie di ecosistemi naturali convertiti in aree di proprietà, in locazione o gestite		N/A
E17	Progetti di recupero degli habitat		N/A
E18	Emissioni di altri inquinanti		N/A
E19	Rifiuti prodotti	Gli impatti della sede centrale Indicatori di performance	
E20	Rifiuti pericolosi prodotti (%)	Gli impatti della sede centrale	
E21	Consumo di plastica monouso lungo la catena del valore	Come si posiziona il Network	
LOTTA ALLA CORRUZIONE			
AC1	Programma anticorruzione	Un business etico e inclusivo	
AC2	Policy anticorruzione	Un business etico e inclusivo	
AC3	Formazione in materia di anticorruzione	Un business etico e inclusivo	
AC4	Monitoraggio del programma anticorruzione	Un business etico e inclusivo	
AC5	Numero e natura di episodi di corruzione nel periodo di rendicontazione		Nel triennio 2022-2024 non si è verificato alcun episodio di corruzione.
AC6	Misure per affrontare episodi sospetti di corruzione	Un business etico e inclusivo	
AC7	Coinvolgimento in azioni collettive contro la corruzione		N/A





Indice dei contenuti GRI

GRI Standard	Informativa	Numero di pagina	Note e omissioni
INFORMATIVA GENERALE			
GRI 2: Informativa generale 2021	2-1 Dettagli organizzativi	20, 118	
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	118	
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	118	
	2-4 Revisione delle informazioni	118	
	2-5 Assurance esterna	118	
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	12	
	2-7 Dipendenti	96-97, 126	
	2-8 Lavoratori non dipendenti	96, 126	
	2-9 Struttura e composizione della governance	21, 122	
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	20	
	2-11 Presidente del massimo organo di governo		Il Presidente di BWH Hotels Italia & Malta non è anche un alto dirigente.
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	20	
	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità		Il massimo organo di governo (CdA) e la Direzione sono responsabili della revisione e dell'approvazione dei contenuti del Report di Sostenibilità.
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	7	
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	22	
	2-28 Appartenenza ad associazioni	50-52	
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	36-40	
	2-30 Contratti collettivi	96	

GRI Standard	Informativa	Numero di pagina	Note e omissioni
TEMI MATERIALI			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	42	
	3-2 Elenco di temi materiali	43	
PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	88-91	
SVILUPPO DEL NETWORK E DEL SETTORE			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	26-29, 50-52, 59-60, 102-103	
GESTIONE DEGLI IMPATTI AMBIENTALI DI SEDE			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	70	
GRI 302: Energia 2016	302-1 Consumo di energia interno all'organizzazione	70-71, 123	
	302-3 Intensità energetica	71, 123	
GRI 305: Emissioni 2016	305-1 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	72, 124	
	305-2 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	72, 124	
	305-4 Intensità delle emissioni di gas a effetto serra (GHG)	72, 124	
GRI 301: Materiali 2016	301-1 Materiali utilizzati in base al peso e al volume	73, 125	
GRI 306: Rifiuti 2020	306-3 Rifiuti generati	73, 125	
PROMOZIONE DELLA GESTIONE RESPONSABILE DEGLI IMPATTI AMBIENTALI DEL NETWORK			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	80-86	



GRI Standard	Informativa	Numero di pagina	Note e omissioni
SVILUPPO E VALORIZZAZIONE DEL PERSONALE			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	96, 98, 100-101	
GRI 401: Occupazione 2016	401-1 Assunzione di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti	97, 127	
	401-2 Benefici per i dipendenti a tempo pieno che sono disponibili per i dipendenti a tempo determinato o part-time	29, 100-101	
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-1 Numero di ore di formazione all'anno per dipendente	99, 128	
	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono periodicamente valutazioni delle loro performance e dello sviluppo professionale	128	
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-1 Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	97, 130-131	
GRI 406: Non discriminazione	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate		Nel triennio 2022-2024 non si è verificato alcun episodio di discriminazione.
SALUTE E SICUREZZA			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	99	
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	99	
	403-2 Identificazione del pericolo, valutazione del rischio e indagini sugli incidenti	99	
	403-3 Servizi per la salute professionale	99	
	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori in merito a programmi di salute e sicurezza sul lavoro e relativa comunicazione	99	
	403-5 Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro	99	
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	99	
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati da rapporti di business	99	
	403-9 Infortuni sul lavoro	99, 132	b) L'organizzazione non rendiconta gli indici infortunistici per i lavoratori non dipendenti le cui attività e/o luogo di lavoro sono sotto il controllo dell'organizzazione.

GRI Standard	Informativa	Numero di pagina	Note e omissioni
ETICA, INTEGRITÀ E VALORE ECONOMICO			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	22, 107	
GRI 201: Performance economica 2016	201-1 Valore economico diretto generato e distribuito	107	
GRI 205: Anticorruzione 2016	205-3 Incidenti confermati di corruzione e misure adottate	22	
GRI 206: Comportamento anticompetitivo 2016	206-1 Azioni legali relative a comportamento anticompetitivo, attività di trust e prassi monopolistiche		Nel triennio 2022-2024 l'organizzazione non ha ricevuto alcuna azione legale per comportamento anticompetitivo, attività di trust o prassi monopolistiche.
GRI 417: Marketing ed etichettatura	417-3 Episodi di non conformità concernenti comunicazioni di marketing		Nel triennio 2022-2024 non si sono verificati episodi di non conformità concernenti comunicazioni di marketing.
GRI 418: Privacy dei clienti	418-1 Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita dei loro dati		Nel triennio 2022-2024 l'organizzazione non ha ricevuto fondati reclami riguardanti la violazione della privacy dei clienti e la perdita dei loro dati.
CUSTOMER SATISFACTION, QUALITÀ E DIGITALIZZAZIONE DEI SERVIZI			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	58, 60-66, 67	
ACCESSIBILITÀ E INCLUSIVITÀ			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	51, 104-106	
RAPPORTI CON LE COMUNITÀ LOCALI E VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	108-115	





#### REPORT DI SOSTENIBILITÀ 2024

##### **BWH Hotels Italia & Malta**

Via Livraghi 1/b - 20126 Milano

+39 02 831081 - P.IVA 06865290156

info@bwh.it



**Progetto grafico, consulenza, progetto di comunicazione e impaginazione:** LifeGate – [impact.lifegate.it](https://impact.lifegate.it)

**Pubblicazione:** Maggio 2025



# BWH<sup>®</sup> | Hotels

ITALIA & MALTA



BWH.IT