



# REPORT DI SOSTENIBILITÀ ANNO 2024

O  
Z  
G  
V  
L  
O  
G  
Z  
U

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| LETTERA DEI FONDATORI                | 06 |
| LETTERA DELL'AMMINISTRATORE DELEGATO | 08 |
| LETTERA DELLA SUSTAINIBILITY MANAGER | 10 |
| LA STORIA                            | 14 |
| <b>01. GOVERNANCE</b>                |    |
| <b>LA GOVERNANCE</b>                 | 22 |
| Comitato di Sostenibilità            | 24 |
| I SERVIZI OFFERTI                    | 25 |
| DATI ECONOMICI                       | 30 |
| I VALORI                             | 31 |
| ANALISI DI DOPPIA MATERIALITÀ        | 33 |
| Coinvolgimento della Governance      | 35 |
| Valutazione dei temi rilevati        | 38 |

|   |    |   |
|---|----|---|
| IL PIANO DI SOSTENIBILITÀ   | 40 | <b>03. SOCIAL</b>   |
| Linee Guida di Sostenibilità e obiettivi del Piano di Sostenibilità | 40 | <b>IMPATTI SOCIALI</b>                                    |
| Azioni del Piano di Sostenibilità                                   | 42 | Lavoratori  |
| Monitoraggio delle performance ESG                                  | 43 | Sicurezza   |
| Obiettivo Carbon Neutrality nel 2035                                | 43 | Formazione  |
| Milano Cortina 2026   | 48 | Benessere aziendale                                       |
| Certificazione Green Key  | 50 | Territorio e comunità                                     |
|   |    | Sostegno e progetti sociali                               |
| <b>02. ENVIRONMENTAL</b>  |    |   |
| MONITORAGGIO DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ                             | 56 | NOTA METODOLOGICA   |
| <b>IMPATTI AMBIENTALI</b>   | 57 | Standard  |
| Energia   | 57 | Analisi di materialità e coinvolgimento degli stakeholder |
| Emissioni in atmosfera  | 59 | Metodologia per il calcolo della Carbon Footprint         |
| Mobilità sostenibile  | 61 | TABELLE ALLEGATE  |
| Materiali   | 62 | Capitolo: Governance                                      |
| Gestione dei rifiuti  | 62 | Capitolo: Impatti ambientali                              |
| Acqua   | 64 | Capitolo: Impatti sociali                                 |
| Biodiversità  | 64 |   |

# LETTERA DEI FONDATORI

---

Cari amici,

la nostra storia nasce in montagna, in un luogo dove la natura comanda e l'uomo deve imparare a convivere con le sue regole. A Livigno, a milleottocento metri, l'inverno è lungo e severo, l'estate breve ma rigogliosa. Qui la neve copre ogni cosa per mesi eppure quando arriva riempie i prati di vita e di colori. È stato questo ambiente a forgiare il carattere della nostra gente: essenziale, sobria, resiliente.

Abbiamo imparato presto che qui non si può vivere senza rispetto. Le case si costruivano in pietra e legno, distanti l'una dall'altra per proteggersi dal fuoco. Il paese stesso è sorto lungo il fiume Spöl, là dove le valanghe non potevano travolgerlo. Ogni scelta era dettata dalla necessità, ma anche dalla saggezza: un equilibrio fragile con la natura che ci accoglieva.

Abbiamo iniziato con poco: un lavoro nell'edilizia, un piccolo albergo, un negozio di abbigliamento. Poi, passo dopo passo, la nostra famiglia è cresciuta insieme alle attività. A guidarci non erano grandi progetti scritti, ma un principio semplice: lavorare con cura, rispettando il luogo e pensando a chi sarebbe venuto dopo di noi.

Così è nato Lungolivigno. Un nome che porta dentro di sé la fedeltà alla valle e la volontà di crescere senza mai dimenticare la sua identità. Ogni nuova iniziativa non era un distacco, ma un passo in più lungo lo stesso cammino, accanto al fiume, dentro la comunità, sempre in dia-

go con il nostro territorio.

Abbiamo creduto che fare impresa non volesse dire soltanto crescere economicamente, ma anche custodire valori: la solidarietà che sostiene le famiglie nei momenti difficili, la bellezza autentica che nasce dalla semplicità, la professionalità che si costruisce con dedizione, l'accoglienza sincera che apre le porte a chi arriva da lontano.

Non conoscevamo la parola "sostenibilità", ma la vivevamo ogni giorno. Nel modo in cui proteggevamo il paesaggio, nell'attenzione che mettevamo verso i nostri collaboratori, nella volontà di offrire prodotti e ospitalità che avessero qualità e durevolezza. Per noi era naturale: rispettare la montagna, prenderci cura delle persone, lasciare qualcosa di buono a chi sarebbe venuto dopo.

Oggi i nostri figli e nipoti hanno dato un nome a quei valori, li hanno trasformati in impegni concreti, li hanno resi visibili in questo Report. Il nostro sogno continua nelle loro mani: quello di un'impresa che cresce rimanendo fedele a Livigno e alla sua natura, che non dimentica mai le proprie radici e che guarda al futuro con responsabilità e speranza.



Con affetto,  
**Emilio e Domenica**  
(liberi nel Cielo dal 2009 il papà e dal 2024 la mamma)

# LETTERA DELL'AMMINISTRATORE DELEGATO

Presentare il primo *Report di Sostenibilità* di Lungolivigno è per noi un momento di orgoglio e di riflessione. È una tappa importante, che testimonia il nostro impegno nel coniugare crescita economica, responsabilità sociale e attenzione all'ambiente e alle persone.

Viviamo un periodo complesso, in cui le tensioni geopolitiche, le crisi energetiche e climatiche e l'incertezza economica globale rendono più fragile il nostro futuro. Eppure, è proprio in questo scenario che la sostenibilità acquista un significato ancora più profondo: non come moda o slogan, ma come modo di pensare e di agire che orienta le nostre scelte e ci guida verso un futuro possibile per le nuove generazioni.

Il nostro percorso verso un turismo sostenibile è cominciato molti anni fa, quasi fosse parte del nostro DNA. Da sempre crediamo che il turismo debba restituire valore al territorio, rispettando la sua storia e le persone che lo rendono vivo. Oggi questa visione si concretizza in scelte quotidiane: nei nostri approvvigionamenti a chilometro zero, nelle partnership con le realtà locali che ci consente di valorizzare i prodotti del territorio e ridurre l'impatto dei trasporti. Sono piccoli gesti, ma rappresentano un modo concreto per costruire un modello di ospitalità che sostiene la comunità e crea valore condiviso.

Da quando abbiamo avviato il percorso ESG, i risultati sono tangibili. La certifi-

cazione Green Key ottenuta dai nostri hotel è un riconoscimento importante del nostro impegno nel ridurre l'impatto ambientale e nel promuovere comportamenti responsabili tra ospiti e collaboratori. Oggi il nostro gruppo utilizza solo energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili, un passo significativo verso la decarbonizzazione delle nostre attività.

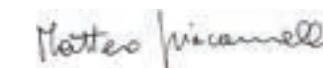
Sul piano economico, i risultati confermano la solidità e la capacità di generare valore del nostro gruppo. Nel 2024, Lungolivigno ha creato valore per oltre 19 milioni di euro, distribuiti tra i principali stakeholder: 5 milioni ai nostri collaboratori e professionisti, 8 milioni ai fornitori e alle imprese del territorio, 400 mila euro agli istituti di credito e 200 mila euro in imposte e tasse, che contribuiscono al benessere collettivo. A queste risorse si aggiungono 1,5 milioni di euro di investimenti dedicati agli alloggi del personale, un impegno concreto per migliorare la qualità della vita dei nostri collaboratori. Sono energie che si mettono in movimento e creano sistema, rafforzando la nostra comunità e il legame tra impresa e territorio.

La nostra storia è, prima di tutto, una storia di famiglia. Da tre generazioni coltiviamo i valori che ci hanno guidato fin dall'inizio: la dedizione, la passione e l'onestà. Oggi viviamo un passaggio generazionale che rappresenta una sfida ma anche un'opportunità: un dialogo tra esperienza e innovazione, tra radici e futuro. È

in questo equilibrio che riconosciamo la chiave per la continuità e per una crescita autentica.

Un pensiero speciale va ai nostri collaboratori, che ogni giorno danno vita alla nostra visione. Sono loro il cuore della nostra azienda: persone competenti, generose e appassionate, che con il loro lavoro rendono possibile ogni traguardo. A loro va il mio più sincero ringraziamento. Investire nel loro benessere, nella formazione e nella qualità della vita lavorativa è per noi una priorità, perché crediamo che la sostenibilità cominci proprio dalle persone.

Il cammino che abbiamo intrapreso non ha un punto d'arrivo, ma un orizzonte in continuo movimento. Le Olimpiadi Inver-



**Matteo Giacomelli**  
Amministratore Delegato

nali Milano-Cortina 2026, che vedranno Livigno protagonista, saranno un'occasione unica per condividere il nostro impegno e mostrare come l'ospitalità possa essere sostenibile, inclusiva e di qualità.

Questo primo Report di Sostenibilità vuole essere più di un documento: vuole essere un patto di fiducia con i nostri stakeholder, un invito a camminare insieme verso un futuro dove impresa e comunità crescono in armonia. Perché la vera sostenibilità nasce dall'equilibrio tra l'impresa e la vita, tra le persone e i luoghi, tra la crescita economica e il bene comune.



# LETTERA DELLA SUSTAINABILITY MANAGER

Presentare il primo *Report di Sostenibilità* è per me emozionante. Non si tratta solo di un documento, ma del racconto di un percorso che nasce da lontano, dal cuore delle nostre montagne, e che oggi trova nuova forma e significato.

Le radici di Lungolivigno affondano nella storia di una famiglia che ha creduto nel lavoro come strumento di crescita e di comunità: mamma Domenica e papà Emilio, con visione e coraggio, hanno saputo immaginare un futuro diverso per il nostro territorio, trasformando un piccolo sogno in un'impresa capace di generare valore, occupazione e bellezza. I loro insegnamenti – l'impegno, il rispetto, la sobrietà, la cura delle risorse – sono diventati la base su cui abbiamo costruito tutto il resto.

In alta quota, la sostenibilità non è mai stata una moda, ma una necessità naturale. Chi vive e lavora in montagna sa che ogni risorsa va custodita, ogni spreco evitato, ogni equilibrio rispettato. È da questa cultura dell'economia di montagna, semplice e autentica, che nasce la nostra idea di impresa: crescere in armonia con l'ambiente e con le persone.

Lungolivigno si è evoluta, ha superato nuove sfide, diventando un punto di riferimento nel mondo dell'ospitalità e della moda. Ma proprio la crescita ci ha spinti a fermarci e a riflettere: che cosa significa essere sostenibili, oggi? Come possiamo coniugare qualità, innovazione e

responsabilità verso le persone e la comunità? Queste domande hanno portato a un cambio di prospettiva: la sostenibilità non più come pratica spontanea ma come scelta strategica. Se un tempo era dettata dalla necessità, oggi è una direzione consapevole, che richiede visione, misurazione e trasparenza.

Il nostro impegno trova un riferimento concreto nell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, che ci invita ad agire per garantire salute e benessere (Goal 3), energia pulita e accessibile (Goal 7), lavoro dignitoso e crescita economica (Goal 8), azione per il clima (Goal 13). Per chi vive tra i ghiacciai e le vette alpine, questi obiettivi non sono concetti astratti, ma una pratica da perseguire per salvaguardare il nostro futuro.

Con questa consapevolezza è nato un percorso strutturato, iniziato nel 2022 con la decisione di dedicare una risorsa interna alla gestione delle tematiche ESG. Dopo un percorso di formazione specifica in *Sustainability Management* presso l'Università Bocconi, è stato istituito il *Comitato di Sostenibilità*, che ha dato impulso a un nuovo modo di lavorare: condiviso, trasversale, capace di coinvolgere tutti i reparti. Accanto al Comitato è nata anche la rete dei *Green Ambassador*, collaboratori che, con sensibilità e passione, promuovono nella vita quotidiana aziendale comportamenti e azioni coerenti con i nostri valori ambientali e sociali.

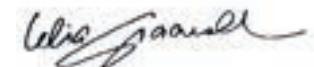
Il *Report di Sostenibilità* è il risultato concreto di questo impegno collettivo. È stato redatto in conformità ai *Voluntary Sustainability Reporting Standards for SMEs* (VSMEs) elaborati e pubblicati dall'E-FRAG (European Financial Reporting Advisory Group) nel 2024. Pur essendo un report volontario, segue i principi europei che garantiscono qualità, confrontabilità e attendibilità delle informazioni non finanziarie, contribuendo così alla creazione di valore nel lungo periodo per tutti gli stakeholder.

Tra i risultati già raggiunti, la certificazione internazionale Green Key, che riconosce il nostro impegno per un turismo attento all'ambiente e all'efficienza energetica.



Ma la sostenibilità, per noi, vive anche nei gesti quotidiani: nell'adesione al progetto Too Good To Go per contrastare lo spreco alimentare, nell'apertura del primo ristorante vegetariano e vegano, nella promozione della parità di genere e nella scelta di fornitori locali che adottano pratiche sostenibili. Non vogliamo solo ridurre gli impatti, ma generare valore per le persone e per il territorio, costruendo un futuro in cui la bellezza della montagna e il benessere delle comunità possano vivere in equilibrio.

Così, questo primo *Report di Sostenibilità* non è un punto di arrivo, ma una tappa da cui ripartire verso nuove sfide. Il futuro della montagna, dell'ambiente e delle nuove generazioni dipende anche dal modo in cui sapremo continuare a crescere, con rispetto, equilibrio e visione.



**Lelia Giacomelli**  
Sustainability Manager



# LA STORIA

## 1955 - 1961

### LE RADICI DI UN SOGNO

Nel 1955 inizia tutto: **Domenica Mot-tini**, giovane ragazza di Livigno, sposa **Emilio Giacomelli**. Per amore, lascia le sue montagne e si trasferisce a Isolaccia, seguendo il marito. Ma il richiamo di Livigno è troppo forte. Nel 1960, con i tre figli piccoli - Maurilio, Graziana e Lelia - la famiglia torna nella loro valle. Emilio, con coraggio e visione, avvia la costruzione di uno dei primi hotel di Livigno. Nasce così il seme di un sogno.

## 1962 - 1971

### L'INIZIO DI UN'AVVENTURA

Nel luglio 1962, il sogno di Emilio e Domenica prende vita: apre le porte l'**Hotel Concordia**. Una piccola struttura con 26 camere, ma un'anima grande, fatta di ospitalità autentica, calore e cura per ogni dettaglio. Ma la loro energia è inesauribile. Nel 1963 nasce **Renna Sport**: la prima boutique specializzata in articoli di pelle pregiata che diventa ben presto un punto di riferimento per chi cerca stile, qualità e unicità. È l'inizio di un nuovo capitolo, dove ospitalità e moda si intrecciano, due mondi che cresceranno fianco a fianco. Sono anni di entusiasmo e sacrificio, di piccole e grandi conquiste, che gettano le fondamenta di tutto ciò che Lungolivigno diventerà.

## 1972 - 1989

### LA CRESCITA E LE PASSIONI

Il 1972 porta grandi cambiamenti. L'Hotel Concordia raddoppia le camere, diventando un punto di riferimento per viaggiatori e appassionati di

montagna. Sono anni di fermento e vitalità: la famiglia si allarga a sette figli e l'hotel diventa casa, cuore pulsante di vita e lavoro. Nel 1978, Domenica trasforma lo storico emporio "Da Giuseppina" in una boutique elegante, aprendo le porte a una nuova visione fatta di stile e raffinatezza. In questi anni, la moda entra ufficialmente nel DNA della famiglia Giacomelli, affiancandosi all'ospitalità e ponendo le basi di un percorso che continua ancora oggi.

## 1990 - 1999

### LA NASCITA DI LUNGOLIVIGNO

Gli anni '90 rappresentano una svolta decisiva. Nel 1991, Emilio e Domenica trasformano l'attività di famiglia in **Lungolivigno S.p.A.**, aprendo un nuovo capitolo fatto di visione e ambizione. In questi anni il Gruppo amplia la propria offerta, acquisendo il ristorante **Tea del Vidal**, punto di riferimento per gli amanti della cucina locale, e il prestigioso **Hotel Lac Salin**, destinato a diventare una delle strutture simbolo della valle. Il 1996 segna un momento speciale: nasce **Art in Ice**, l'evento di sculture su neve che trasforma Livigno in un palcoscenico internazionale. Nello stesso anno, apre **Connaction**, boutique dedicata all'abbigliamento outdoor di alta qualità. È un passo importante che rafforza il legame tra moda, lifestyle e ospitalità, unendo due anime che ancora oggi definiscono l'identità del Gruppo. Gli anni '90 sono un periodo di espansione e consolidamento con uno sguardo sempre rivolto all'innovazione e al territorio.

## 2000 - 2011

### ELEGANZA E OSPITALITÀ

Con l'arrivo degli anni 2000, il Gruppo Lungolivigno cresce e si rinnova, intrecciando ospitalità, moda e lifestyle in un'unica visione. Nasce **Lungolivigno Magazine**, pensato per raccontare storie e ispirazioni agli ospiti, che dieci anni dopo diventerà **Arialpina Magazine**. Nel 2006 l'Hotel Lac Salin rinasce come **Lac Salin Spa & Mountain Resort**, un elegante 4 stelle superiore dove lusso, benessere e natura si incontrano. Anche il mondo della moda evolve: le boutique vengono ampliate, nascono nuovi store e Lungolivigno entra nel prestigioso circuito **"The Best Shop"**. Nel 2008 nasce il **Lungolivigno Fashion Magazine**, dedicato a tendenze e ispirazioni di stile. Sono anni di trasformazione e consolidamento, che rafforzano l'identità del Gruppo e pongono le basi per le grandi sfide future.

## 2012 - 2019

### ESPANSIONE ED INNOVAZIONE

Il 2012 segna un traguardo importante: 50 anni di Hotel Concordia. Per celebrare l'anniversario viene inaugurato il **Concordia Lounge Bar & Restaurant**, nuovo simbolo di convivialità ed eleganza. Nel 2014 il Gruppo accoglie un nuovo gioiello: il **Grand Hotel della Posta** di Sondrio. Sempre in questi anni nasce la **Snow Dream Experience**, un'idea unica che permette di dormire in igloo di neve sotto le stelle, regalando un'emozione indimenticabile. Il 2018 porta grandi novità: nasce l'**e-commerce LLF**, si inaugura il **Montivas Lodge**, il primo hotel sostenibile del Gruppo, e lo storico "Da Giuseppina" si trasforma in **LLF Man**, una boutique interamente dedicata all'uomo. Nel 2019 prende vita un progetto ambizioso: la gestione della **Curt di Clement** a Tirano, un'antica dimora, totalmente ristrutturata, che oggi unisce storia, ospitalità ed eco-sostenibilità. Sono anni di rinnovamento: il Gruppo cresce, innova e sperimenta.

## 2020 - 2022

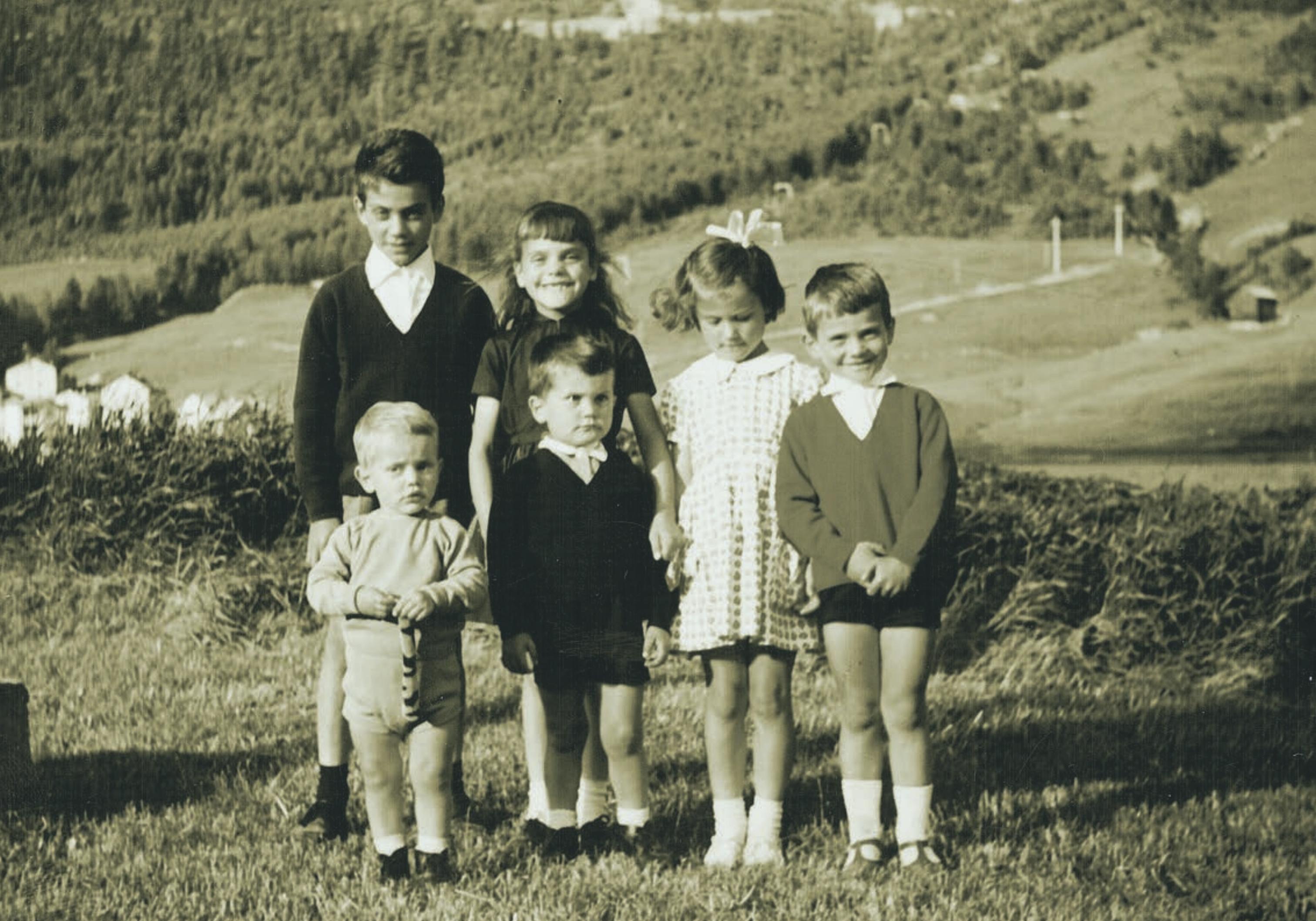
### IL FUTURO PRENDE FORMA

Gli anni 2020 portano sfide inaspettate, ma la famiglia Giacomelli non si ferma. Durante la pandemia, il Gruppo coglie l'occasione per investire nel futuro e rinnovare gli spazi wellness del Lac Salin Spa & Mountain Resort, creando un luogo ancora più speciale, dove il benessere incontra la natura alpina. Nello stesso anno, entra a far parte della collezione il **Residence Edelweiss** a Valdidentro, ampliando l'offerta di ospitalità. Nel 2021, lo storico negozio Renna Sport si trasforma in **LLF Contemporary Woman**: un ambiente dinamico e luminoso dove moda, food e lifestyle si fondono in un'unica esperienza. Il 2022 segna l'inizio di un percorso ancora più deciso verso la sostenibilità. Viene introdotta la figura della **Sustainability Manager** e prende vita una collaborazione con Too Good To Go per ridurre lo spreco alimentare nei ristoranti degli hotel. Nello stesso anno nasce **Stua Noa - Fine Dining**, un ristorante esclusivo che celebra la cucina gourmet, privilegiando ingredienti locali e di qualità.

## 2023 - Oggi

### IL FUTURO PRENDE FORMA

Nel 2023, Lungolivigno compie un passo importante verso la sostenibilità, calcolando la **Carbon Footprint** delle strutture più energivore. Un'analisi strategica che porta alla definizione di un Green Print, un piano concreto per ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub> e migliorare l'efficienza energetica. Nel 2024, all'interno dell'Hotel Lac Salin, nasce **Stua Da Legn**: il primo ristorante vegetariano e vegano di Livigno. Un progetto innovativo che celebra la cucina sostenibile e valorizza i prodotti locali. Oggi, la quarta generazione della famiglia Giacomelli muove i primi passi all'interno del Gruppo, portando con sé nuove idee, entusiasmo e creatività.





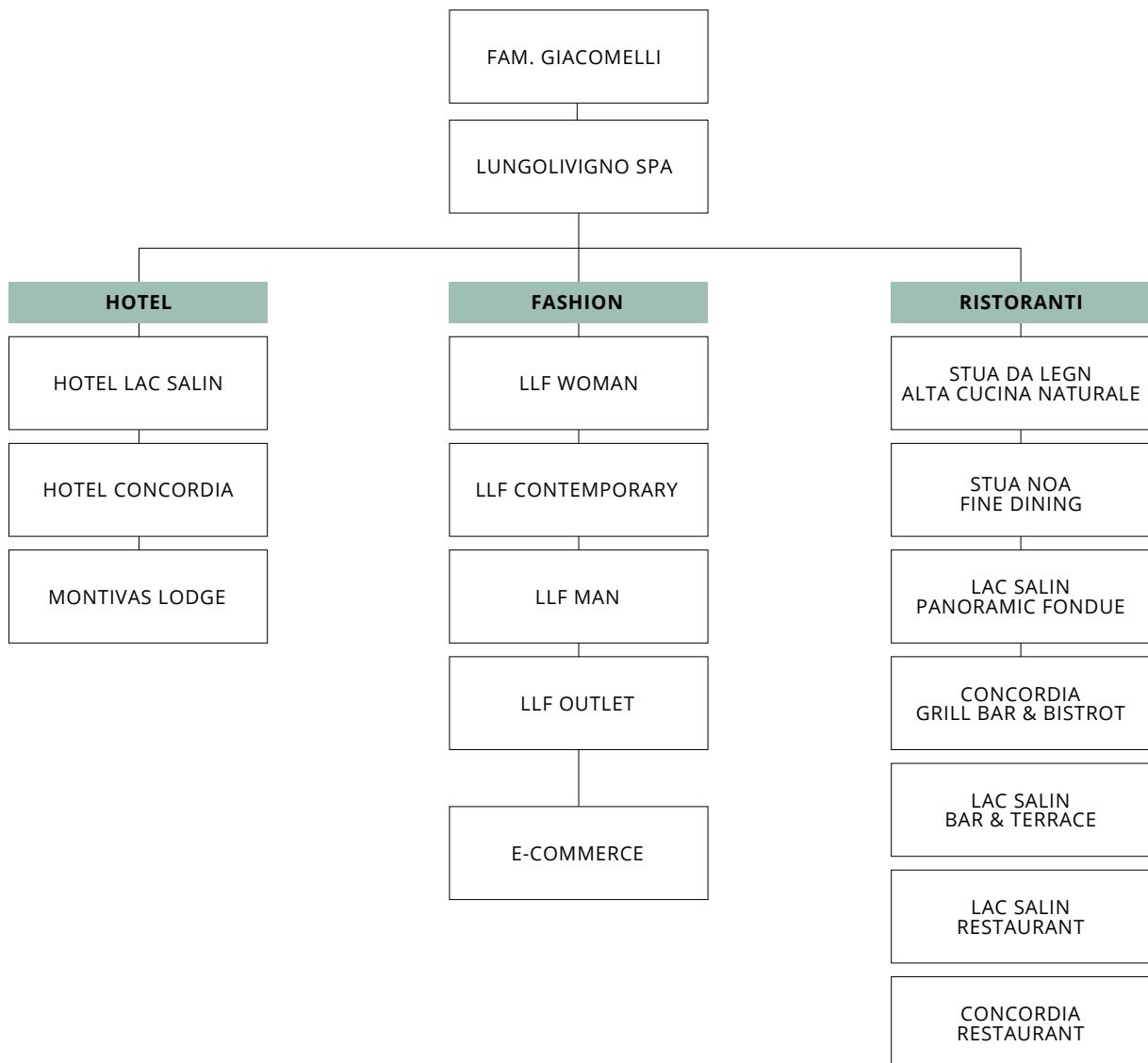
01

GOVERNANCE

# LA GOVERNANCE

Lungolivigno S.p.A. è la società operativa di un Gruppo imprenditoriale a conduzione familiare, profondamente radicato nel territorio di Livigno. Fondato dalla famiglia Giacomelli, il Gruppo ha saputo coniugare la tradizione dell'ospitalità alpina con una crescente spinta all'innovazione e alla sostenibilità, costruendo nel tempo

una realtà innovativa e integrata. Il controllo del Gruppo fa capo a Emilio Giacomelli S.r.l., società partecipata dalla Famiglia Giacomelli. La società ha il ruolo di holding e centro di indirizzo strategico. La gestione operativa delle linee di business è invece delegata a Lungolivigno S.p.A.:



Lungolivigno S.p.A. adotta un sistema di governance improntato sui principi di trasparenza, responsabilità e rispetto delle normative, con l'obiettivo di garantire una gestione etica e sostenibile per la generazione di valore nel lungo periodo. La struttura organizzativa riflette la natura familiare dell'azienda, attualmente alla terza generazione, coinvolta attivamente nella gestione strategica ed operativa su tutte le diverse aree di business.

I membri della generazione junior, Daniel, Rebecca, Michela, Carolina, Filippo e Martina Giacomelli hanno dimostrato una forte appartenenza valoriale al gruppo e una visione ricca di potenzialità. Le attitudini emerse – che spaziano dall'approccio analitico al talento creativo, dalla visione imprenditoriale alla propensione relazionale – costituiscono un patrimonio umano prezioso per i prossimi cicli di sviluppo.

Ogni scelta aziendale viene condivisa in modo collegiale, promuovendo una cultura inclusiva basata su fiducia, integrità e collaborazione. L'organizzazione del Gruppo è disegnata per garantire efficacia operativa, coerenza strategica e sinergia tra le diverse aree di attività. Il **Consiglio di amministrazione** (CdA), composto da Matteo e Daniel Giacomelli, è affiancato da un **Managing Team**, composto da Maruska Sosio, Andrea Valgoi, Daniel Giacomelli, Rebecca Giacomelli, Cristian Zini, Mattia Ronco e Claudia Sansonetti, che coordina le funzioni aziendali.

La struttura è articolata in macroaree funzionali:

## AREA OPERATIONS

Coordina l'intera attività ricettiva del Gruppo, dalla gestione quotidiana degli hotel alla qualità dell'esperienza dell'ospite. Include il coordinamento dei team interni, della reception, dei servizi di housekeeping e delle attività Food & Beverage, gestite da un Executive Chef e da un F&B Manager. Ogni struttura propone un'offerta coerente con l'identità del territorio e standard qualitativi elevati, valorizzando la qualità dei prodotti e il legame con la cultura locale.

## AREA FASHION RETAIL

Gestisce l'intera catena del valore dei negozi online e offline, attraverso il coordinamento della logistica, il magazzino, customer care e delivery. Opera in sinergia con il marketing per garantire coerenza tra immagine, posizionamento e disponibilità dei prodotti.

## AREA AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO DI GESTIONE

Presidia le attività amministrative, contabili e fiscali, la redazione del bilancio contabile, la gestione della tesoreria e il controllo economico-finanziario del Gruppo. Supporta i processi decisionali e l'analisi delle performance economiche, contribuendo alla sostenibilità economico-finanziaria.

## AREA RISORSE UMANE, ESG E QUALITÀ

Gestisce tutti gli aspetti legati al personale (reclutamento, formazione, sviluppo), promuove politiche ambientali e sociali interne ed esterne all'azienda e coordina i controlli di qualità e le certificazioni. L'area svolge un ruolo chiave nell'attuazione delle politiche ESG del Gruppo e nella valorizzazione del capitale umano.

## AREA COMMERCIALE, MARKETING E COMUNICAZIONE

Si occupa della gestione dei canali di vendita, il branding e la comunicazione del Gruppo attraverso la gestione dei canali digitali, le attività di customer engagement, il revenue management e il web marketing.

## AREA ACQUISTI E LOGISTICA

Consente alle strutture di gestire il corretto e puntuale approvvigionamento di beni e servizi a supporto e garanzia dei livelli di qualità che contraddistinguono l'ospitalità di Lungolivigno S.p.A.

## IL COMITATO DI SOSTENIBILITÀ

Nel quadro del rafforzamento della governance e dell'integrazione delle strategie di sostenibilità all'interno dell'organizzazione, Lungolivigno S.p.A. ha nominato nel 2022 una figura interna con il ruolo di **Sustainability Manager** con l'obiettivo di guidare e coordinare il percorso di sostenibilità dell'azienda, garantendo un approccio integrato, trasversale e orientato alla promozione e alla misurazione delle iniziative ESG in azienda. La figura, appartenente alla famiglia fondatrice, riporta direttamente all'Amministratore Delegato assicurando una piena coerenza tra le strategie di sostenibilità e gli indirizzi di governance del Gruppo.

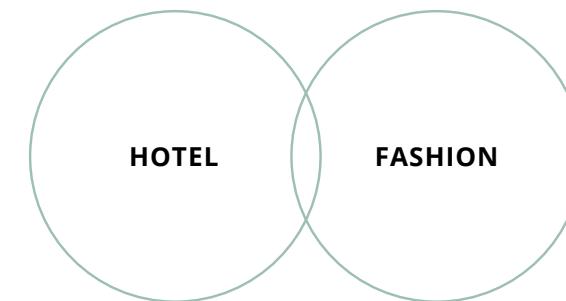
Contestualmente alla nomina della Sustainability Manager, Lungolivigno ha istituito il **Comitato di Sostenibilità**. L'organismo è composto dai vertici aziendali ed è incaricato di presidiare in modo strutturato e trasversale tutte le aree operative aziendali, con l'obiettivo di assicurare il coordinamento strategico e la coerenza delle iniziative ambientali, sociali e di governance.

Il Comitato rappresenta l'organo di indirizzo interno deputato alla supervisione delle politiche ESG, al monitoraggio dell'attuazione degli obiettivi di sostenibilità e alla promozione di una cultura aziendale orientata alla responsabilità e alla trasparenza per la creazione di valore sia di breve che di lungo periodo.

In parallelo, è stata introdotta la figura dei **Green Ambassador**, oggi rappresentata da 22 collaboratori selezionati all'interno delle diverse strutture aziendali. Gli Ambassador sono referenti operativi, particolarmente attenti e sensibili alle tematiche ambientali e svolgono un ruolo attivo nel monitoraggio dell'attuazione delle linee guida aziendali e nella promozione quotidiana di comportamenti virtuosi e sostenibili, contribuendo in modo concreto alla diffusione della cultura ambientale all'interno dell'organizzazione. Oggi, la sostenibilità è pienamente integrata nella visione della governance di Lungolivigno, e rappresenta un asse portante dello sviluppo futuro dell'azienda e per il territorio di Livigno.

## I SERVIZI OFFERTI

L'identità di Lungolivigno S.p.A. si articola in due principali attività:



## OSPITALITÀ ALBERGHIERA E RISTORAZIONE

Lungolivigno S.p.A. gestisce ad oggi tre strutture alberghiere di proprietà, caratterizzate ognuna da elementi distintivi:

### HOTEL LAC SALIN SPA & MOUNTAIN RESORT (\*\*\*\*S)

È una struttura esclusiva, una destinazione di riferimento per il turismo wellness in Valtellina. Offre camere spaziose e panoramiche, una SPA dedicata e trattamenti e percorsi benessere ispirati alla tradizione alpina. Completano i servizi dell'hotel un bistrot con scelte a menu della cucina locale, un ristorante gourmet e un'area dedicata a eventi e attività olistiche.

### HOTEL CONCORDIA (\*\*\*\*)

Situato nel cuore dell'area pedonale di Livigno, l'hotel rappresenta un perfetto equilibrio tra storia e modernità. L'hotel si caratterizza per il suo ambiente elegante, la cura dei dettagli e una forte attenzione alla qualità del soggiorno offerta. All'interno della struttura è presente un bar e un ristorante à la carte aperto al pubblico, caratterizzato da una proposta gastronomica innovativa ma integrata alle tradizioni del territorio.

### MONTIVAS LODGE (\*\*\*\*)

Questa struttura propone un concetto innovativo di ospitalità "Smart & Green", rivolto a giovani viaggiatori, sportivi, nomadi digitali e famiglie. L'hotel è stato progettato secondo le migliori best practice di green building e servizi per il turismo sportivo. Tra i servizi preferiti dagli ospiti, la colazione con scelte biologiche, l'adozione di politiche di riduzione, e riciclo dei prodotti utilizzati nella struttura e una sala per il ricovero custodito di attrezzatura sportiva per gli ospiti.

Accanto all'attività ricettiva, il Gruppo gestisce anche **sette ristoranti**, quattro fashion store e un e-commerce dedicato alla moda, integrando accoglienza, stile e gastronomia in un'esperienza diversificata e distintiva.

La proposta gastronomica di Lungolivigno accompagna ospiti e appassionati della buona cucina in un viaggio fatto non solo di sapori, ma anche di atmosfere uniche e ricerche. I sette ristoranti del Gruppo raccontano ciascuno una storia diversa, fatta di profumi, suggestioni e visioni culinarie che evolvono e si rinnovano costantemente, senza abbandonare la tradizione del luogo. A unire queste esperienze è la guida del giovane e talentuoso chef Andrea Fugnanesi, che supervisiona le attività con uno sguardo attento e creativo, assicurando sempre l'eccellenza delle proposte giornaliere e l'identità di ogni ristorante.

Qui di seguito entriamo nel dettaglio dell'atmosfera, della filosofia e delle peculiarità gastronomiche dei cinque ristoranti principali del Gruppo:

#### **STUA DA LEGN - ALTA CUCINA NATURALE**

Per venire incontro a un crescente pubblico attento a scelte alimentari consapevoli e sostenibili, il Lac Salin Spa & Mountain Resort ospita la Stua da Legn, il primo ristorante vegetariano e vegano di Livigno. Si è affermato come punto di riferimento per l'alta cucina vegetariana, grazie a un'offerta creativa che esalta la qualità e la stagionalità degli ingredienti. Nei piatti c'è il talento e la curiosità di chi vuole trasmettere agli ospiti l'anima del territorio che intreccia con i produttori locali solidi legami per conoscere al meglio la materia prima.

#### **STUA NOA - FINE DINING**

Per chi cerca un'esperienza intima, raffinata e curata in ogni minimo dettaglio con i suoi soli cinque tavoli. Qui la tradizione gastronomica si fonde con la creatività contemporanea, in un percorso culinario che valorizza materie prime di eccellenza e accostamenti innovativi.

#### **LAC SALIN PANORAMIC FONDUE**

Per un'esperienza autentica ispirata alla tradizione alpina qui ci si inebria del profumo stuzzicante dei formaggi fusi: ci si accomoda al tavolo e l'invito è quello di condividere la semplicità di un piatto che scalda il cuore. Si "educa" il palato con diversi tipi di fondue e piatti tradizionali come fondue chinoise, bourgignonne, raclette, fondue de fromage.

#### **CONCORDIA GRILL BAR & BISTROT**

Situato lungo il corso principale del paese, è una tappa sicura per chi cerca un'esperienza originale e piacevole, perfetta per ogni momento della giornata, dalla colazione home-made al dopocena. In particolare, questo bistrot è il punto di riferimento per gli amanti della carne alla griglia. Con tagli pregiati provenienti direttamente dagli alpeghi locali, ogni piatto è un'esplosione di sapori che raccontano il meglio della tradizione valtellinese.

#### **LAC SALIN BAR & TERRACE**

Una location perfetta per un pranzo rilassante o un aperitivo immerso nella tranquillità delle montagne, con una splendida vista sulla vallata soleggiata di Livigno.

## **FASHION RETAIL**

Nel 1963, parallelamente allo sviluppo dell'attività ricettiva, Emilio e Domenica Giacomelli danno vita alla loro seconda grande passione: quella per il commercio di articoli di pelletteria e moda. Sotto l'insegna di **Lungolivigno Fashion (LLF)** vengono proposti capi di abbigliamento e accessori dei più rinomati marchi italiani ed internazionali del fashion retail.

I punti vendita, tutti sul territorio di Livigno, sono cinque:

**LLF MAN** - Abbigliamento e accessori uomo

**LLF WOMAN** - Abbigliamento e accessori donna

**LLF CONTEMPORARY WOMAN** - Moda donna contemporanea

**LLF OUTLET** - Selezione di capi delle passate stagioni

**LLF ECOMMERCE** - Piattaforma digitale internazionale

L'attività fashion è concepita come componente esperienziale dell'identità Lungolivigno S.p.A. e un'estensione dell'accoglienza e dei valori che la società promuove.

Per rafforzare il rapporto con i clienti, è stata introdotta la **Lungolivigno Club**: un sistema fedeltà esclusivo che premia e fidelizza gli acquisti dei clienti nelle strutture del Gruppo. Grazie al programma, i clienti possono accedere a vantaggi riservati, servizi esclusivi e proposte dedicate che rendono ogni esperienza ancora più personale e memorabile.

#### **UN NUOVO ORIZZONTE DI MARCA: NASCE VALICO**

Nel 2025 Lungolivigno intraprende un percorso di riorganizzazione e semplificazione della propria identità di marca, con l'obiettivo di rendere più chiaro, coerente e sostenibile il proprio sistema di comunicazione.

Storicamente articolata in due divisioni – ospitalità e moda – l'azienda fin dal 1991 riuscise entrambe le divisioni operative sotto un unico brand, Lungolivigno, quale espressione complessiva dei valori che da sempre la contraddistinguono: autenticità, legame con il territorio e qualità delle relazioni.

All'interno di una nuova visione, la divisione moda trova una nuova identità autonoma e distintiva: nasce **VALICO**, un nome che evoca il territorio montano, le sue soglie naturali e la tensione verso la scoperta. Il "valico" è infatti il luogo del passaggio e del cambiamento, della curiosità e del superamento dei limiti: è il punto in cui il conosciuto incontra l'ignoto. Un'immagine potente e coerente con la volontà del gruppo di affrontare con coraggio le trasformazioni del mercato, dei consumatori e del settore moda, oggi chiamato a una profonda revisione dei propri modelli.

## UNA SCELTA DI SOSTENIBILITÀ STRATEGICA

La decisione di separare il brand moda da Lungolivigno Fashion, non è una rottura, ma un atto di chiarezza, coerenza e coraggio.

In un contesto in cui il mondo fashion è chiamato a ridefinire i propri modelli di produzione, distribuzione e consumo, la nascita di VALICO rappresenta un gesto di sostenibilità identitaria: la capacità di riconoscere che i valori, i linguaggi e i ritmi dell'ospitalità e quelli della moda seguono oggi traiettorie diverse, e che il rispetto di tali differenze è la forma più autentica di coerenza.

Dare autonomia al brand moda significa:

- Favorire un'evoluzione consapevole, svincolando il settore fashion da un'identità che rischiava di non rappresentarlo più pienamente;
- Rendere più trasparente la comunicazione verso i clienti e gli stakeholder, evitando sovrapposizioni e valorizzando la specificità di ciascun ambito;
- Stimolare innovazione e responsabilità, creando le condizioni per una moda più leggera, più vicina ai nuovi stili di vita e alle nuove sensibilità ambientali e sociali;

VALICO diventa così un simbolo di passaggio generazionale, di visione e di rinnovamento responsabile. Nel suo nome risuona l'invito ad andare "oltre": oltre le mode, oltre le barriere tra i settori, oltre le consuetudini del mercato, per esplorare nuovi modi di creare valore in equilibrio con le persone e l'ambiente.



# DATI ECONOMICI

Nel corso del 2024, il valore economico generato da Lungolivigno S.p.A. ha raggiunto i 19.785.404 euro, registrando una crescita di circa il 0,4% rispetto all'anno precedente. Di tale valore, circa il 25% è stato destinato a collaboratori e professionisti, mentre oltre il 40% è stato riconosciuto ai fornitori di beni, servizi e software. I risultati sono stati presen-

tati con un approccio trasparente, volto a facilitare la piena comprensione del valore creato da Lungolivigno S.p.A. A tal fine, è stato elaborato il prospetto del valore economico generato e distribuito, uno strumento che consente di rappresentare e di comunicare all'esterno in modo più diretto e chiaro gli impatti economici generati dall'azienda.

| VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO (%)     | 2023              | 2024              |
|---|-------------------|-------------------|
| <b>Valore economico generato</b>                | <b>19.708.012</b> | <b>19.785.404</b> |
| <b>Valore economico distribuito</b>             | <b>13.027.870</b> | <b>13.900.733</b> |
| di cui ai fornitori di beni, servizi e software | 7.049.409         | 8.210.842         |
| di cui a istituti di credito                    | 687.278           | 464.938           |
| di cui ai collaboratori e professionisti        | 5.035.897         | 5.027.156         |
| di cui a stato, enti e istituzioni              | 255.286           | 197.797           |
| <b>Valore trattenuto dal sistema azienda</b>    | <b>2.458.464</b>  | <b>2.501.219</b>  |
| di cui utile del periodo                        | 433.047           | 381.736           |
| di cui ammortamenti                             | 2.025.417         | 2.119.483         |

Nella tabella, alla voce "Valore economico generato" non sono stati considerati i proventi finanziari; mentre, nel "Valore economico distribuito" non sono inclusi gli ammortamenti.

I risultati riportati rappresentano una crescita economica nel tempo e riflettono la capacità dell'azienda di generare valore in modo responsabile.

# I VALORI

## RESPONSABILITÀ

Attraverso un cammino consapevole e rispettoso, vogliamo prenderci cura delle persone e del pianeta. Siamo costantemente alla ricerca di soluzioni che possano offrire qualità con il minor impatto ambientale, garantendo la continuità aziendale.

## INNOVAZIONE

Puntiamo all'eccellenza, promuoviamo l'ascolto per trovare soluzioni innovative e abbiamo il coraggio di cambiare per far crescere le persone e l'azienda. Siamo alla continua ricerca di soluzioni alternative che garantiscano un migliore presente e un migliore futuro.

## APPARTENENZA

Abbiamo una storia di cui andiamo orgogliosi, radici che ci hanno reso forti. Vogliamo legare il nostro sviluppo al benessere delle persone e della comunità alla quale apparteniamo, sempre fieri di quello che facciamo.

La storia di Lungolivigno S.p.A. affonda le sue radici in una solida tradizione familiare che, nel tempo, ha consolidato un forte legame con il territorio e sviluppato una chiara identità aziendale. Questo percorso ha reso il Gruppo un punto di riferimento riconosciuto a livello locale, grazie a una cultura organizzativa fondata su valori condivisi.

L'attività del Gruppo si ispira a sei principi fondamentali, i quali orientano ogni scelta strategica e operativa dell'azienda:

## PASSIONE

La passione ispira il nostro modo di essere e le scelte che facciamo. Non ci tiriamo indietro, diamo il buon esempio, siamo autentici, credibili, trasformiamo le difficoltà in opportunità, siamo pronti a imparare dagli errori, affrontiamo le sfide con energia positiva.

## RISPETTO

Creiamo una cultura di calore e appartenenza, dove ciascuno si senta benvenuto. Coltiviamo relazioni basate sul rispetto, la trasparenza e la gentilezza nei confronti di tutti gli stakeholders.

## FIDUCIA

Incoraggiamo comportamenti di fiducia, responsabilità e collaborazione. Cerchiamo talenti con valori e competenze in linea con la nostra Mission, felici di lavorare in squadra, persone motivate e orgogliose di appartenere a Lungolivigno.

Questi valori si riflettono nelle relazioni che Lungolivigno ha costruito nel tempo con i lavoratori, i clienti e tutti gli stakeholder. Il lavoro quotidiano si riflette nella passione, nella cura per il dettaglio e nella qualità dell'esperienza offerta agli ospiti. Il rispetto e la fiducia creano un ambiente fondato sulla trasparenza e sulla collaborazione, favorendo rapporti efficaci e duraturi con collaboratori e

stakeholder. La responsabilità orienta le decisioni in modo consapevole, mettendo al centro della visione dell'azienda l'attenzione agli impatti sociali e ambientali. La capacità di innovare consente al Gruppo di rispondere alle sfide del mercato in modo sostenibile. Infine, il forte senso di appartenenza alimenta coesione interna e continuità nella visione imprenditoriale.

Tutto questo si traduce nella gestione delle relazioni interne ed esterne all'organizzazione.

I valori aziendali si trasformano in comportamenti attraverso l'attuazione del Piano di sostenibilità, il Gruppo si pone l'obiettivo di migliorare costantemente le proprie performance ESG, di investire continuamente per la creazione di impatti positivi su ambiente comunità e territorio.

Questi valori si riflettono nelle relazioni che Lungolivigno ha costruito nel tempo con i lavoratori, i clienti e tutti gli stakeholder. Il lavoro quotidiano si riflette nella passione, nella cura per il dettaglio e nella qualità dell'esperienza offerta agli ospiti.



Il rispetto e la fiducia creano un ambiente fondato sulla trasparenza e sulla collaborazione, favorendo rapporti efficaci e duraturi con collaboratori e stakeholder.

La responsabilità orienta le decisioni in modo consapevole, mettendo al centro della visione dell'azienda l'attenzione agli impatti sociali e ambientali. La capacità di innovare consente al Gruppo di rispondere alle sfide del mercato in modo sostenibile. Infine, il forte senso di appartenenza alimenta coesione interna e continuità nella visione imprenditoriale.

Tutto questo si traduce nella gestione delle relazioni interne ed esterne all'organizzazione.

I valori aziendali si trasformano in comportamenti attraverso l'attuazione del Piano di sostenibilità, il Gruppo si pone l'obiettivo di migliorare costantemente le proprie performance ESG, di investire continuamente per la creazione di impatti positivi su ambiente comunità e territorio.

## ANALISI DI DOPPIA MATERIALITÀ

In linea con gli European Sustainability Reporting Standards (ESRS) previsti dalla CSRD, Lungolivigno ha condotto la sua prima analisi di materialità con l'obiettivo di valutare da un lato l'impatto delle proprie attività su ambiente e società (materialità d'impatto), e dall'altro gli effetti

che i fattori legati alla sostenibilità possono avere sulla performance economico-finanziaria dell'azienda (materialità finanziaria). L'analisi ha portato all'identificazione di alcuni temi sottoposti alla governance e ai principali stakeholder e ritenuti di particolare rilevanza.

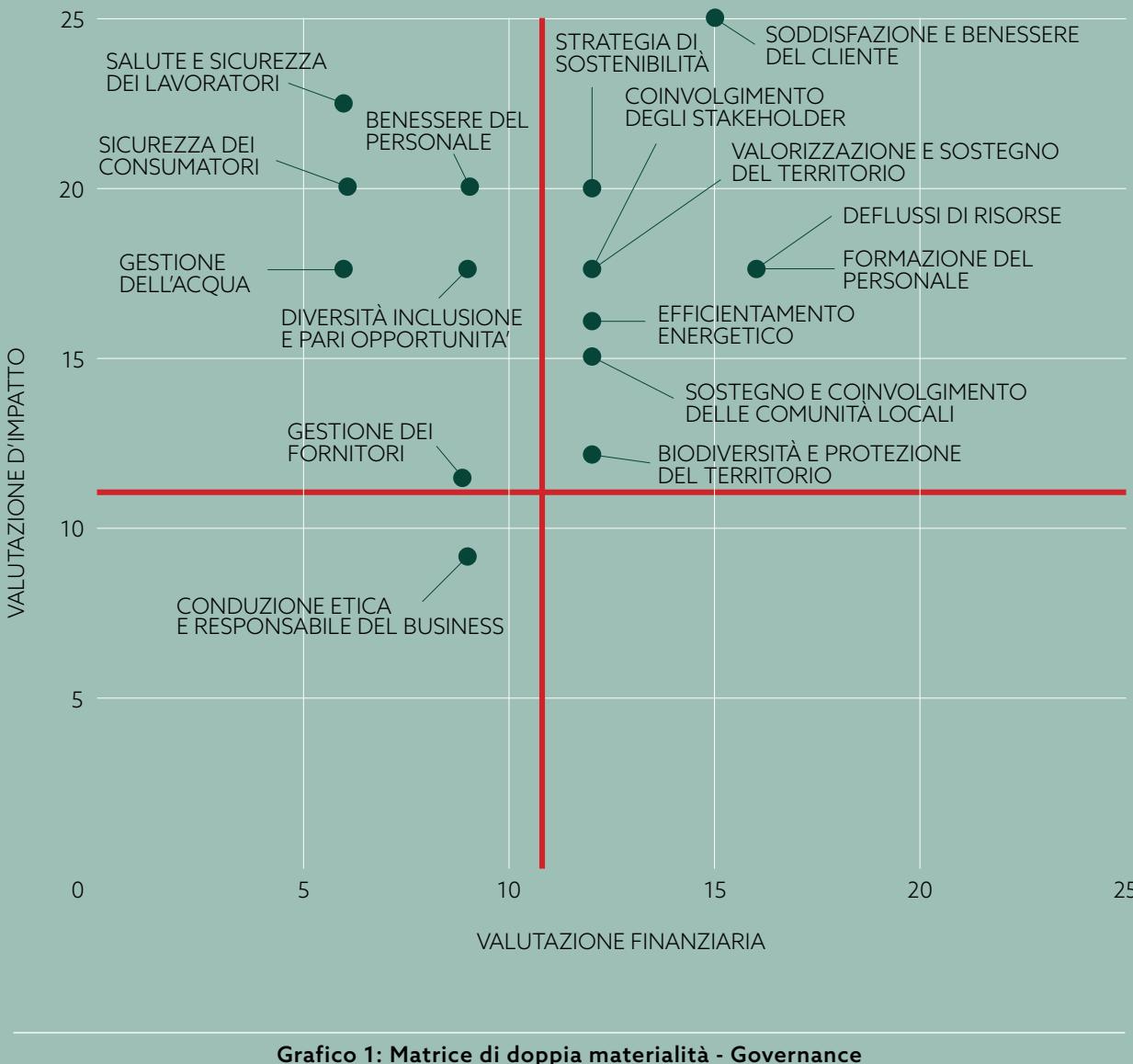
### COINVOLGIMENTO DELLA GOVERNANCE

La prima fase dell'analisi ha previsto l'organizzazione di interviste mirate ai membri della governance, tra cui la proprietà, il management e alcune figure chiave responsabili dell'azienda, selezionate in funzione della loro competenza e responsabilità rispetto ai temi individuati. Grazie al contributo di queste figure interne all'azienda, sono stati individuati nove temi ritenuti materiali per la loro valenza strategica.

Temi materiali per la governance:

- STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ DELL'AZIENDA (TURISMO SOSTENIBILE)
- ENERGIA: EFFICIENTAMENTO ENERGETICO E AZIONI CLIMATICHE PER LE STRUTTURE
- BIODIVERSITÀ E PROTEZIONE DEL TERRITORIO
- DEFLUSSI DI RISORSE CONNESSI A PRODOTTI E SERVIZI E RIFIUTI
- FORMAZIONE E SVILUPPO DEI COLLABORATORI E DELLE RISORSE INTERNE
- SOSTEGNO E COINVOLGIMENTO DELLE COMUNITÀ LOCALI
- VALORIZZAZIONE E SOSTEGNO DEL TERRITORIO
- SODDISFAZIONE E BENESSERE DEL CLIENTE
- COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

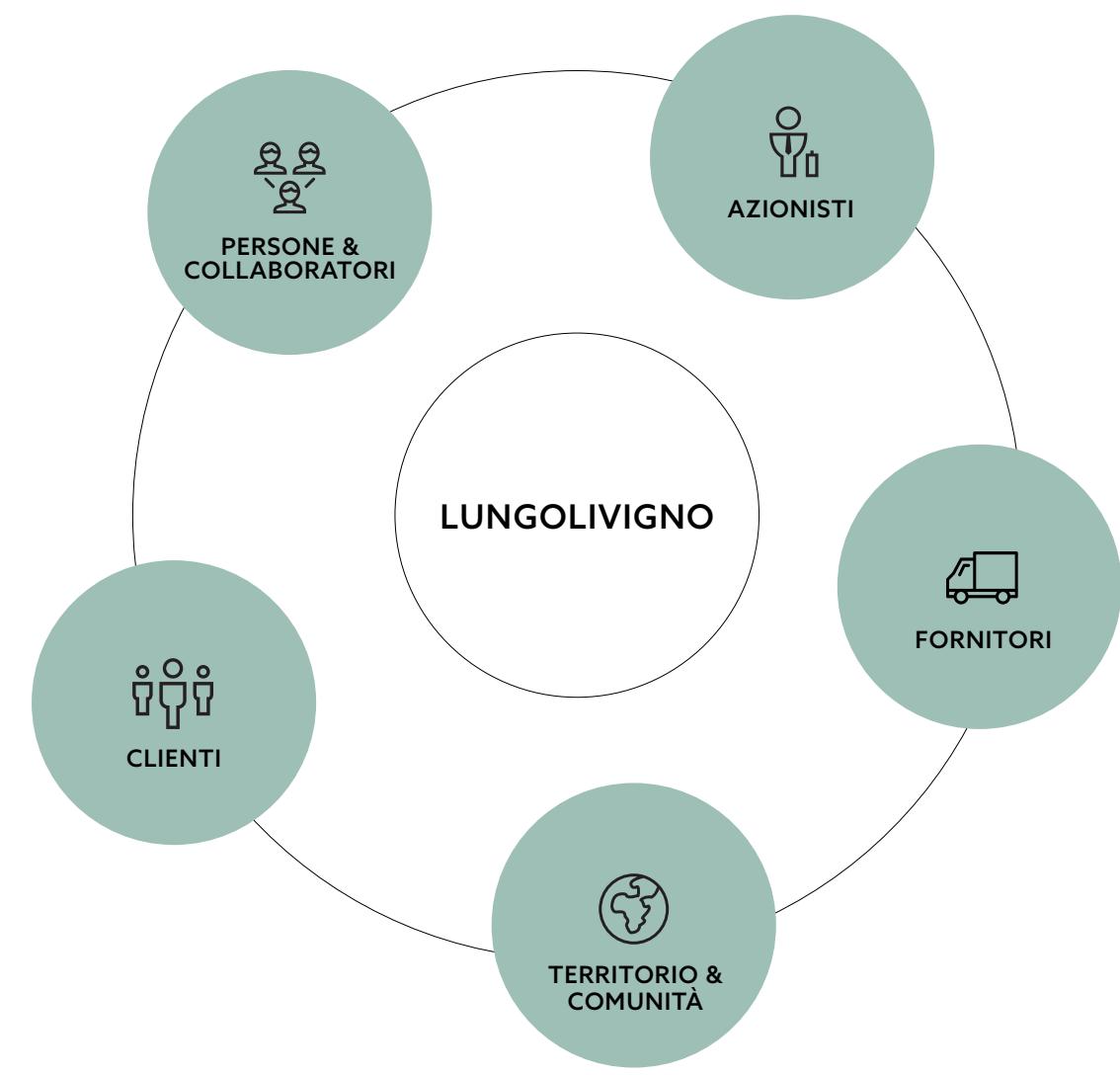
Il risultato delle analisi svolte viene rappresentato attraverso una matrice, riportata di seguito, dove emerge la prospettiva della governance aziendale rispetto ai temi valutati ed evidenziati.



## COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

Per la valutazione dei temi rilevanti in azienda è fondamentale richiedere anche il punto di vista di altri stakeholder, ovvero di quei soggetti che hanno interlocuzioni e attività quotidiane con l'azienda. Questo coinvolgimento prevede innanzitutto la mappatura dei soggetti ritenuti con maggiore influenza sulle attività, le performance e la creazione di valore dell'organizzazione.

L'analisi ha condotto all'identificazione dei seguenti stakeholder rilevanti:



**Grafico 2: Mappa degli stakeholder rilevanti**

Gli stakeholder intervistati hanno valutato i temi esclusivamente in termini di materialità di impatto, concentrandosi sugli effetti che questi possono generare su ambiente, comunità, territorio e reputazione aziendale. Diversamente dalla governance, non hanno espresso una valutazione sulla materialità finanziaria, poiché non dispongono di una visione completa e strategica degli aspetti economicofinanziari interni all'azienda.

L'attività si è concretizzata nella sottoposizione dei temi ESG rilevanti per l'azienda a diverse categorie di stakeholder attraverso due diverse modalità: ai dipendenti tramite un focus group, che ha favorito un confronto diretto e approfondito, mentre agli altri stakeholder tramite un questionario strutturato, pensato per raccogliere risposte precise e comparabili sulle priorità di sostenibilità.

I temi materiali rilevati dagli stakeholder sono i seguenti:

- STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ (TURISMO SOSTENIBILE)
- RISORSE E RIFIUTI (DEFLUSSI DI RISORSE E GESTIONE DEI RIFIUTI)
- FORMAZIONE DEL PERSONALE
- SODDISFAZIONE E BENESSERE DEL CLIENTE
- VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO

La valutazione degli stakeholder ha confermato la rilevanza di alcuni temi ritenuti materiali anche dalla governance, mentre ha evidenziato una diversa percezione di priorità per i seguenti:

- ENERGIA: EFFICIENTAMENTO ENERGETICO E AZIONI CLIMATICHE PER LE STRUTTURE
- COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER
- BIODIVERSITÀ E PROTEZIONE DEL TERRITORIO
- SOSTEGNO E COINVOLGIMENTO DELLE COMUNITÀ LOCALI

Anche in questo caso, i risultati vengono rappresentati all'interno della matrice di materialità che segue:

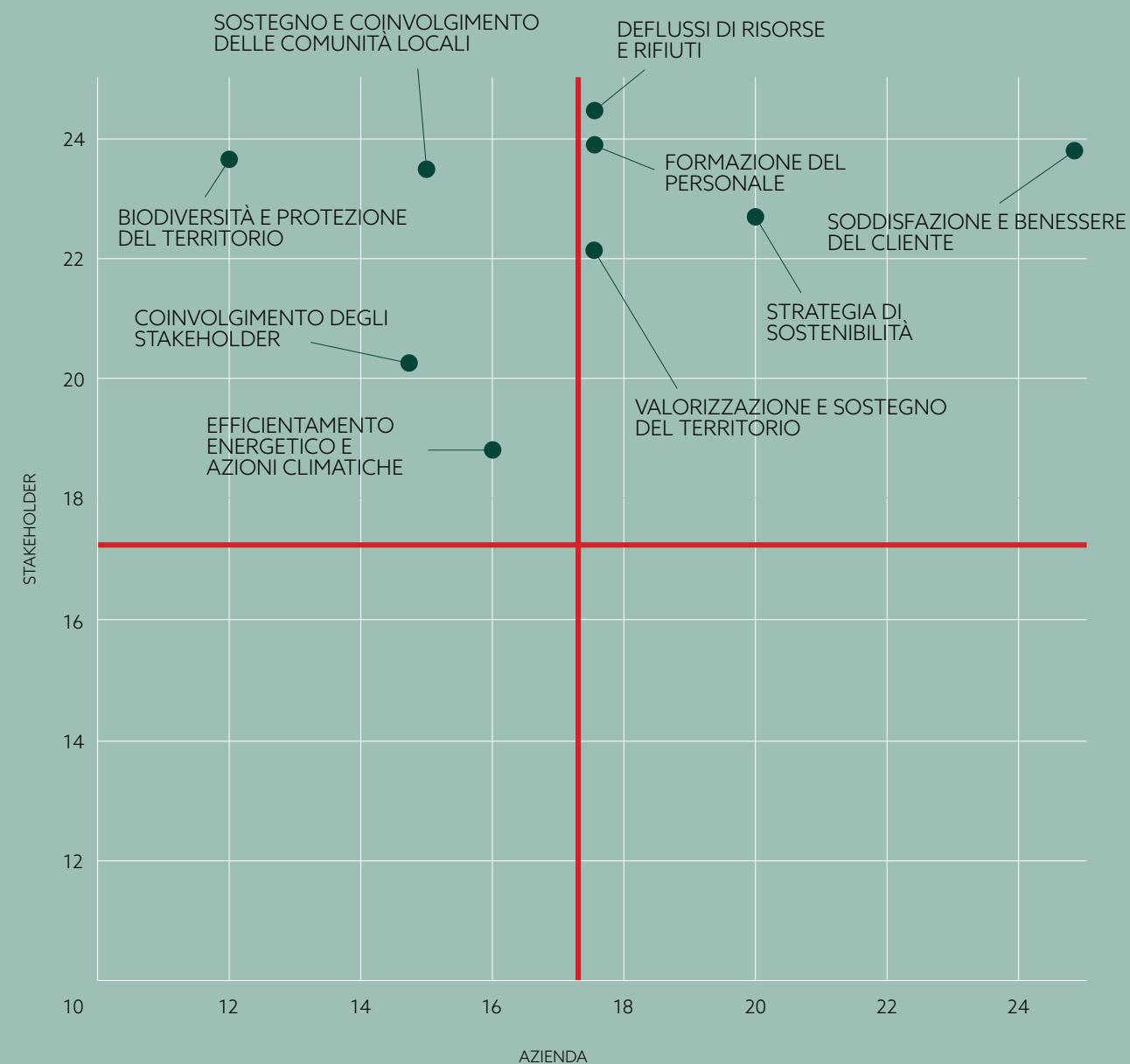


Grafico 3: Matrice di materialità

## VALUTAZIONE DEI TEMI RILEVATI

L'integrazione delle valutazioni emerse in una prima fase dalla governance aziendale e, successivamente, dai diversi stakeholder coinvolti nel processo di analisi, ha confermato la rilevanza di cinque temi ritenuti materiali dagli stakeholder. Tali temi rappresentano un punto di convergenza tra la visione strategica interna e le aspettative esterne. Non sono invece inclusi in questo elenco gli ulteriori temi individuati dalla governance come rilevanti per l'orientamento strategico dell'organizzazione, ma che non hanno raggiunto la soglia di materialità in entrambe le valutazioni.

| TEMA MATERIALE                        | VOTO: AZIENDA | VOTO: STAKEHOLDER |
|---------------------------------------|---------------|-------------------|
| Strategia di Sostenibilità            | 20            | 23                |
| Deflussi di risorse e rifiuti         | 18            | 24                |
| Formazione del personale              | 18            | 24                |
| Soddisfazione e benessere del cliente | 25            | 24                |
| Valorizzazione del territorio         | 18            | 22                |

I valori delle valutazioni espresse dalla governance risultano lievemente inferiori rispetto a quelli attribuiti dagli stakeholder. Tale differenza è riconducibile al fatto che la governance ha preso in considerazione sia la gravità dell'impatto generato dai singoli temi, sia la loro rilevanza finanziaria per l'organizzazione.

Le valutazioni degli stakeholder si sono, invece, concentrate sulla percezione dell'impatto sociale, ambientale e reputazionale associato ai temi analizzati.

Nella seguente tabella vengono riportati i temi considerati materiali da entrambi i gruppi coinvolti:

| TEMI MATERIALI                                   | STAKEHOLDER PRIORITARI E MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO  | EVIDENZE QUALITATIVE ENGAGEMENT   | CONTRIBUTO OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE  |
|--|--|---|---|
| STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ (TURISMO SOSTENIBILE) | GOVERNANCE CLIENTI, PERSONALE COLLABORATORI AZIONISTI RAPPRESENTANTI DEL TERRITORIO. INTERVISTE BENCHMARK SETTORIALE FOCUS GROUP QUESTIONARI | RAFFORZARE L'INTEGRAZIONE DELLA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ IN OGNI AREA DELL'ORGANIZZAZIONE, COINVOLGENDO ATTIVAMENTE I DIPENDENTI E AUMENTANDO LA CONSAPEVOLEZZA SUL VALORE E SULL'IMPATTO DELLE SCELTE INTRAPRESE DALL'AZIENDA. |  |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
| 8 GOVERNANZA E SOSTENIBILITÀ ECONOMICA | DIPENDENTI GOVERNANCE FOCUS GROUP INTERNI CONFRONTO APERTO INTERVISTE  | INCREMENTARE LE ORE DI FORMAZIONE DEI DIPENDENTI PER PROMUOVERE LA CRESCITA DEL KNOW-HOW AZIENDALE.  |  |
| 12 CONSUMO RESPONSABILE                | GOVERNANCE CLIENTI PERSONALE E COLLABORATORI AZIONISTI RAPPRESENTANTI DELLA COMUNITÀ E DEL TERRITORIO FOCUS GROUP INTERVISTE QUESTIONARI                               | AGIRE PER ABBATTERE L'IMPATTO DEI RIFIUTI, MIGLIORANDO IL TRACCIAMENTO DEGLI SCARTI GENERATI E INCENTIVANDO LA RACCOLTA DIFFERENZIATA A TUTTI I LIVELLI DELL'ORGANIZZAZIONE. |  |
| 16 PIANIFICAZIONE SOSTENIBILE          | SODDISFAZIONE E BENESSERE DEL CLIENTE GOVERNANCE CLIENTI INTERVISTE QUESTIONARI  | PROMUOVERE IL COINVOLGIMENTO DEI CLIENTI SULLE INIZIATIVE DI VALORE DELL'AZIENDA AL FINE DI CREARE UN IMPATTO CONDIVISO.   |  |
| 15 AGIRE SUL CLIMA                     | VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO GOVERNANCE CLIENTI PERSONALE E COLLABORATORI AZIONISTI RAPPRESENTANTI DELLA COMUNITÀ E DEL TERRITORIO INTERVISTE FOCUS GROUP QUESTIONARI | PROMUOVERE UNA MAGGIORE DIFFUSIONE INTERNA DELLE INIZIATIVE LEGATE ALLA VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO.   |  |
| 10 RISPARMIO RESPONSABILE              |  |  |  |
| 17 PARTNERSHIP PER IL SISTEMA          |  |  |  |

I temi emersi dall'analisi di doppia materialità rappresentano i pilastri su cui l'azienda ha impostato e sviluppato il proprio Piano di Sostenibilità.

# IL PIANO DI SOSTENIBILITÀ'

Un **Piano di Sostenibilità** definisce gli obiettivi, le azioni e le risorse necessarie per integrare le pratiche di sostenibilità nelle attività di un'organizzazione, mirando a un impatto positivo su ambiente, società ed economia.

Per Lungolivigno S.p.A., la sostenibilità rappresenta il principio guida alla base di ogni attività aziendale e si traduce nell'offrire esperienze ricettive di alta qualità, garan-

tendo al contempo la riduzione della propria impronta ambientale. A conferma di un impegno concreto verso la tutela ambientale, la responsabilità sociale e una gestione d'impresa etica e trasparente, nel 2022 l'azienda ha avviato un percorso di sostenibilità, il cui primo passo è stata l'istituzione della figura della **Responsabile della Sostenibilità**, incaricata di guidare e coordinare le azioni in materia ambientale, sociale e di governance.

## LINEE GUIDA DI SOSTENIBILITÀ E OBIETTIVI DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ'

Nello stesso anno, 2022, Lungolivigno S.p.A. ha pubblicato il suo primo Documento sulla Sostenibilità, denominato Linee Guida di Sostenibilità. Il documento individua otto aree tematiche considerate strategiche per l'organizzazione, con l'obiettivo di promuoverne una gestione attiva attraverso l'adozione di politiche dedicate, azioni concrete e indicatori di performance, al fine di monitorarne l'evoluzione e la riduzione dell'impatto nel tempo.

Gli obiettivi individuati sono:

### LOTTA AGLI SPRECHI

Ridurre gli sprechi energetici e idrici attraverso la promozione di una cultura condivisa del risparmio, attuata quotidianamente a ogni livello dell'organizzazione.

### ENERGIE RINNOVABILI

Impiegare esclusivamente energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili, in linea con l'impegno verso la transizione energetica e la riduzione dell'impatto ambientale.

### EMISSIONI

Monitorare in modo sistematico le emissioni aziendali, migliorare l'efficienza degli impianti e raggiungere la carbon neutrality entro il 2035.

### MOBILITÀ

Promuovere la mobilità sostenibile, incentivando l'utilizzo di mezzi alternativi all'auto privata da parte dei collaboratori.

### GESTIONE DEI RIFIUTI

Implementare una raccolta differenziata efficace e diffusa, e sperimentare soluzioni ispirate ai principi dell'economia circolare, anche in collaborazione con realtà specializzate e no profit.

### ALIMENTAZIONE

Offrire alternative alimentari più sostenibili nei menù aziendali, selezionando fornitori locali a chilometro zero e orientati a pratiche responsabili.

### BENESSERE DELLE PERSONE

Prendersi cura del benessere dei collaboratori, favorendo l'equilibrio tra vita privata e lavoro e migliorando le condizioni abitative per il personale non residente.

### COMUNITÀ LOCALE

Sostenere attivamente le iniziative ambientali e sociali della comunità di Livigno, anche attraverso l'organizzazione di un evento annuale dedicato alla sostenibilità.

Sulla base delle linee guida, Lungolivigno ha sviluppato il proprio Piano di Sostenibilità con l'obiettivo di tradurre questi obiettivi in interventi concreti, accompagnati da azioni chiare e tempestive definite, garantendo un monitoraggio costante dei risultati e del valore generato per l'ambiente, le persone e il territorio.

A completamento del piano di sostenibilità, e in vista dell'imminente appuntamento internazionale dei **Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali Milano Cortina 2026**, Lungolivigno S.p.A. ha definito una serie di obiettivi strategici mirati ad affrontare al meglio l'evento e a rafforzare il proprio ruolo di operatore locale di riferimento nel campo dell'ospitalità sostenibile.

In linea con principi promossi dal Comitato Organizzatore, ispirati all'Agenda Olimpica e all'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, l'azienda ha avviato un percorso di adeguamento delle proprie strutture e dei servizi offerti, con l'obiettivo di presentarsi al mondo olimpico nella sua migliore veste. Tra le azioni intraprese vi è la misurazione delle performance ambientali, l'adozione di pratiche di economia circolare, la promozione di una mobilità dolce e la formazione al personale su tematiche di sostenibilità e inclusione.

## AZIONI DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ

Dalla pubblicazione delle Linee guida sulla Sostenibilità ad oggi, l'azienda ha sviluppato una serie di azioni e iniziative per ogni area individuata:

| AREA TEMATICA         | ATTIVITA'  | SDGs  |
|-----------------------|--|---|
| GESTIONE E GOVERNANCE | NOMINA DI REFERENTI PER LA SOSTENIBILITÀ IN TUTTE LE STRUTTURE RICETTIVE.<br>MIGLIORAMENTO PROGRESSIVO DELLA GESTIONE DOCUMENTALE E DEL MONITORAGGIO DEI DATI AMBIENTALI.  |    |
| ENERGIA               | EFFICIENTAMENTO ENERGETICO DI HOTEL E NEGOZI, TRAMITE SOSTITUZIONE DEI CORPI ILLUMINANTI CON SISTEMI LED, INSTALLAZIONE DI IMPIANTI DOMOTICI E ISOLAMENTO TERMICO DEGLI EDIFICI.<br>AVVIO DI UN PIANO PER SOSTituIRE GRADUALMENTE LE CALDAIE A GASOLIO, GIÀ IN PARTE RINNOVATE NELLA DIVISIONE LUNGOLIVIGNO FASHION. |    |
| MOBILITÀ SOSTENIBILE  | MESSA A DISPOSIZIONE DI BICICLETTE AZIENDALI PER GLI SPOSTAMENTI DEL PERSONALE TRA LE STRUTTURE.<br>SERVIZIO DI NOLEGGIO O UTILIZZO GRATUITO DI BICICLETTE PER GLI OSPITI.   |  |
| MATERIALI E FORNITURE | SCELTA DI FORNITORI E BRAND CHE ADOTTANO IMBALLAGGI SOSTENIBILI, CERTIFICATI FSC™ E RICICLABILI.<br>UTILIZZO DI CARTA E PRODOTTI DI CONSUMO CERTIFICATI ECOLABEL E DETERGENTI BIODEGRADABILI DISTRIBUITI TRAMITE DISPENSER.<br>PROGRESSIVA ELIMINAZIONE DELLA PLASTICA MONOUSO IN TUTTE LE STRUTTURE.                |  |
| RIFIUTI               | INSTALLAZIONE DI SEI STAZIONI DI RACCOLTA DIFFERENZIATA NELLE AREE ESTERNE E DI CESTINI A TRE SCOMPARTI IN TUTTE LE CAMERE.  |  |
| ACQUA                 | ELIMINAZIONE DELLE BOTTIGLIE MONOUSO GRAZIE A DISTRIBUTORI CHE UTILIZZANO ACQUA DI RETE DI ALTA QUALITÀ.<br>INTRODUZIONE DI NUOVE POMPE PER MIGLIORARE IL RICIRCOLO DELL'ACQUA DELLE PISCINE E RIDURRE GLI SPRECHI.  |  |

### ALIMENTAZIONE E SPRECHI

DAL 2022, PARTNERSHIP CON TOO GOOD TO GO, PIATTAFORMA PER IL RECUPERO DELLE ECCEDENZE ALIMENTARI: DALL'INIZIO DELLA COLLABORAZIONE AL 31 OTTOBRE 2024 SONO STATI SALVATI 2193 PASTI.



Il Piano di sostenibilità rappresenta uno strumento dinamico, volto a garantire il miglioramento continuo delle performance ESG e la riduzione degli impatti ambientali dell'azienda, in linea con gli standard internazionali di riferimento e le aspettative degli stakeholder.

Nei paragrafi successivi verranno approfondite tutte le azioni riguardanti il piano seguendo una logica di rendicontazione ispirata alla metodologia ESRS.

## MONITORAGGIO DELLE PERFORMANCE ESG

Per monitorare nel tempo gli obiettivi definiti nel Piano di Sostenibilità, l'azienda ha individuato una serie di indicatori da monitorare e rendicontare. La strategia di sostenibilità dell'azienda prevede infatti un sistema di monitoraggio basato su precisi indicatori di performance ambientali e sociali, quali:

| DESCRIZIONE                              | INDICATORE                |
|--|---------------------------|
| Consumo Energetico                       | MWh/anno                  |
| Emissioni Gas climalteranti              | Ton CO2eq/anno            |
| Intensità carbonica                      | Kg CO2eq/anno/€ fatturato |
| Consumo idrico                           | m³                        |
| Dipendenti per genere                    | %                         |
| Dipendenti per tipologia di contratto    | %                         |
| Sostegno a iniziative e progetti sociali | €/anno                    |

Il presente documento rappresenta il primo documento ufficiale di rendicontazione delle performance ESG dell'azienda attraverso la descrizione delle principali iniziative e la loro misurazione nel tempo. Il presente report verrà aggiornato periodicamente al fine di condividere con tutti gli stakeholders i risultati conseguiti e ogni altra iniziativa volta al miglioramento delle performance ESG.

## OBIETTIVO CARBON NEUTRALITY NEL 2035

Con riferimento al tema della gestione e riduzione delle emissioni di CO2, Lungolivigno S.p.A. ha definito l'ambizioso obiettivo di raggiungere la carbon neutrality entro il 2035, attraverso l'attuazione di un piano di transizione energetica progressiva, strutturata e misurabile.

Il piano prevede l'efficientamento dei processi, dei servizi e dei consumi energetici attraverso una gestione attenta delle principali attività aziendali, con particolare attenzione alla riduzione dei consumi energetici e le conseguenti delle emissioni di CO<sub>2</sub> in atmosfera. L'obiettivo è diminuire ridurre progressivamente nel tempo, fino al 2035, l'impatto ambientale complessivo delle attività di Lungolivigno S.p.A., promuovendo un modello operativo sostenibile ed efficiente.

La strategia di Lungolivigno si articola in cinque fasi:

- MISURAZIONE DELLE EMISSIONI DEL GRUPPO – CARBON FOOTPRINT
- SVILUPPO DI UN PIANO DI RIDUZIONE DELLE EMISSIONI – PIANO DI DECARBONIZZAZIONE
- INTERVENTI DI EFFICIENTAMENTO ENERGETICO
- ACQUISTO DI ENERGIA DA FONTI RINNOVABILI
- COMPENSAZIONE DELLE EMISSIONI INEVITABILI ATTRAVERSO IL SUPPORTO A PROGETTI CLIMATICI DI RIDUZIONE E/O ASSORBIMENTO DI CO<sub>2</sub>

Già nel 2023 Lungolivigno S.p.A. ha avviato un processo di misurazione e monitoraggio della propria Carbon Footprint, attraverso un primo calcolo delle emissioni di CO<sub>2</sub> secondo gli standard del GHG Protocol. L'analisi è partita dalla valutazione delle principali strutture del Gruppo, ovvero le più energivore – Hotel Concordia e Hotel Lac Salin – fino ad arrivare ad oggi ad un perimetro di rendicontazione che prevede le attività di tutto il Gruppo. Il piano di decarbonizzazione, a sua volta inserito nel Piano di Sostenibilità, prevede una serie di interventi di efficientamento energetico nel tempo fino al raggiungimento della carbon neutrality. Gli interventi previsti comportano la sostituzione progressiva degli impianti e le attrezzature ad alto consumo energetico con soluzioni tecnologicamente più avanzate, efficienti e a minor impatto ambientale.

Con l'avvicinarsi dell'obiettivo al 2035, qualora vi siano ancora margini per efficientare le strutture, ma a causa di vincoli di natura diversa non sia possibile effettuare ulteriori interventi, Lungolivigno si impegna fin da ora all'acquisto graduale di certificati di energia rinnovabile con Garanzia d'Origine (GO) per coprire la quota di emissioni di CO<sub>2</sub> derivante da consumi elettrici.

Per tutte le emissioni di CO<sub>2</sub> residue, considerate inevitabili, Lungolivigno S.p.A. si impegna a partecipare a progetti certificati di riduzione o assorbimento delle emissioni di CO<sub>2</sub>, selezionati in base alla capacità di generare impatti ambientali sociali e al loro contributo nella generazione di benefici concreti a livello sociale ed economico.

Grazie alle caratteristiche geografiche e territoriali del contesto in cui opera Lungolivigno S.p.A., l'azienda si impegna nella promozione di attività e progetti locali ad alto impatto positivo, capaci di generare benefici concreti sia per l'ambiente sia per la comunità locali. Il piano di sostenibilità, oltre alla riqualificazione degli impianti e alla riduzione dei consumi e delle emissioni, prevede l'attivazione di iniziative trasversali orientate alla tutela della biodiversità, al sostegno di categorie fragili e alla valorizzazione delle risorse naturali e culturali del territorio attraverso il supporto ad iniziative locali.

Per assicurare concretezza, continuità e trasparenza nel perseguitamento degli obiettivi del piano, l'azienda prevede la destinazione annuale di una quota percentuale degli utili per la realizzazione di attività sociali ed ambientali, da valutare con il Comitato di Sostenibilità e la Governance aziendale. Il Comitato si occuperà di individuare e selezionare ogni anno i progetti candidati, assicurando la loro coerenza con i valori aziendali e la capacità di generare impatti concreti.





# MILANO CORTINA 2026

In vista dei Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali di Milano Cortina 2026, Lungolivigno S.p.A. consolida il proprio ruolo di riferimento per un turismo di qualità, rispettoso dell'ambiente e capace di generare valore per la comunità locale. L'evento, che si svolgerà dal 6 al 22 febbraio 2026 (Olimpiadi) e dal 6 al 15 marzo 2026 (Paralimpiadi), ospiterà a Livigno le spettacolari competizioni di snowboard e freestyle skiing e porterà l'attenzione internazionale sulle Alpi italiane, coinvolgendo località iconiche come Cortina d'Ampezzo, Bormio, Livigno e Milano.

Fin dalle prime fasi di candidatura, il Comitato Organizzatore Milano Cortina 2026 ha promosso un modello di evento fondato sui principi dell'Agenda Olimpica 2020 e dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. L'approccio si basa su tre pilastri strategici: **sostenibilità, inclusione e legacy positiva**, con l'ambizione di lasciare un'eredità duratura ai territori ospitanti e al sistema turistico nazionale.

In questo quadro, Lungolivigno S.p.A. ha avviato una collaborazione con la Fondazione Milano Cortina 2026 e i suoi stakeholders per la sostenibilità e la promozione territoriale dell'evento. La partnership si fonda sulla condivisione di valori essenziali: l'innovazione responsabile, il rispetto dell'identità culturale delle destinazioni alpine, la tutela delle risorse naturali e l'impegno concreto verso la transizione ecologica per l'ospitalità di montagna.

Grazie alla lunga storia e a un percorso di miglioramento continuo, Lungolivigno S.p.A. si distingue per un modello di gestione orientato agli standard internazionali di sostenibilità. A conferma di questo impegno, Lungolivigno si presenta ai Giochi con l'ottenimento nel 2024 della certificazione **Green Key**, tra i più autorevoli eco-label a livello mondiale per il settore hospitality, per le strutture Lac Salin, Hotel Concordia e Montivas Lodge.

Il riconoscimento rappresenta un elemento distintivo per la credibilità del Gruppo come partner strategico delle "Olimpiadi a impatto positivo". In linea con la visione del Comitato Olimpico Internazionale (CIO) e del Comitato Paralimpico Internazionale (IPC), Lungolivigno S.p.A. si impegna a offrire a delegazioni, atleti e ospiti esperienze di soggiorno che uniscono eccellenza, comfort e responsabilità ambientale.

La partecipazione al percorso di certificazione Green Key si inserisce in un contesto più ampio di trasformazione sostenibile del comparto turistico alpino, come dimostrato anche dall'esperienza di Cortina d'Ampezzo. Qui, in occasione dei Mondiali di Sci 2021 e in preparazione dei Giochi Olimpici, è stato sottoscritto un protocollo d'intesa tra il Comune, l'Associazione Albergatori e FEE Italia per promuovere l'adozione del marchio Green Key quale strumento per valorizzare la gestione responsabile delle strutture ricettive e ridurre le emissioni.

Allo stesso modo, Lungolivigno S.p.A., ha avviato sul proprio territorio un percorso di consolidamento degli standard ESG e di sensibilizzazione dei propri collaboratori, fornitori e clienti – ai valori della sostenibilità. In vista dell'appuntamento olimpico, il Gruppo ha definito azioni prioritarie tra cui:

- IL PROGRESSIVO RINNOVO ED EFFICIENTAMENTO DEGLI IMPIANTI;
- L'ELIMINAZIONE DELLE PLASTICHE MONOUSO;
- LA PROMOZIONE DELLA MOBILITÀ DOLCE;
- LA PROMOZIONE DI PRATICHE DI ECONOMIA CIRCOLARE;
- LA FORMAZIONE DEL PERSONALE SULLE TEMATICHE DELLA SOSTENIBILITÀ E DELL'ACCOGLIENZA INCLUSIVA;
- L'ADOZIONE DI STRUMENTI DI MONITORAGGIO TRASPARENTE DELLE PERFORMANCE AMBIENTALI E SOCIALI.

Questi interventi rispondono non solo agli impegni previsti dal piano di sostenibilità aziendale, ma anche agli standard di condotta, ai valori e ai principi definiti dall'Olympic Host Contract, sottoscritto dal CIO, dal CONI e dai Comuni ospitanti, che richiede agli stakeholder coinvolti di contribuire alla realizzazione di un evento accessibile, sicuro e a ridotto impatto ambientale.

L'impegno di Lungolivigno S.p.A. si traduce così nella volontà di fare dei Giochi Milano Cortina 2026 un'occasione di crescita collettiva e di rigenerazione del territorio, nel rispetto della natura circostante e la comunità locale.

## LA CERTIFICAZIONE GREEN KEY E IL CONSOLIDAMENTO DELL'OSPITALITÀ SOSTENIBILE

L'impegno mostrato nel percorso di sostenibilità intrapreso dall'azienda ha portato, nel 2024, all'ottenimento della certificazione Green Key per gli hotel del Gruppo. Il Lac Salin ha ottenuto il riconoscimento nell'ottobre 2024, mentre il completamento della certificazione per l'Hotel Concordia e il Montivas è previsto entro l'autunno 2025. Green Key è una delle certificazioni di sostenibilità nel mondo hospitality maggiormente riconosciute a livello internazionale. Il programma definisce requisiti rigorosi che comprendono oltre **130 criteri di valutazione** che toccano i diversi ambiti della gestione di una struttura ricettiva.

Tra le aree di miglioramento proposte dalla certificazione, Lungolivigno si è già attivata per la gestione delle seguenti:

### INFORMAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE DEGLI OSPITI

Le "eco-pillole", brevi spunti pratici, accompagnano l'ospite nella scoperta delle buone pratiche attuate nella struttura, promuovendo gesti quotidiani di attenzione, come il riutilizzo degli asciugamani o il corretto uso di servizi in camera.

### ELIMINAZIONE DELLA PLASTICA MONOUSO

Tutti gli hotel del Gruppo hanno eliminato la plastica monouso, sostituendola con materiali naturali, compostabili o riutilizzabili. In ogni area delle strutture sono presenti bicchieri di vetro, bottiglie riutilizzabili e accessori ecologici per la riduzione dei rifiuti.

### SERVIZIO HOUSEKEEPING SU RICHIESTA

Per ridurre i consumi idrici ed elettrici, gli ospiti possono scegliere liberamente la frequenza del cambio biancheria e asciugamani, partecipando attivamente alla riduzione dell'impatto ambientale del proprio soggiorno.

### ECO-CLEAN KIT

I prodotti per la pulizia utilizzati dal personale sono selezionati in base a criteri di eco-compatibilità e sicurezza, a tutela sia dell'ambiente che della salute degli operatori e degli ospiti.

### ECO-COURTESY SET

Il set di cortesia offerto agli ospiti è composto da prodotti con formulazioni sostenibili e packaging a ridotto impatto ambientale.

## LE 13 AREE DI VALUTAZIONE DEL GREEN KEY



COINVOLGIMENTO DELLO STAFF



GESTIONE AMBIENTALE



INFORMAZIONI PER GLI OSPITI



ACQUA



RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA



PRODOTTI PER LA PULIZIA



CIBO E BEVANDE



AMMINISTRAZIONE



RIFIUTI



AMBIENTE INTERNO



AREE VERDI



ATTIVITÀ GREEN



ENERGIA





## Governance Highlights

**60**

ANNI DI  
ESPERIENZA

**3**

GENERAZIONI

**15**

ATTIVITA' RICETTIVE  
(hotel, ristoranti, fashion  
store, ecommerce)

---

**1**

SUSTAINABILITY  
MANAGER

---

**1**

COMITATO DI  
SOSTENIBILITA'

**22**

GREEN  
AMBASSADOR

**€ 19 MLN**

VALORE ECONOMICO  
GENERATO  
(+0,4% vs. ap)

**65%**

DEL VALORE ECONOMICO  
GENERATO TORNA AL  
TERRITORIO E ALLE PERSONE

**€ 8 MLN**

VALORE ECONOMICO  
DISTRIBUITO A FORNITORI  
DI BENI E SERVIZI

**€ 5 MLN**

VALORE ECONOMICO  
DISTRIBUITO A  
COLLABORATORI  
E PROFESSIONISTI

02

ENVIRONMENTAL

# MONITORAGGIO DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ

# IMPATTI AMBIENTALI

Coerentemente con il proprio Piano di Sostenibilità e l'impegno verso una gestione più consapevole delle risorse, Lungolivigno S.p.A. ha avviato un percorso di analisi e monitoraggio degli impatti ambientali generati dalle proprie attività. I capitoli che seguono sono dedicati all'analisi dei principali ambiti ambientali su cui l'azienda incide direttamente o indirettamente.



## ENERGIA

In un contesto alpino caratterizzato da forti escursioni termiche stagionali e da vincoli infrastrutturali specifici, l'azienda si impegna a migliorare l'efficienza energetica, ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub> e promuovere l'utilizzo di fonti rinnovabili delle proprie strutture, integrando soluzioni tecniche e gestionali volte a minimizzare l'impatto ambientale e i consumi energetici, senza compromettere la qualità dell'esperienza offerta.

Le condizioni specifiche del territorio di Livigno influenzano fortemente le scelte in ambito energetico: l'assenza della rete di distribuzione del gas metano costringe infatti all'impiego di caldaie alimentate a gasolio e cippato. In merito a impianti solari e fotovoltaici, sebbene siano già installati in alcune strutture, il loro contributo alla copertura del fabbisogno energetico rimane marginale e attualmente non rappresenta una fonte significativa di produzione autonoma di energia.

Tra le strutture del Gruppo, il Montivas Lodge si distingue per la presenza di un **impianto fotovoltaico integrato**, con una potenza di circa 20 kW, dedicato alla **produzione di energia rinnovabile per l'autoconsumo**. Nonostante le caratteristiche climatiche di Livigno, l'impianto rappresenta un **contributo all'approvvigionamento energetico sostenibile della struttura**.

Attualmente, il **65%** del fabbisogno energetico delle strutture è coperto dal **gasolio** utilizzato per il riscaldamento; il **29%** è soddisfatto dall'**energia elettrica** prelevata dalla rete nazionale; il **6%** deriva dall'impiego di **biomassa** come combustibile rinnovabile; infine, una quota residuale pari allo 0,12% è coperta dal GPL. Nel periodo analizzato, l'organizzazione ha registrato un **consumo energetico** totale pari a **4.330,93 MWh**.

Il Gruppo sta portando avanti interventi strutturali volti al miglioramento dell'efficienza energetica degli edifici, attraverso soluzioni come l'installazione di cappotti termici, l'isolamento degli ambienti e l'impiego di vetri a bassa emissività. Parallelamente, sono in corso progetti mirati all'ottimizzazione dei consumi energetici tramite l'adozione di sistemi intelligenti per la regolazione della temperatura negli ambienti interni.

Particolare attenzione è stata riservata alle aree ad alta intensità energetica, come piscine e SPA. Negli ultimi anni, grazie alla sostituzione delle pompe con modelli di ultima generazione dotati di inverter, è stato possibile ridurre i consumi energetici di circa il 50% rispetto ai dispositivi precedenti, con un impatto significativo in termini di efficienza e sostenibilità.

In tema di approvvigionamento energetico, il Gruppo ha intrapreso un percorso di transizione che prevede la progressiva sostituzione degli impianti e, al contempo, un'evoluzione verso un mix energetico più sostenibile.

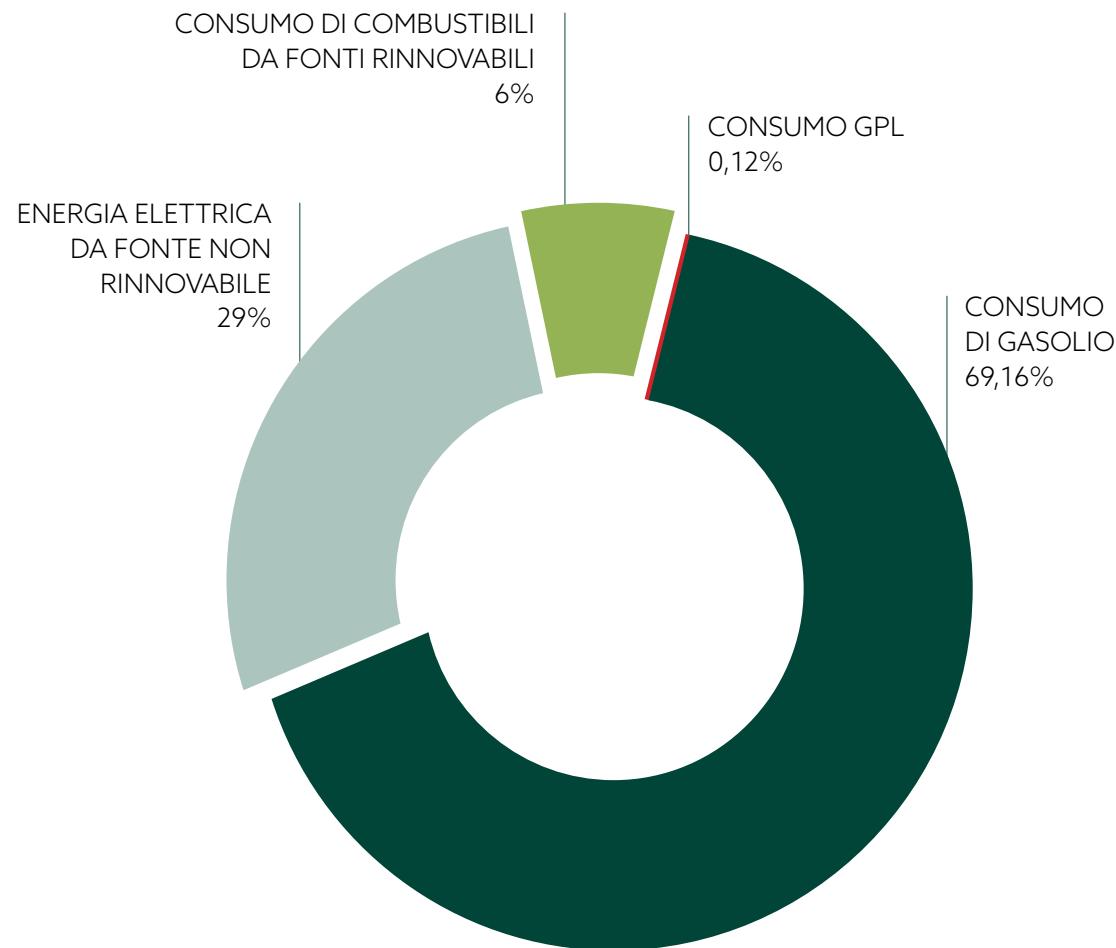


Grafico 4: Consumo energetico per fonte (%) - 2024

| FONTE  | MWh             |
|--|-----------------|
| Consumo GPL  | 5,39            |
| Consumo di gasolio   | 2802,29         |
| Energia elettrica da fonte non rinnovabile   | 1244,36         |
| Energia da fonti nucleari  | 0               |
| Consumo di combustibili da fonti rinnovabili, compresa la biomassa, il biogas, l'idrogeno da fonti rinnovabili, ecc. | 278,90          |
| Energia elettrica da Fonte rinnovabile   | non disponibile |
| <b>Totale</b>  | <b>4330,93</b>  |

## EMISSIONI IN ATMOSFERA

Lungolivigno S.p.A. è consapevole del ruolo che le emissioni di gas a effetto serra giocano nel cambiamento climatico ma altrettanto per la qualità dell'aria a livello locale. Da ormai 3 anni l'azienda monitora l'impatto ambientale derivante dai propri consumi energetici e le emissioni di CO<sub>2</sub> conseguenti. L'inventario delle emissioni di CO<sub>2</sub> di Lungolivigno prevede una suddivisione delle emissioni secondo la metodologia del Greenhouse Gas Protocol, ovvero secondo la classificazione in Scope 1 e Scope 2. Le emissioni di Scope 3 vengono in parte rendicontate, con l'obiettivo di ampliare il calcolo delle stesse negli esercizi futuri.

Nel dettaglio, le emissioni dirette (Scope 1) rappresentano la quota maggiore del bilancio carbonico aziendale, pari al 73% del totale. Di queste, il 74% è generato dalla combustione di gasolio, utilizzato per il riscaldamento. Nonostante sia prevista una graduale dismissione di questa tecnologia, la sua sostituzione risulta complessa a causa delle specifiche condizioni dell'area in cui l'azienda opera.

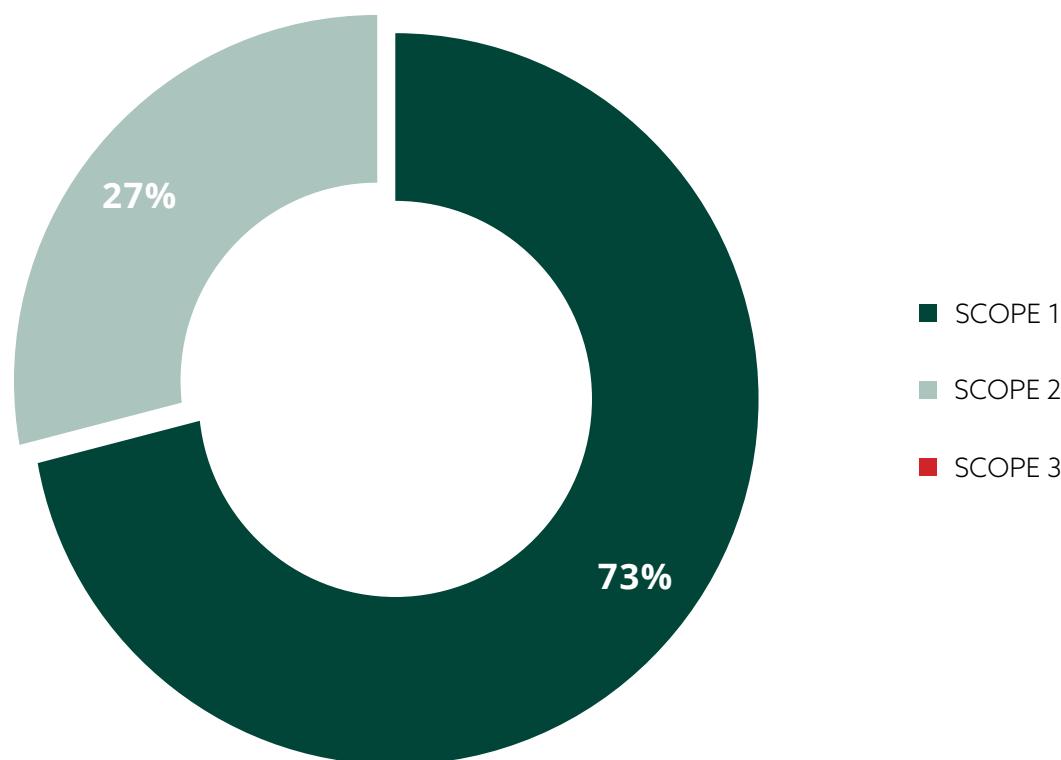
Nel 2024 il perimetro di rendicontazione è stato ampliato con l'inserendo delle emissioni di CO<sub>2</sub> derivanti dalle perdite di gas refrigerante, rappresentanti circa il 15% delle emissioni Scope 1. In misura minore, l'11% delle emissioni Scope 1, deriva dalla combustione di biomassa utilizzata per alimentare il riscaldamento di una delle strutture alberghiere, mentre le emissioni indirette legate all'uso di energia elettrica (Scope 2 – location-based) rappresentano il restante 27%.

### Emissioni Scope 1

| FONTE  | TON CO <sub>2</sub> EQ |
|--|------------------------|
| Emissioni da gas naturale con riferimento all'Italia | 0                      |
| Emissioni da gasolio                                 | 753,11                 |
| Emissioni da GPL                                     | 1,29                   |
| Biomassa (" Wood or Wood waste")                     | 112,54                 |
| Biomassa (" Wood or Wood waste")                     | 112,54                 |
| Perdite di gas refrigerante                          | 146,70                 |
| <b>Totale</b>  | <b>1013,64</b>         |

### Emissioni Scope 2

| FONTE            | TON CO <sub>2</sub> EQ |
|------------------|------------------------|
| Location - based | 384,05                 |
| Market - based   | 571,37                 |



**Grafico 5: Emissioni suddivise per Scope (%) – 2024 location-based**

Nel periodo di rendicontazione, Lungolivigno S.p.A. ha registrato un indice di intensità carbonica pari a 0,07 kg di CO<sub>2</sub> equivalente per ogni euro di fatturato. Questo indicatore rappresenta un primo parametro utile alla comprensione dell'impatto ambientale dell'azienda in rapporto alla sua attività economica. Il valore rilevato costituisce un punto di partenza fondamentale per monitorare nel tempo l'andamento delle emissioni di CO<sub>2</sub> in rapporto ad un indicatore analitico di business, come il fatturato, con l'obiettivo di migliorare progressivamente le proprie performance ambientali e ridurre l'impatto sul clima.

#### Intensità carbonica

| 2024                                    | KG CO <sub>2</sub> EQ/€ fatturato |
|---|-----------------------------------|
| Intensità carbonica (Scope 1 + Scope 2) | 0,07                              |

## MOBILITÀ SOSTENIBILE

La promozione di una mobilità a basso impatto ambientale rappresenta un pilastro fondamentale della strategia di sostenibilità di Lungolivigno S.p.A. Consapevoli del ruolo che il settore turistico può svolgere nella transizione verso modelli di spostamento più responsabili, l'azienda si impegna ad offrire ai propri ospiti soluzioni a ridotto impatto, migliorando la qualità dell'aria e il traffico locale.

All'interno delle strutture del Gruppo sono a disposizione degli ospiti:

### INFORMAZIONI SUL TRASPORTO PUBBLICO

In ogni hotel è presente una bacheca informativa aggiornata con gli orari, le linee e le mappe del trasporto pubblico locale. Inoltre, tutto il personale di front office è formato per supportare attivamente gli ospiti nella scelta del mezzo più sostenibile per raggiungere le principali destinazioni turistiche, culturali o naturali della zona. Questo approccio consente di valorizzare l'offerta di mobilità esistente, incentivando un'esperienza di viaggio più consapevole e integrata nel contesto locale.

### SERVIZIO DI BIKE RENTAL

In ogni hotel, è attivo un servizio di noleggio biciclette – city bike e mountain bike – disponibile per tutti gli ospiti. Il servizio è pensato per favorire gli spostamenti brevi all'interno dei centri urbani e nelle aree naturalistiche limitrofe, contribuendo alla riduzione del traffico locale e all'adozione di stili di vita più salutari.

### RICARICA PER VEICOLI ELETTRICI

Tutte le strutture alberghiere sono dotate di colonnine per la ricarica di auto elettriche, a disposizione gratuita o agevolata per gli ospiti. Questa scelta supporta l'evoluzione verso una mobilità elettrica e rappresenta un elemento concreto di integrazione delle attività con gli obiettivi di decarbonizzazione del settore dei trasporti. L'acquisto di certificati di Garanzia d'Origine (GO), previsto dal piano di sostenibilità dell'azienda, è finalizzato a coprire anche la quota di consumo elettrico derivante dalle colonnine, così da garantire che la ricarica avvenga esclusivamente attraverso l'utilizzo di energia rinnovabile e assicurare una mobilità 100% sostenibile.

Sul fronte della **mobilità interna**, il Gruppo ha già avviato un percorso di transizione verso soluzioni a basse emissioni. È stato infatti introdotto un primo **furgone elettrico** destinato ai collegamenti logistici tra i diversi punti vendita, con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale anche nelle operazioni quotidiane. L'azienda prevede di **potenziare progressivamente la flotta aziendale**, incrementando l'utilizzo di veicoli elettrici o a basse emissioni per tutte le attività di trasporto interno, logistica e servizio tecnico.

Le azioni descritte si inseriscono in un più ampio impegno per l'adozione di pratiche sostenibili in ogni fase dell'esperienza dell'ospite. Favorire soluzioni di mobilità alternative è non solo una responsabilità ambientale, ma anche un'opportunità per offrire un'ospitalità moderna, etica e sempre più in linea con le aspettative di un turismo responsabile e consapevole.

## MATERIALI

Nel percorso di certificazione Green Key, l'azienda ha definito specifici obiettivi per la riduzione degli impatti ambientali legati all'approvvigionamento e all'uso dei materiali nelle strutture.

### PRODOTTI PER LA PULIZIA

In particolare, si è impegnata a ridurre al minimo l'impiego di prodotti per la pulizia contenenti sostanze chimiche pericolose. L'obiettivo prefissato è che almeno il 75% dei prodotti chimici per la pulizia quotidiana – utilizzati nelle camere, aree comuni, ristoranti, aree conferenze e spazi del personale – possieda un marchio di qualità ecologica riconosciuto a livello nazionale o internazionale (ad es. EU Ecolabel, Nordic Swan, Green Seal, Cradle2Cradle).

L'azienda ha selezionato un fornitore in grado di garantire la fornitura di prodotti certificati e di supportare un processo di sostituzione progressiva, attualmente in corso, dei prodotti convenzionali con soluzioni ecologiche.

### PRODOTTI DA CARTA

Per i prodotti in carta – asciugamani, fazzoletti e carta igienica – l'azienda acquista materiali certificati EU Ecolabel e PEFC, sottoposti a processi di sbiancamento senza cloro e garantiti per il rapido dissolvimento in acqua (entro 9 secondi), riducendo così l'impatto ambientale anche nella fase di smaltimento.

### PRODOTTI DA LAVANDERIA

Per 'Hotel Concordia, il 100% dei detersivi per lavatrice industriale è già stato sostituito con prodotti certificati Ecolabel. L'obiettivo è di raggiungere entro il 2027 il 100% dei prodotti da lavanderia e lavastoviglie con prodotti a basso impatto riconosciuti dalla certificazione ambientale europea (Ecolabel).

## GESTIONE DEI RIFIUTI

La gestione dei rifiuti si conferma una delle sfide ambientali più rilevanti per Lungolivigno S.p.A. Il territorio montano di Livigno è infatti soggetto a continui aggiornamenti nella regolamentazione sul trasporto e lo smaltimento dei rifiuti, generando incertezza operativa e imponendo un costante adeguamento delle procedure.

Tutte le strutture del Gruppo sono dotate di sistemi per la raccolta differenziata e prevedono misure specifiche per sensibilizzare gli ospiti al corretto conferimento. Negli hotel sono stati installati nelle camere cestini dedicati con l'obiettivo di favorire comportamenti responsabili e sostenibili.

Nel Comune di Livigno, la gestione dei rifiuti organici avviene senza un servizio di raccolta dedicato a causa dell'assenza di un impianto specifico di trattamento, circostanza che influisce sulle modalità di smaltimento adottate dalle aziende del territorio. In risposta a questa situazione, Lungolivigno S.p.A. ha sperimentato, coinvolgendo il Comune ed il Gruppo Eco di Livigno un macchinario per la trasformazione degli scarti organici in fertilizzante.

Nonostante le complessità per l'adozione della nuova tecnologia sul territorio, il progetto ha portato alla produzione di fertilizzante organico.

Questa sperimentazione a favore della circolarità con l'introduzione presso l'Hotel Lac Salin di un macchinario in grado di trattare rifiuti organici in 10-12 ore, grazie a un processo termico a 130 °C che non richiede additivi chimici. Il risultato è una **riduzione fino all'80% del volume degli scarti**, un grande risultato verso un'economia davvero circolare.

Tra gennaio e aprile 2024, sono stati trattati **793 kg di rifiuti organici**, trasformati in **287 kg di residuo secco**, con una riduzione dello scarto del 63%.

### Rifiuti trattati

| 2024   | KG         |
|--|------------|
| Rifiuti organici trattati                    | 793,00     |
| Residuo secco prodotto                       | 287,00     |
| <b>Percentuale di riduzione della scarto</b> | <b>63%</b> |

Lungolivigno ha guidato questa **sperimentazione locale**, offrendo supporto contrattuale, logistico e operativo, e coinvolgendo attivamente il territorio. Il progetto ha suscitato grande interesse tra strutture ricettive della zona, dando il via a una **campagna di sensibilizzazione sulla raccolta differenziata**, culminata in un evento pubblico dimostrativo.

A testimonianza della volontà di ridurre progressivamente ogni forma di spreco e di promuovere un utilizzo più consapevole delle risorse, nel periodo di rendicontazione, compreso tra novembre 2023 e ottobre 2024, il Gruppo ha consolidato l'impegno nella lotta allo spreco alimentare grazie alla collaborazione con la piattaforma **Too Good To Go**, che consente il recupero delle eccedenze alimentari generate nei ristoranti e nelle strutture ricettive. Grazie a questa iniziativa, sono stati salvati **978 pasti**, corrispondenti a circa **2.601 kg di CO<sub>2</sub> evitati**<sup>2</sup>. L'attività si inserisce in un percorso più ampio di sensibilizzazione di ospiti e collaboratori, volto a promuovere comportamenti consapevoli e a ridurre l'impatto ambientale lungo l'intera filiera.

<sup>2</sup> Il calcolo delle emissioni risparmiate, realizzato da Too Good To Go, si basa sull'assunzione che ogni Magic Box abbia un peso medio di 1 kg, equivalente a circa 2,7 kg di CO<sub>2</sub> non immesse in atmosfera.

## ACQUA

Lungolivigno S.p.A. riserva grande attenzione alla gestione efficiente e responsabile delle risorse idriche, integrando soluzioni tecnologiche avanzate in tutte le proprie strutture alberghiere e adottando un approccio consapevole, volto a ridurre gli sprechi e a tutelare l'ambiente circostante.

Tutte le piscine delle strutture sono dotate di impianti innovativi per l'autoproduzione del cloro, che consentono di eliminare quasi del tutto l'impiego di prodotti chimici dalle vasche. I sistemi di filtraggio sono tutti di ultima generazione e permettono di riutilizzare l'acqua una volta completato il ciclo di pulizia, contribuendo così a ridurre in modo significativo i consumi idrici.

Particolare attenzione è riservata anche alle aree wellness: le SPA del Gruppo sono equipaggiate con sistemi di monitoraggio e ottimizzazione dei consumi idrici di ultima generazione, che consentono di coniugare comfort degli ospiti e sostenibilità ambientale.

Infine, nell'ottica di ridurre ulteriormente l'impatto delle proprie attività, l'azienda ha scelto di non utilizzare impianti di irrigazione per il mantenimento delle aree verdi, preferendo la messa a dimora di alberi, fiori e verde che limitano il fabbisogno idrico in tutte le stagioni dell'anno.

| CONSUMO IDRICO               | m3       |
|------------------------------|----------|
| Tutti i siti:                | 19967,20 |
| Zone ad alto rischio idrico: | 0        |

## BIODIVERSITA'

Lungolivigno S.p.A. opera in un contesto ambientale di elevato pregio ecologico, in cui la presenza di habitat protetti, specie sensibili e delicati equilibri naturali impongono una particolare attenzione alla conservazione della biodiversità. La tutela del capitale naturale è parte integrante dell'approccio sostenibile dell'azienda e si riflette tanto nelle scelte strategiche quanto nelle pratiche quotidiane.

Attraverso un'attenta valutazione degli impatti ambientali diretti e indiretti, Lungolivigno si impegna a minimizzare le pressioni sugli ecosistemi circostanti, promuovendo al tempo stesso comportamenti responsabili e collaborazioni attive con il territorio.

I paragrafi che seguono descrivono il contesto ambientale in cui l'azienda opera, le potenziali interazioni con gli habitat locali e le azioni concrete messe in atto per contribuire alla conservazione della biodiversità, anche attraverso la sensibilizzazione di ospiti, fornitori e comunità locali.

## CONTESTUALIZZAZIONE GEOGRAFICA E AMBIENTALE (ESRS E4 DR 2, DR 5)

L'azienda opera nel Comune di Livigno (SO), situato all'interno del Parco Nazionale dello Stelvio e in prossimità diretta di due Zone Speciali di Conservazione (ZSC) appartenenti alla Rete Natura 2000<sup>3</sup>, istituite ai sensi della Direttiva 92/43/CEE:

ZSC IT2040002 - MOTTO DI LIVIGNO - VAL SALIENTE

ZSC IT2040003 - VAL FEDERIA

Entrambe le aree presentano elevato valore naturalistico, ospitano habitat prioritari e specie protette a livello comunitario, e sono soggette a misure di conservazione specifiche approvate dalla Regione Lombardia.

La presenza diffusa di habitat RN2000 nei dintorni della zona urbana evidenzia una stretta coesistenza tra insediamenti, turismo e ecosistemi montani ad alta fragilità<sup>4</sup>.

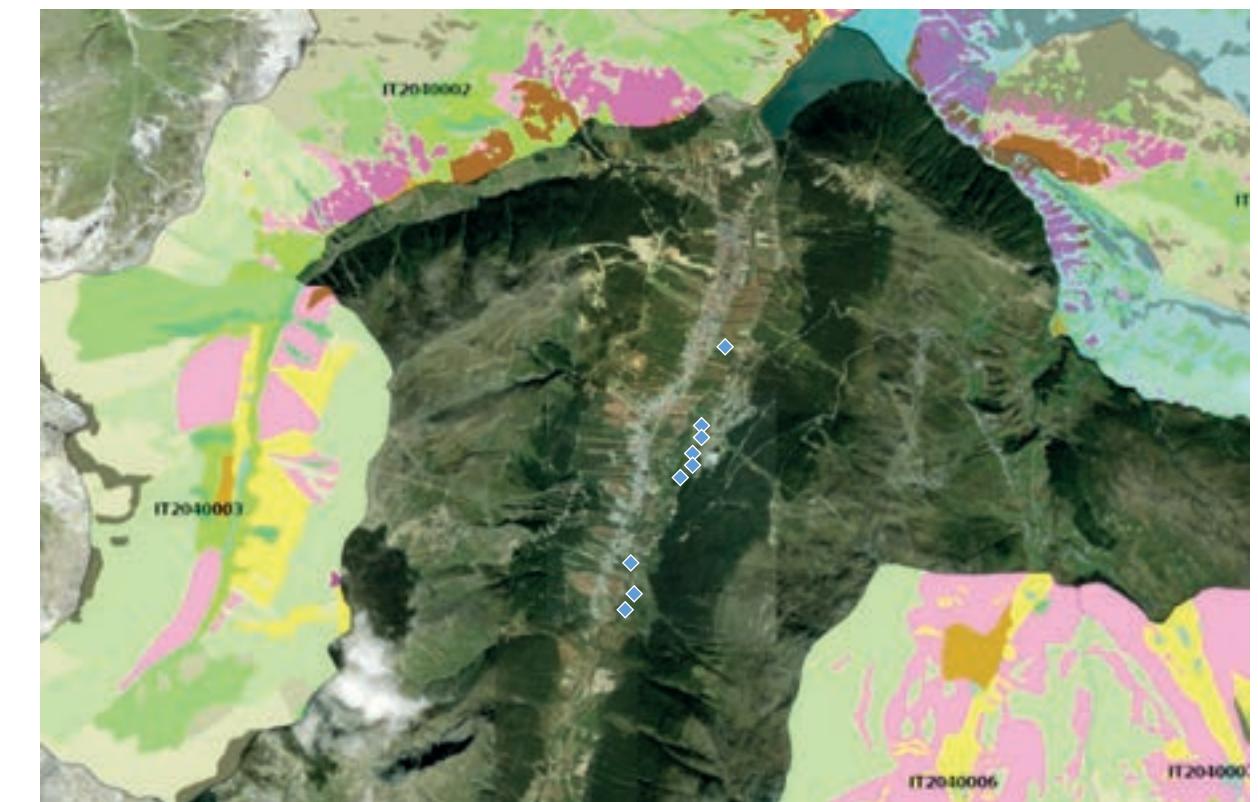


Grafico 6: Cartina Zone protette Livigno

- █ Strutture Lungolivigno S.p.A.
- █ RN2000 - Zone di Protezione Speciale
- █ RN2000 - Zone Speciali di Conservazione e SIC

<sup>3</sup> <https://www.provinciasondrio.it/servizio-produzioni-vegetali-infrastrutture-foreste/rete-natura-2000/elen-co-dei-sitinatura-2000>

<sup>4</sup> <https://www.livigno.eu/aree-protette>

## VALUTAZIONE DEGLI IMPATTI E DELLE PRESSIONI AMBIENTALI

Pur non operando direttamente all'interno delle ZSC, l'azienda può generare impatti indiretti su biodiversità e habitat, in particolare:

- DISTURBO ALLE SPECIE SENSIBILI (RUMORE, ILLUMINAZIONE, PRESENZA TURISTICA O VEICOLARE)
- PRESSIONI SU SUOLO E PAESAGGIO (IMPERMEABILIZZAZIONE, FRAMMENTAZIONE DEGLI HABITAT)
- RISCHI DI INQUINAMENTO LOCALIZZATO (RIFIUTI, ACQUE REFLUE, INQUINANTI ATMOSFERICI O DEL SUOLO)
- CONSUMO DI RISORSE IDRICHE IN AREE MONTANE CARATTERIZZATE DA FRAGILI EQUILIBRI IDRO-ECOLOGICI

Non si rilevano, invece, attività aziendali con impatti diretti sulla fauna/flora protetta.

L'azienda, in un'ottica di responsabilità condivisa nella gestione del territorio, adotta comportamenti compatibili con la conservazione del patrimonio ecologico locale. Nelle attività quotidiane vengono attuate azioni orientate alla prevenzione e alla minimizzazione degli impatti indiretti sugli habitat della Rete Natura 2000.

L'impegno si traduce anche nella sensibilizzazione del personale e dei clienti sulle tematiche ambientali del territorio, nonché nel coinvolgimento attivo degli stakeholder locali, enti tecnici e comunità. In questo contesto, risulta fondamentale una gestione aziendale responsabile, basata su mitigazione preventiva, collaborazione territoriale e un approccio orientato a soluzioni nature-positive.

## AZIONI A TUTELA DELLA BIODIVERSITÀ:

Lungolivigno S.p.A. si impegna attivamente nella tutela della biodiversità attraverso l'adozione di misure volte a proteggere gli ecosistemi locali. Tra queste, è stata definita una procedura specifica per l'acquisto di carne, pesce e prodotti ittici, che ha l'obiettivo di garantire che tali prodotti non provengano da specie protette o in via di estinzione, privilegiando invece forniture locali e sostenibili.

Per verificare lo stato di conservazione delle specie, è previsto l'obbligo di consultare fonti autorevoli quali:

- LA LISTA ROSSA IUCN DELLE SPECIE MINACCiate
- LE APPENDICI CITES (CONVENZIONE SUL COMMERCIO INTERNAZIONALE DELLE SPECIE MINACCiate DI ESTINZIONE)

Inoltre, al fine di assicurare l'acquisto di prodotti che non includano specie a rischio, l'economato dell'hotel è incoraggiato a preferire prodotti certificati da marchi di qualità ecologica riconosciuti, quali:

- MSC (MARINE STEWARDSHIP COUNCIL) PER PESCE E FRUTTI DI MARE PESCATI IN NATURA

ASC (AQUACULTURE STEWARDSHIP COUNCIL) PER PESCE E FRUTTI DI MARE ALLEVATI

GGN (CERTIFIED RESPONSIBLE FARMING & TRANSPARENCY) O BAP (BEST AQUACULTURE PRACTICES) PER PRODOTTI DI ACQUACOLTURA CERTIFICATA.

## GESTIONE SOSTENIBILE DEGLI SPAZI NATURALI

Oltre alle iniziative legate alla ristorazione, il Gruppo pone particolare attenzione anche alla gestione degli spazi esterni. Gli interventi di verde vengono pensati per favorire la biodiversità e valorizzare il contesto naturale locale, come la scelta di piante ornamentali locali e varietà autotrone più adatte all'ambiente alpino. All'esterno dell'Hotel Lac Salin è stato riservato uno spazio alla crescita spontanea di fiori selvatici, con l'obiettivo di favorire i processi di impollinazione e incrementare la biodiversità locale.

Per l'estate 2025 è inoltre prevista l'installazione di casette per uccelli, a testimonianza dell'attenzione dedicata alla protezione della fauna selvatica.

All'esterno del Lac Salin, è stato realizzato un orto dedicato alla coltivazione di erbe aromatiche e ortaggi destinati al ristorante vegetariano, in linea con i principi di filiera corta, stagionalità e valorizzazione del territorio.

## DIFFUSIONE DELLA CULTURA DELLA BIODIVERSITÀ

Per promuovere una maggiore consapevolezza e sensibilità ambientale, il Gruppo ha scelto di collaborare esclusivamente con guide turistiche che integrano nei loro percorsi di visita contenuti educativi e messaggi mirati al rispetto e alla tutela dell'ambiente naturale. Queste guide, esperte del territorio, offrono ai visitatori non solo informazioni sulle caratteristiche paesaggistiche e culturali, ma anche approfondimenti sulle specie locali, gli ecosistemi alpini e le pratiche sostenibili da adottare durante l'esperienza sul territorio.

L'obiettivo è coinvolgere attivamente i visitatori, stimolando un approccio responsabile e rispettoso verso la natura, favorendo comportamenti consapevoli che contribuiscono a preservare la biodiversità e a ridurre l'impatto umano sull'ambiente.

### Zone sensibili per la biodiversità

| SEDE AZIENDALE               | AREA (m <sup>2</sup> ) | ZONA SENSIBILE PER LA BIODIVERSITÀ | SITO INTERNO O VICINO AD UN'AREA SENSIBILE PER LA BIODIVERSITÀ |
|------------------------------|------------------------|------------------------------------|--|
| Immobili Lungolivigno S.p.A. | 10.890                 | RN2000                             | vicino ad un'area sensibile per la biodiversità                |

| SUPERFICE                                   | AREA (m <sup>2</sup> ) 2024 |
|---|-----------------------------|
| Area totale pavimentata                     | 9.530                       |
| Area naturali/verdi nel sito                | 1.280                       |
| Area naturali/verdi fuori dal sito          | 0                           |
| <b>Uso totale del suolo (m<sup>2</sup>)</b> | <b>10.890</b>               |

## DIGITALIZZAZIONE E SICUREZZA INFORMATICA

Nell'ottica di rafforzare la propria resilienza operativa, migliorare l'efficienza dei processi gestionali, Lungolivigno S.p.A. ha avviato un importante progetto di trasformazione tecnologica.

L'azienda ha infatti completato la migrazione del proprio **Property Management System (PMS)**, il software che consente di gestire tutte le attività operative e amministrative delle strutture alberghiere — dalle prenotazioni al check-in, dalla fatturazione alla gestione delle camere — passando da una versione installata localmente (on premise) a una **piattaforma completamente cloud-based**.

Grazie a questa evoluzione, Lungolivigno S.p.A. può contare su un sistema più flessibile, sicuro e aggiornabile in tempo reale, che riduce la necessità di infrastrutture fisiche interne e semplifica l'accesso ai dati in qualsiasi momento e da qualsiasi dispositivo autorizzato.

La migrazione sul nuovo software rappresenta un passo strategico che integra innovazione e sostenibilità, con l'obiettivo di garantire una gestione sempre più digitale e orientata al futuro dell'ospitalità.

Inoltre, l'integrazione con gli standard normativi più avanzati in materia di protezione dei dati personali (come il GDPR) contribuisce a rafforzare la governance dei dati aziendali e la fiducia degli stakeholder.





## Environmental Highlights

**100%**

ENERGIA ELETTRICA  
DA FONTI RINNOVABILI  
ENTRO IL 2025

**100%**

ELIMINAZIONE  
DELLA PLASTICA  
MONOUSO

**2035**

OBIETTIVO  
ALLA CARBON  
NEUTRALITY

---

**3/3**

HOTEL  
CERTIFICATI  
GREEN KEY

---

**15**

STAZIONI INSTALLATE  
DI RACCOLTA  
DIFFERENZIATA

---

**6**

CONNETTORI  
DI MOBILITÀ  
ELETTRICA

---

**978**

PASTI SALVATI IN  
COLLABORAZIONE CON  
TOO GOOD TO GO

→

---

**2601 kg CO<sub>2</sub>**  
EVITATI

---

**50%**

DI RIDUZIONE DEI CONSUMI  
ENERGETICI NELLE AREA DI ALTA  
INTENSITÀ (PISCINE, SPA)

---

**63%**

DI RIDUZIONE DEI VOLUMI  
DI RIFIUTI ORGANICI (DA 793 KG  
A 287 KG DI RESIDUO SECCO)

---

**75%**

DEI PRODOTTI PER LA  
PULIZIA CERTIFICATI  
ECOLABEL

---

**100%**

DEI PRODOTTI IN CARTA  
CERTIFICATI EU ECOLABEL  
E PEFC

03

AL  
A  
C  
O  
S

# IMPATTI SOCIALI

Coerentemente con i valori aziendali di passione, rispetto, innovazione, fiducia, responsabilità e appartenenza, l'azienda si impegna a generare valore non solo per i propri ospiti, ma anche e soprattutto per i propri collaboratori e le comunità locali con cui interagisce ogni giorno. Il presente capitolo approfondisce i principali ambiti attraverso i quali l'azienda misura e gestisce i propri impatti sociali interni ed esterni: dalla struttura organizzativa al coinvolgimento del personale, dalle politiche di welfare alla valorizzazione delle competenze, fino alla promozione di un ambiente di lavoro sano, motivante e responsabile. Particolare attenzione viene da sempre posta al sostegno al territorio, le associazioni, le comunità locali e i propri dipendenti.

## LAVORATORI

Il personale rappresenta un pilastro fondamentale per Lungolivigno. L'azienda riconosce il valore delle proprie risorse umane e si impegna a promuovere un ambiente di lavoro collaborativo, orientato allo sviluppo delle competenze sia individuali che professionali. Questo impegno si traduce in investimenti continui in formazione, sicurezza, benessere e inclusione, nella convinzione che un ambiente di lavoro positivo e partecipativo sia la base per uno sviluppo sostenibile e duraturo.

Nel periodo di rendicontazione compreso tra il 1° novembre 2023 e il 31 ottobre 2024, l'organico aziendale è composto 223 persone, così suddivise:

- 65** FANNO PARTE DEL PERSONALE AMMINISTRATIVO E GESTIONALE, LAVORANDO NELLE AREE DIREZIONALI, COMMERCIALI E DI COORDINAMENTO;
- 158** APPARTENGONO AL PERSONALE OPERATIVO, IMPIEGATO PREVALENTEMENTE NEI REPARTI ALBERGHIERI, RISTORATIVI, WELLNESS E NEI PUNTI VENDITA FASHION.

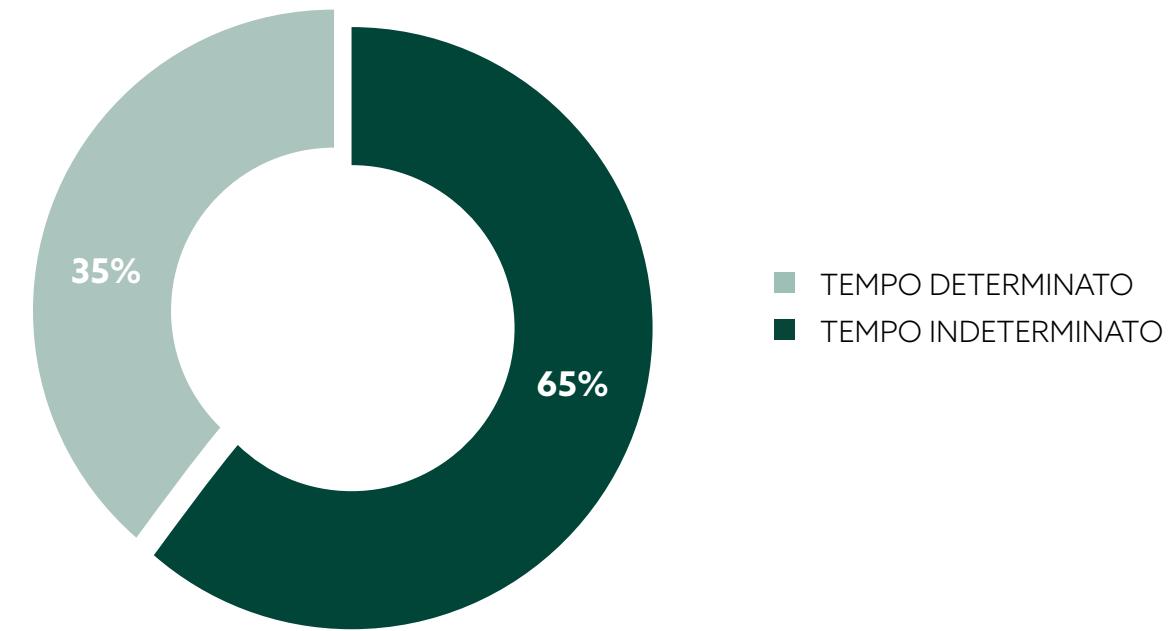


Grafico 7: Dipendenti a tempo determinato e indeterminato (%) - 2024

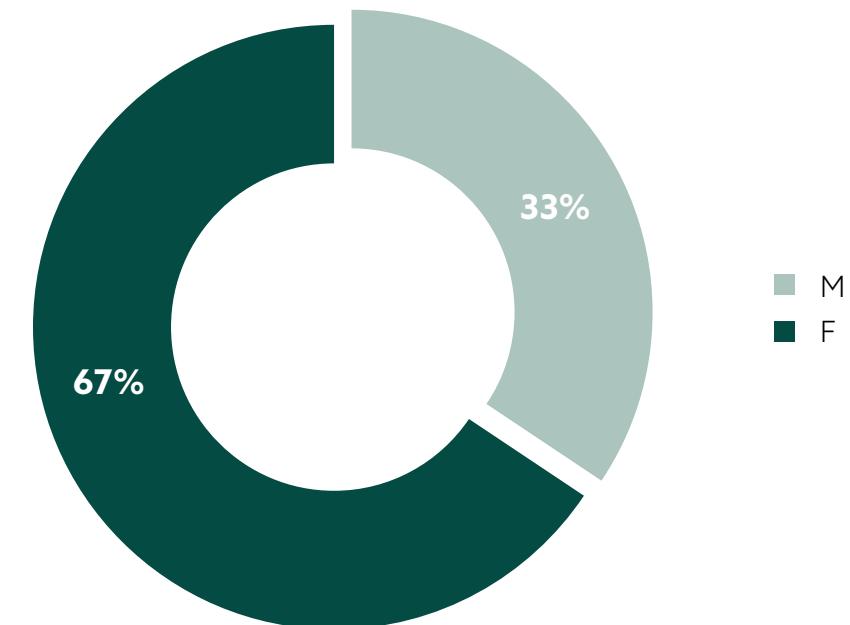
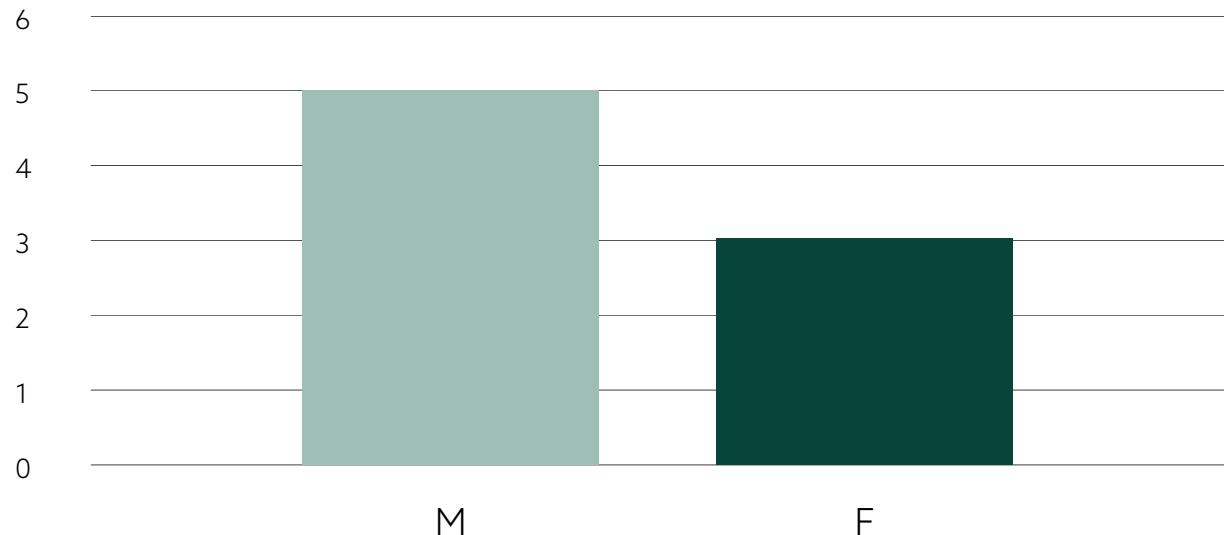


Grafico 8: Dipendenti per genere (%) - 2024

La distribuzione di genere nei ruoli manageriali registra una presenza femminile pari al 33%, un dato che riflette anche la dimensione familiare nella governance d'impresa: parte delle figure manageriali appartiene infatti alla terza generazione della famiglia fondatrice, la famiglia Giacomelli, all'interno della quale le donne ricoprono da sempre posizioni chiave nella gestione aziendale. Questo elemento conferma l'impegno del Gruppo nel valorizzare il talento e la leadership femminile, contribuendo a una cultura organizzativa inclusiva e orientata alla continuità generazionale.



**Grafico 9: Distribuzione percentuale di genere tra i manager (%) - 2024**

Considerata la stagionalità tipica del settore dell'ospitalità, Lungolivigno S.p.A. si affida necessariamente ad un ricambio costante di collaboratori. Il tasso di turnover registrato nel periodo di riferimento è pari al 202,45%. Questo valore è fortemente influenzato dalla natura stagionale dell'attività alberghiera. In larga misura, infatti, l'hotel si avvale di personale stagionale, assunto in relazione ai picchi di affluenza turistica nelle diverse stagioni dell'anno per adattarsi alle variazioni di domanda tipiche del settore turistico.

Al contrario, nel settore fashion, la gestione delle risorse umane tende ad essere più stabile e meno soggetta a variazioni stagionali.

#### Assunzioni e cessazioni

| PAESE                              | DONNE <30 | DONNE 30-50 | DONNE >50 | UOMINI <30 | UOMINI 30-50 | UOMINI >50 | TOTALI     |
|------------------------------------|-----------|-------------|-----------|------------|--------------|------------|------------|
| Assunzioni Tempo indeterminato     | 1         | 1           | 0         | 0          | 0            | 0          | <b>2</b>   |
| Assunzioni Tempo determinato       | 47        | 24          | 11        | 36         | 20           | 9          | <b>147</b> |
| Assunzioni altro                   | 1         | 0           | 0         | 2          | 0            | 0          | <b>3</b>   |
| <b>Totale età e genere</b>         | <b>49</b> | <b>25</b>   | <b>11</b> | <b>38</b>  | <b>20</b>    | <b>9</b>   | <b>152</b> |
| Cessazioni termine                 | 37        | 27          | 9         | 36         | 15           | 9          | <b>133</b> |
| Cessazioni licenziamento           | 0         | 0           | 0         | 0          | 1            | 1          | <b>2</b>   |
| Cessazioni dimissioni              | 8         | 3           | 2         | 4          | 4            | 0          | <b>21</b>  |
| Cessazioni decesso + pensionamento | 0         | 0           | 0         | 0          | 0            | 0          | <b>0</b>   |
| <b>Totale età e genere</b>         | <b>45</b> | <b>30</b>   | <b>11</b> | <b>40</b>  | <b>20</b>    | <b>10</b>  | <b>156</b> |

## SICUREZZA

Lungolivigno S.p.A. si impegna a garantire condizioni di lavoro in linea con le normative vigenti in materia di salute e sicurezza. Vengono organizzati regolarmente corsi di formazione, sia obbligatori che aggiuntivi, con l'obiettivo di sensibilizzare il personale sui temi della prevenzione e della sicurezza nei luoghi di lavoro. L'azienda continua a lavorare per rafforzare le proprie pratiche organizzative e promuovere una cultura della sicurezza condivisa, con l'obiettivo di rispondere al meglio alle criticità legate alla gestione dei flussi di personale tipiche di un contesto operativo complesso e stagionale.

## FORMAZIONE

Lungolivigno S.p.A. riconosce un ruolo centrale alla formazione delle proprie persone quale leva strategica per accrescere le competenze professionali e garantire l'eccellenza dell'esperienza offerta alla propria clientela. Ogni anno viene definito un budget dedicato alla formazione, che viene ripartito in funzione delle esigenze specifiche di ogni reparto.

I percorsi formativi attivati comprendono contenuti di carattere tecnico e specialistico, con moduli dedicati ai temi della sostenibilità, volti a favorire una gestione sempre più responsabile delle risorse e a promuovere una cultura d'impresa orientata alla creazione di valore condiviso.

Tra i corsi erogati nel corso dell'anno, si segnalano in particolare i moduli su:

- Housekeeping – corso finalizzato a rafforzare le competenze operative e organizzative del personale addetto ai servizi di pulizia e riassetto delle camere;
- Food & Beverage e Comunicazione a colori – un percorso che integra competenze di gestione del servizio F&B con elementi di comunicazione visiva, focalizzandosi sull'uso strategico del colore nella ristorazione;
- Corsi Excel (base e avanzato);
- Corsi di vendita – percorsi orientati allo sviluppo delle capacità relazionali e persuasive del personale a contatto con il cliente.

I piani formativi hanno l'obiettivo di rafforzare le competenze tecniche e operative dei lavoratori e di accompagnarli in un percorso di crescita continua. Nel 2024 hanno beneficiato della formazione 27 dipendenti, e l'azienda si è posta l'obiettivo di estendere progressivamente l'accesso a un numero sempre maggiore di collaboratori.

#### Formazione

| GENERE       | N° DIPENDENTI FORMATI |
|--------------|-----------------------|
| Uomini       | 2                     |
| Donne        | 25                    |
| <b>Total</b> | <b>27</b>             |

Nonostante la significativa incidenza di contratti stagionali e l'elevato turnover del personale, l'azienda garantisce percorsi formativi e di crescita anche alle figure stagionali. In coerenza con il piano di sostenibilità, Lungolivigno S.p.A. ha definito l'obiettivo di integrare progressivamente i principi ESG (ambientali, sociali e di governance) anche nei percorsi formativi, mirati a rafforzare le competenze trasversali e la consapevolezza diffusa su questi temi.

In questo contesto, gli incontri stagionali, organizzati due volte a stagione, fanno parte del percorso formativo dei Green Ambassador, contribuendo a consolidare la cultura aziendale della sostenibilità e il ruolo attivo dei collaboratori in questi ambiti.

Nel prossimo esercizio è previsto l'avvio di corsi specifici dedicati alla sostenibilità, con l'intento di ampliare le conoscenze del personale rispetto alle pratiche più avanzate in materia ambientale, agli standard internazionali e agli aspetti sociali e di governance connessi al settore. Tali attività saranno affiancate da interventi formativi dedicati allo sviluppo delle soft skills, al fine di valorizzare le capacità relazionali, la comunicazione efficace e la collaborazione tra team.

Parallelamente, Lungolivigno S.p.A. intende rafforzare i processi di raccolta, monitoraggio e rendicontazione delle informazioni relative alla formazione sui temi ESG, così da consentire una misurazione più puntuale dell'impatto generato e una valorizzazione trasparente dei risultati all'interno della reportistica aziendale e delle attività di comunicazione verso gli stakeholder.





## BENESSERE AZIENDALE

Lungolivigno S.p.A. promuove il benessere dei propri collaboratori attraverso un insieme di iniziative mirate al miglioramento della qualità della vita durante gli orari di lavoro e il mantenimento di un equilibrio tra gli impegni professionali e personali.

Le azioni individuate per il miglioramento della vita dei lavoratori in azienda sono state integrate all'interno di un **piano strategico di miglioramento dell'ambiente lavorativo**, con l'obiettivo di costruire un contesto sempre più positivo, inclusivo e orientato alla crescita delle persone.

Tra i principali strumenti messi a disposizione dei dipendenti si segnalano:

- SERVIZI CONCRETI DI SUPPORTO ALLA QUOTIDIANITÀ** come il lavaggio e la stiratura delle divise di lavoro;
- ALLOGGI RISTRUTTURATI** messi a disposizione dei dipendenti – in particolare dei lavoratori stagionali – progettati per offrire un ambiente ospitale e confortevole, funzionale e vicino al luogo di lavoro. Questa scelta risponde all'esigenza di offrire condizioni abitative adeguate durante i periodi di impiego, facilitando l'inserimento e riducendo le difficoltà logistiche legate alla stagionalità. Gli alloggi rappresentano un elemento concreto di attrattività per nuovi talenti e contribuiscono a migliorare la qualità della vita dei dipendenti, favorendo benessere, stabilità e continuità nella collaborazione.
- SOSTEGNO ALLA GENITORIALITÀ** per facilitare il rientro al lavoro dopo la maternità o la paternità, l'azienda ha attivato un piano di welfare che prevede contributi per l'asilo nido, possibilità di smart working e flessibilità oraria. Nel corso del 2024, Lungolivigno S.p.A. ha introdotto un'agevolazione economica mensile di 250€ a figlio, rivolta ai collaboratori genitori di figli in età prescolare con contratto a tempo indeterminato, da destinare alle spese per asili nido o centri estivi. Durante il periodo di rendicontazione, otto dipendenti (di cui cinque donne e tre uomini) hanno potuto beneficiare dell'iniziativa.
- Per rafforzare la coesione interna e il senso di appartenenza, il Gruppo promuove regolarmente momenti di socializzazione attraverso **ATTIVITÀ DI TEAM BUILDING** e **EVENTI AZIENDALI**, considerate occasioni preziose per valorizzare il contributo delle persone e consolidare un clima collaborativo tra tutti i livelli aziendali.
- La **CARTA BENEFIT**, un servizio di welfare che offre sconti e agevolazioni nei negozi, ristoranti e hotel del Gruppo. A queste si affiancano ulteriori vantaggi, come l'accesso gratuito alla SPA e alla palestra aziendale, nonché la possibilità di partecipare a escursioni guidate sul territorio;

Grazie al supporto di una società di consulenza esterna, l'azienda ha avviato nel 2024 un programma di miglioramento degli assetti organizzativi aziendali. Dalle analisi fatte, sono emerse **sei priorità** su cui l'azienda ha scelto di intervenire:

- VALORIZZAZIONE DEL PERSONALE**
- FORMAZIONE E AGGIORNAMENTO CONTINUO**
- AUMENTO DELLA MOTIVAZIONE INTERNA**
- MIGLIORAMENTO DELLA CIRCOLAZIONE DELLE INFORMAZIONI, CON PARTICOLARE ATTENZIONE AL COINVOLGIMENTO NELLA STRATEGIA AZIENDALE E AL RAPPORTO CON I SUPERIORI**
- REVISIONE DEL SISTEMA DI DISTRIBUZIONE DEGLI INCENTIVI**

Lungolivigno S.p.A. è inoltre tra i promotori del progetto **"Gruppo d'acquisto Insema"**, nato per ottimizzare l'approvvigionamento di beni e servizi in un'ottica di sostenibilità condivisa tra albergatori locali. All'interno del progetto, Andrea Valgoi, Administration Manager del Gruppo, ricopre il ruolo di membro del Consiglio di amministrazione.

All'interno di questo approccio integrato al turismo locale, collaboriamo strettamente con l'APT (Azienda di Promozione Turistica) di Livigno per la definizione di azioni congiunte su diversi fronti di interesse locale: campagne promozionali, partecipazione a eventi culturali e sportivi, offerta di esperienze outdoor per gli ospiti, formazione continua del personale e iniziative legate alla sostenibilità ambientale. Un impegno condiviso che rafforza la proposta turistica del territorio e ne valorizza le eccellenze.

L'attenzione alle radici culturali si esprime anche nella collaborazione con il Gruppo Folkloristico di Livigno, attraverso serate tematiche negli hotel, dove vengono rievocati costumi, mestieri e arredi della tradizione contadina. È in queste occasioni che viene, esibito l'abito tradizionale della cultura livignese appartenuto alla fondatrice del Gruppo, la signora Domenica Mottini, simbolo del legame con la memoria del territorio.

Infine, il Gruppo aderisce regolarmente ai percorsi formativi promossi dalla Camera di Commercio di Sondrio sui temi della sostenibilità e dell'innovazione turistica, a conferma di una visione orientata allo sviluppo consapevole del territorio.

## TERRITORIO E COMUNITÀ

Lungolivigno S.p.A. si impegna da sempre per contribuire allo sviluppo sostenibile della comunità di Livigno, promuovendo iniziative che integrano aspetti ambientali, sociali e culturali. Il legame con il territorio si traduce in una partecipazione concreta alla vita collettiva, attraverso progetti che valorizzano le risorse locali e rafforzano la collaborazione con cittadini, istituzioni e realtà imprenditoriali.

Tra le iniziative più significative, si segnala la partecipazione al Gruppo Eco Livigno, rete di operatori del territorio che interagisce con amministrazione comunale e cittadinanza per la diffusione dei temi ambientali sul territorio alpino.

Lungolivigno S.p.A. è attivamente coinvolta nella vita culturale e turistica del territorio, partecipando ad eventi ed iniziative anche attraverso la partecipazione diretta dei propri collaboratori:

- ALPEN FEST**, una festa che valorizza l'identità alpina e la cultura locale attraverso musica, abiti tipici e momenti conviviali, occasione nella quale il Gruppo supporta l'organizzazione nella gestione della somministrazione dei pasti.
- SENTIERO GOURMET**, un percorso enogastronomico immerso nella natura alle porte di Livigno, che coinvolge chef locali e stellati nella preparazione di piatti raffinati lungo un sentiero allestito tra paesaggi alpini. Anche in questo caso, Lungolivigno S.p.A. mette a disposizione il proprio personale di cucina e accoglienza.

Il coinvolgimento si estende anche alla collaborazione con enti istituzionali e associazioni di categoria. L'amministratore Matteo Giacomelli partecipa attivamente ai tavoli di lavoro dell'**ATC - Associazione Turismo e Commercio**, avente come scopo la valorizzazione del settore turistico e commerciale di Livigno.

## SOSTEGNO A PROGETTI SOCIALI

Lungolivigno S.p.A. sostiene progetti a impatto sociale e iniziative di inclusione, spesso in collaborazione con enti locali e organizzazioni del terzo settore:

- TIN - Terapia Intensiva Neonatale di Lecco**: supporto a un reparto ospedaliero altamente specializzato nella cura di neonati prematuri e in condizioni critiche, con particolare attenzione anche alle esigenze delle famiglie.
- IRFF - International Relief Friendship Foundation**: associazione di volontariato che promuove progetti educativi, culturali e sociali rivolti a persone e comunità in situazioni di fragilità, sia a livello locale che internazionale.
- SOS Bambini**: onlus attiva nell'accoglienza e nel sostegno di minori in difficoltà. In collaborazione con Lungolivigno S.p.A., nel 2024 ha permesso l'ospitalità di sei ragazze provenienti da una casa-famiglia, coinvolte in attività educative e ricreative come gli oratori estivi e un'esperienza al Larix Park. Ogni anno Lungolivigno sostiene il progetto "Verso La Rinascita", rivolto a nuclei familiari monoparentali e bambini in situazioni di difficoltà economica e abitativa.
- Progetto ARCA**: organizzazione impegnata nell'assistenza a persone senza dimora e famiglie vulnerabili, offrendo servizi di accoglienza, reinserimento sociale e sostegno alla dignità personale.

Nel 2024, Lungolivigno S.p.A. ha destinato a progetti sociali **10.805,00 euro**, registrando un incremento del **192%** rispetto ai **3.700,00 euro** dell'anno precedente.

Oltre al supporto economico, Lungolivigno S.p.A. è attivamente coinvolta in iniziative di inclusione sociale. Prosegue infatti la collaborazione con il **Centro Diurno Disabili** per l'inserimento formativo di persone con disabilità, che vengono affiancate da professionisti del Gruppo all'interno delle strutture ricettive. Un ulteriore esempio di impegno verso la comunità è rappresentato dal contributo di **Daniel Giacomelli**, membro del CdA e responsabile del **Soccorso Alpino di Livigno**, che mette a disposizione dell'associazione e la collettività le proprie abilità sportive e la grande conoscenza del territorio.

## GUARDANDO AL FUTURO

Il 2024 ha rappresentato l'anno di lancio del Piano di Sostenibilità di Lungolivigno, con la volontà da parte del Gruppo di assumere un ruolo attivo per la transizione energetica e la lotta al cambiamento climatico. La costruzione di un sistema di monitoraggio strutturato, l'avvio di progetti innovativi e l'intensificarsi delle collaborazioni con stakeholder locali rappresentano le fondamenta di un percorso che porterà al miglioramento e la generazione di impatti sociali, ambientali ed economici per tutto il territorio.

In prospettiva futura, l'azienda rimane impegnata nell'attuazione del Piano di Sostenibilità, integrando in modo sempre più trasversale i principi ESG all'interno della governance e delle strategie operative. Il prossimo anno sarà dedicato all'evoluzione degli strumenti di rendicontazione, al potenziamento dei percorsi formativi interni e alla realizzazione di azioni concrete in ambiti strategici come l'energia, la biodiversità, l'inclusione e il benessere organizzativo.

In questo percorso, Lungolivigno S.p.A. intende confermare il proprio impegno per la generazione di valore condiviso per l'ambiente, le persone e la comunità, con uno sguardo aperto all'innovazione e alla continuità dei risultati nel lungo periodo.



## Social Highlights

**223**

DIPENDENTI

(1 novembre 2023  
31 ottobre 2024)

**65%**

CONTRATTI A TEMPO  
INDETERMINATO  
(+2 pp vs. ap)

**50%**

COLLABORATORI  
<30 ANNI  
(opportunità di  
crescita per i giovani)

**67%**

PRESENZA  
FEMMINILE

**1450**

ORE TOTALI DI  
FORMAZIONE

**BENEFIT**

AZIENDALI PER IL  
BENESSERE  
DELLE PERSONE

**SOSTEGNO**

DESTINATO A  
PROGETTI SOCIALI  
E SOLIDARIETA'

**WELFARE**

GENITORIALITA' DEI  
COLLABORATORI  
(5 donne, 3 uomini)



## NOTA METODOLOGICA

---

Il presente documento costituisce il Report di Sostenibilità di Lungolivigno S.p.A. e descrive le principali iniziative compiute in campo economico, sociale e ambientale, con l'obiettivo di fornire indicazioni in merito alle attività svolte, all'impatto generato e ai risultati conseguiti dall'azienda durante il periodo che va dal 1° novembre 2023 al 31 ottobre 2024.

Il perimetro di rendicontazione del presente report fa riferimento alle attività gestite direttamente da **Lungolivigno S.p.A.** nel corso dell'anno 2024. In particolare, il perimetro include:

**LE TRE STRUTTURE RICETTIVE DI PROPRIETÀ**, considerate singolarmente:

- ✓ Hotel Lac Salin SPA & Mountain Resort
- ✓ Hotel Concordia
- ✓ Montivas Lodge

**LE ATTIVITÀ DI FASHION RETAIL**, con dati aggregati riferiti all'insieme dei punti vendita fisici Lungolivigno Fashion (LLF Woman, LLF Contemporary Woman, LLF Man, LLF Outlet), inclusa la piattaforma e-commerce;

**LE ATTIVITÀ DI RISTORAZIONE** integrate nei tre hotel, rendicontate all'interno delle rispettive strutture ricettive.

Il presente Report è stato redatto su base volontaria in conformità ai Voluntary Sustainability Reporting Standards for SMEs (VSMEs), elaborati e pubblicati dall'EFRAG (European Financial Reporting Advisory Group) nel corso del 2024.

### STANDARD

Tali Standard rappresentano una delle principali novità normative europee in materia di rendicontazione di sostenibilità per le piccole e medie imprese non quotate, offrendo un quadro di riferimento chiaro, proporzionato e adattabile alle specificità di questa tipologia di imprese.

L'obiettivo dei VSMEs è quello di facilitare l'integrazione della sostenibilità all'interno della gestione aziendale, fornendo linee guida strutturate per la divulgazione delle informazioni am-

bientali, sociali e di governance (ESG), in coerenza con i principi del Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). Sebbene non obbligatori, i VSMEs stanno rapidamente affermandosi come best practice per tutte quelle realtà imprenditoriali che intendono comunicare in maniera trasparente e credibile il proprio impegno verso la sostenibilità.

Tuttavia, in assenza di opportuni indicatori non previsto dai VSMEs è stato utilizzato il GRI 401-1 "Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti" nella parte riguardante assunzioni e cessazioni.

Attraverso l'adozione di questi standard, l'azienda intende assicurare un elevato livello di qualità, confrontabilità e attendibilità delle informazioni non finanziarie riportate, contribuendo alla creazione di valore nel lungo periodo per tutti gli stakeholder coinvolti.

## ANALISI DI MATERIALITÀ E COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

Gli standard europei di rendicontazione di sostenibilità prevedono un processo di analisi degli impatti, dei rischi e delle opportunità legati ai fattori ambientali, sociali e di governance (ESG), secondo il principio della doppia materialità.

Questo approccio richiede alle imprese di valutare sia come le proprie attività influenzano l'ambiente e la società (materialità d'impatto), sia come i cambiamenti legati alla sostenibilità possono influenzare la performance e la posizione economico-finanziaria dell'impresa (materialità finanziaria).

L'analisi è stata condotta in conformità con i principi previsti dagli ESRS (European Sustainability Reporting Standards) e si è articolata in quattro fasi:

### FASE A - ANALISI DEL CONTESTO

La prima fase ha previsto un'analisi strutturata del contesto aziendale, sia interno che esterno, con l'obiettivo di individuare le principali tendenze ambientali, sociali e di governance (ESG) per il settore di riferimento e per gli stakeholder dell'azienda, ovvero: clienti, partner, dipendenti, fornitori e comunità locali.

L'attività ha incluso:

- Un benchmark delle tematiche maggiormente rendicontate da aziende operanti nel medesimo settore;
- Un'analisi comparativa della documentazione aziendale disponibile (politiche aziendali, regolamenti, codici etici).

Questo approccio ha permesso di mappare le principali tendenze di sostenibilità e di valutare il posizionamento di Lungolivigno S.p.A. rispetto al contesto competitivo e normativo in cui è inserita.

### FASE B - COINVOLGIMENTO DELLA GOVERNANCE E IDENTIFICAZIONE DEGLI IRO (IMPATTI, RISCHI, OPPORTUNITÀ)

Con il supporto di un team di consulenti esterni specializzati in gestione dei temi ESG, sono state condotte, secondo la metodologia di riferimento, interviste strutturate ad ogni membro della governance, con l'obiettivo di:

- Consolidare e tematiche rilevanti individuate;
- Individuare nuovi temi ritenuti strategici o emergenti.

**MATERIALITÀ DI IMPATTO (INSIDE-OUT):** riguarda l'importanza e la rilevanza degli effetti (positivi o negativi) che un'organizzazione ha sull'ambiente, sulla società e sugli stakeholder.

**MATERIALITÀ FINANZIARIA (OUTSIDE-IN):** riguarda i fattori economico-finanziari rilevanti che possono avere un impatto significativo sulla capacità dell'azienda di generare valore nel tempo e sulle decisioni degli stakeholder legate agli aspetti economici e finanziari.

In coerenza con quanto previsto dagli ESRS, il processo metodologico adottato da Lungolivigno S.p.A. per l'analisi di materialità si è, quindi, articolato in modo strutturato in più fasi distinte, orientate alla valutazione sia della **materialità di impatto** (insideout), sia della **materialità finanziaria** (outside-in).

Da questa fase è stata prodotta una matrice che unisce gli aspetti di: materialità d'impatto e materialità finanziaria e restituisce un primo quadro delle priorità ESG, valutate esclusivamente dal punto di vista interno.

Le interviste, della durata media di 60 minuti, sono state condotte con il supporto di una piattaforma digitale interattiva, che ha consentito di raccogliere valutazioni anonime in tempo reale tramite QR code.

Ogni partecipante ha espresso due giudizi per ciascun tema:

- Livello di impegno attuale dell'organizzazione (Impatto effettivo);
- Rilevanza strategica della tematica in prospettiva futura (Impatto potenziale).

### VALUTAZIONE DELLA MATERIALITÀ DI IMPATTO

Con il supporto di un team di consulenti esterni specializzati in gestione dei temi ESG, sono state condotte, secondo la metodologia di riferimento, interviste strutturate ad ogni membro della governance, con l'obiettivo di:

1. La gravità dell'impatto potenziale;
2. La probabilità di accadimento.

La gravità è stata calcolata tenendo conto dell'entità dell'impatto, dell'ampiezza del perimetro coinvolto e, nei casi di impatti negativi, della loro eventuale irreversibilità. La probabilità è stata

valutata considerando la possibilità che il tema si manifesti effettivamente nel contesto operativo dell'organizzazione.

Per entrambe le dimensioni è stata utilizzata una scala di valutazione da 1 a 5, che ha consentito di uniformare e rendere confrontabili le valutazioni dei partecipanti alle interviste.

### VALUTAZIONE DELLA MATERIALITÀ FINANZIARIA

Una tematica viene considerata finanziariamente rilevante quando ha il potenziale di influire in modo significativo sulla stabilità economica e operativa dell'azienda. Questo può includere, ad esempio, effetti sulle sue relazioni commerciali, sull'accesso a risorse critiche (come materie prime, energia o competenze) o sull'adattabilità dell'organizzazione a nuove normative e condizioni di mercato.

Anche in questo caso, l'analisi ha valutato queste due dimensioni principali:

1. La gravità entità dell'impatto economico-finanziario potenziale (quanto potrebbe incidere quella tematica sulla performance aziendale, in termini di costi, rischi, investimenti o perdita di competitività);
2. La probabilità che tale impatto si verifichi.

Il punteggio finale di ciascun tema è stato calcolato moltiplicando due valori: uno che misura quanto grave potrebbe essere l'impatto del tema, e l'altro che indica quanto è probabile che questo impatto si verifichi. Il risultato è un numero da 1 a 25, che serve per capire quanto è importante quel tema per l'azienda. I temi con i punteggi più alti sono considerati più prioritari e vengono posizionati nei punti più alti della matrice di doppia materialità.

Per individuare i **temi materiali rilevanti**, è stata applicata una soglia basata sulla media dei punteggi ottenuti durante la fase di valutazione. Al fine di adottare un approccio più prudente e conservativo, si è scelto di utilizzare come soglia il valore più basso tra le due medie calcolate per i due tipi di impatto analizzati (inside-out; outside-in).

Tra le due, la media più bassa è risultata quella relativa all'impatto di tipo finanziario, pari a 10,81, e pertanto è stata assunta come soglia di riferimento, arrotondata per eccesso a 11.

Sono stati quindi considerati rilevanti tutti i temi che hanno ottenuto un punteggio superiore a 11 in entrambe le valutazioni, ovvero sia per l'impatto generato (inside-out) che per l'impatto finanziario (outside-in).

### FASE C - COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

Nella terza fase, le tematiche ritenute potenzialmente materiali dalla governance sono state condivise con un panel rappresentativo di stakeholder interni ed esterni, selezionati in base alla natura e all'intensità della relazione con l'organizzazione.

A ciascun stakeholder è stato chiesto di valutare, tramite scala da 1 a 5, la gravità dell'impatto percepito per ciascun tema. I punteggi raccolti sono stati moltiplicati per la probabilità stimata dalla governance, ottenendo valori armonizzati su scala 1-25, coerenti con la valutazione interna.

Questa fase rappresenta un momento fondamentale del processo di analisi di materialità, in quanto consente di integrare il punto di vista degli stakeholder - interni ed esterni - nella valutazione delle tematiche ESG. Il loro coinvolgimento garantisce che le priorità aziendali non siano definite solo in base a logiche di governance, ma riflettano anche le aspettative, le sensibilità e le preoccupazioni di altri soggetti indirettamente influenzati dall'attività dell'organizzazione.

Il dialogo con gli stakeholder rappresenta per Lungolivigno S.p.A. un elemento fondamentale per la costruzione della propria strategia di sostenibilità. L'azienda ha avviato un processo strutturato di coinvolgimento attivo dei vari soggetti che, a vario titolo, possono essere influenzati dall'attività dell'azienda, o che contribuiscono ad orientarne le scelte.

Il processo di engagement è fondato sui principi dello standard AA1000 Stakeholder Engagement Standard, AA1000SES, oltre che ispirato alla teoria degli stakeholder (Freeman, 1984), secondo la quale un'organizzazione crea valore tenendo conto degli interessi di tutti i soggetti che possono influenzare o essere influenzati, direttamente o indirettamente, da quest'ultima. Secondo questa prospettiva lo stakeholder engagement assume un ruolo strategico nella definizione degli obiettivi aziendali, contribuendo a rafforzare la fiducia reciproca, la trasparenza e l'accountability attraverso l'ascolto attivo.

Nel contesto della rendicontazione di sostenibilità, lo stakeholder engagement, si configura come una leva essenziale al fine di identificare e validare i temi materiali dell'organizzazione, orientando gli obiettivi strategici dell'impresa con le istanze espresse da propri portatori di interesse, promuovendo un'ottica di dialogo e responsabilità condivisa.

Nei seguenti paragrafi vengono indicati le fasi del processo di coinvolgimento degli stakeholder per la valutazione di rilevanza dei temi materiali individuati:

1. Mappatura degli stakeholder
2. Assegnazione stakeholder ad alta influenza
3. Metodologia di engagement
4. Assegnazione della rilevanza ai temi materiali

#### 1. MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER

La fase iniziale del processo ha previsto l'analisi del contesto e del settore in cui opera Lungolivigno S.p.A, permettendo l'identificazione e la mappatura dei portatori di interesse, in base al ruolo che ciascuna categoria di stakeholder riveste per l'organizzazione.

L'individuazione degli stakeholder ha condotto l'analisi verso la definizione di quelli che sono i soggetti ad alta influenza per Lungolivigno S.p.A., ovvero coloro che rivestono un ruolo strategico per il raggiungimento degli obiettivi aziendali, generando una forte influenza sull'attività

dell'organizzazione.

## 2. ASSEGNAZIONE STAKEHOLDER AD ALTA INFLUENZA

- Risorse umane e collaboratori (personale amministrativo, personale delle strutture ricettive, management): il successo dell'azienda è fortemente legato al contributo e alla coesione delle persone che ne fanno parte. Per questo motivo, questa categoria riveste un ruolo chiave nel processo di engagement.
- Fornitori: attori centrali nella catena del valore dell'azienda. Senza il loro apporto, il core business di Lungolivigno S.p.A. non potrebbe essere realizzato.
- Clienti: stakeholder di primaria importanza. Oltre a rappresentare la principale fonte di ricavo, i clienti influenzano in modo significativo l'attività aziendale attraverso i loro feedback e le recensioni. Lungolivigno S.p.A. si impegna a offrire un'esperienza di ospitalità eccellente, ponendo al centro il benessere delle persone e il rispetto per l'ambiente.
- Territorio, comunità locale e associazioni di categoria: per Lungolivigno S.p.A., il legame con il territorio di Livigno e la comunità è un valore fondante. I principi di sostenibilità ambientale, supporto al contesto socioeconomico locale e promozione del benessere collettivo guidano le azioni dell'azienda, in linea con la visione della famiglia Giacomelli.
- Azionisti: portatori di interesse strategici, con un ruolo determinante nella definizione degli obiettivi e nella supervisione delle performance aziendali.

## 3. METODOLOGIA DI ENGAGEMENT

Per garantire un confronto trasparente e costruttivo con i propri stakeholder, Lungolivigno S.p.A. ha adottato una metodologia strutturata di coinvolgimento specifica per ogni categoria di portatori di interesse. Il processo ha previsto modalità di ingaggio differenziate, calibrate sulle caratteristiche e sul grado di rilevanza delle diverse categorie di portatori di interesse.

Per la categoria risorse umane e collaboratori, è stato attivato un approccio collaborativo attraverso l'organizzazione di un focus group interno, al quale hanno partecipato figure rappresentative delle principali aree operative dell'azienda – dall'hospitality al retail, dalla ristorazione agli uffici centrali. Il Gruppo è stato selezionato per garantire una visione eterogenea della struttura aziendale.

L'incontro si è articolato in due momenti distinti: una prima fase di discussione guidata sui temi emersi dall'analisi condotta con la governance, seguita da una fase di valutazione individuale e anonima tramite piattaforma digitale, finalizzata a esprimere il grado di importanza percepita e la qualità dell'impegno aziendale su ciascun tema ESG. Il confronto ha generato riflessioni rilevanti in merito a temi quali: turismo sostenibile, benessere dei clienti, gestione delle risorse e dei rifiuti, formazione, cultura organizzativa e legame con il territorio.

Per quanto riguarda l'engagement rivolto agli stakeholder esterni – in particolare clienti, fornitori, azionisti esterni alla governance e rappresentanti del territorio e della comunità locale – è stato predisposto un questionario strutturato, somministrato in modalità digitale. Il questiona-

rio ha permesso di raccogliere in modo sistematico le percezioni esterne in merito all'impatto delle attività aziendali e all'importanza dei principali temi di sostenibilità.

| STAKEHOLDER                   | METODO DI ENGAGEMENT MESSO IN ATTO |
|-------------------------------|------------------------------------|
| Risorse umane e collaboratori | Focus group                        |
| Fornitori                     | Questionari                        |
| Clienti                       | Questionari                        |
| Territorio                    | Questionari                        |
| Azionisti                     | Questionari                        |

## 3. ASSEGNAZIONE DELLA RILEVANZA AI TEMI MATERIALI

Agli stakeholder è stato chiesto di valutare esclusivamente la **gravità degli impatti** per ciascuna tematica (senza componente finanziaria), sulla base della loro esperienza e relazione con l'azienda.

Le valutazioni raccolte sono state combinate con le probabilità definite dalla governance per costruire la: **matrice stakeholder-governance di impatto**.

Questa matrice rappresenta la visione condivisa degli impatti da parte degli stakeholder e della governance (limitata alla materialità d'impatto).

## FASE D - SINTESI E COSTRUZIONE DELLA MATRICE

La fase conclusiva ha previsto la sistematizzazione delle valutazioni emerse da governance e stakeholder, portando alla definizione della matrice di doppia materialità, che integra:

- la valutazione dell'impatto sociale e ambientale** (prospettiva inside-out),
- la valutazione del potenziale impatto finanziario** (prospettiva outside-in).

Le dimensioni analizzate sono state integrate per costruire la **matrice finale di doppia materialità**, che incrocia:

- la materialità di impatto** secondo gli stakeholder e la governance;
- la materialità finanziaria** secondo la governance.

La sintesi ha consentito di individuare i temi materiali prioritari, ovvero quelli ritenuti rilevanti sia dal punto di vista degli impatti generati sull'ambiente e sulla società, sia dal punto di vista dei rischi/opportunità per l'azienda.

Questa matrice finale costituisce lo strumento di riferimento per orientare la strategia ESG di Lungolivigno S.p.A. nei prossimi anni.

Per tutte le dimensioni, i punteggi sono stati ottenuti moltiplicando i valori di gravità e probabilità, generando uno score da 1 a 25. Le soglie di rilevanza per la definizione della materialità sono state fissate sulla base di benchmark di settore e valutazioni interne, e i risultati finali sono presentati separatamente per ciascuna fase.

Tutte le matrici intermedie e finali sono riportate nel corpo del documento per garantire la piena comprensione del percorso seguito e dei risultati ottenuti.

Questa metodologia ha consentito a Lungolivigno S.p.A. di costruire una rappresentazione integrata e credibile delle proprie priorità ESG, fondata su un confronto trasparente con i propri stakeholder e su una valutazione rigorosa da parte della governance. Per garantire una rappresentazione corretta delle performance aziendali e assicurare l'affidabilità delle informazioni riportate, il ricorso a stime è stato contenuto al minimo indispensabile. L'accuratezza dei dati è ulteriormente garantita dall'esclusione di informazioni non reperibili o fortemente incerte, la cui inclusione avrebbe compromesso il rispetto dei principi di veridicità e rappresentazione fedele.

La selezione dei temi materiali, quindi, ha costituito la base su cui si fonda il presente Report, guidando la rendicontazione verso una maggiore trasparenza, rilevanza e capacità di generare valore per tutti gli stakeholder.

## METODOLOGIA PER IL CALCOLO DELLA CARBON FOOTPRINT

L'impronta carbonica di un'organizzazione (Carbon Footprint) rappresenta una metrica fondamentale per misurare l'impatto ambientale derivante dalle emissioni di gas a effetto serra (GHG) generate, direttamente o indirettamente, dalle proprie attività. Tale misurazione, espressa in tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente (tCO<sub>2</sub>eq), consente all'azienda di monitorare le proprie prestazioni ambientali su base annua e di sviluppare strategie efficaci di mitigazione e compensazione.

### PERIMETRO E CATEGORIE DI EMISSIONE

Il calcolo delle emissioni GHG segue la classificazione prevista dal GHG Protocol, nella presente metodologia sono stati presi in considerazione i seguenti ambiti:

#### SCOPE 1 - EMISSIONI DIRETTE:

Emissioni derivanti da fonti di proprietà o sotto il controllo operativo dell'organizzazione, tra cui:

- ✓ impianti stazionari alimentati da combustibili (es. caldaie, impianti di climatizzazione);
- ✓ veicoli aziendali utilizzati per trasporto di persone, merci o rifiuti;
- ✓ emissioni fuggitive da gas refrigeranti.

#### SCOPE 2 - EMISSIONI INDIRETTE:

Emissioni associate all'energia elettrica o termica acquistata e consumata. Sono calcolate attraverso due approcci:

- ✓ Location-based, applicando fattori medi nazionali basati sul mix energetico;
- ✓ Market-based, utilizzando fattori specifici dei fornitori di energia (con fattore pari a zero per energia da fonti rinnovabili certificate tramite Garanzie d'Origine).

Il calcolo è stato effettuato in conformità con le Linee Guida sull'applicazione degli European Sustainability Reporting Standards (ESRS) in materia ambientale, con particolare riferimento agli obblighi informativi E1-5 ed E1-6 (versione del 17/12/2024).

La quantificazione delle emissioni è basata sulla seguente formula:

$$\text{Emissioni GHG (kg CO}_2\text{eq)} = \text{Dati dell'attività} \times \text{Fattore di emissione}$$

- Dati dell'attività: quantità di risorse consumate (es. litri di gasolio, kWh, km percorsi) misurate direttamente o stimate.
- Fattore di emissione: valore che rappresenta l'emissione di gas serra associata all'unità di attività svolta.

Tutti i valori sono poi convertiti in CO<sub>2</sub> equivalente (CO<sub>2</sub>eq) utilizzando i GWP (Global Warming Potential) più aggiornati, in linea con l'ultimo rapporto IPCC (orizzonte temporale a 100 anni).

Formula per la conversione in CO<sub>2</sub>eq:

$$\text{CO}_2\text{eq (kg)} = \sum [\text{emissioni di ciascun GHG (kg)} \times \text{GWP100}]$$

I gas serra considerati all'interno del perimetro organizzativo sono: CO<sub>2</sub> (anidride carbonica), CH<sub>4</sub> (metano), N<sub>2</sub>O (protossido di azoto).

| FONTE EMISSIVA                                     | FONTE DEI FATTORI DI EMISSIONE   |
|--|--|
| Combustione stazionaria (gasolio, GPL, metano)     | Italian Greenhouse Gas Inventory 1990-2023, National Inventory Document 2025   |
| Combustione biomasse                               | GHG Protocol - Stationary Combustion Tool v4.2 (2024)  |
| Energia elettrica (Scope 2)                        | ISPRa - Fattori di emissione elettricità in Italia (1990-2022), stime preliminari 2023                                       |
| Trasporti aziendali (mezzi di proprietà)           | ISPRa 2024 - FE transport database ( <a href="https://fetransp.isprambiente.it/#/">https://fetransp.isprambiente.it/#/</a> ) |
| Emissioni fuggitive da impianti di condizionamento | GHG Protocol - HFC/PFC Emission Calculation Worksheets v1.0  |





# TABELLE ALLEGATE

## CAPITOLO GOVERNANCE

### B11 - 43. Condanne e multe per corruzione e concussione

|  | N° |
|--|----|
| Numero di condanne subite per violazione delle leggi anti-corruzione e anticoncussione.                  | 0  |
| Importo totale delle sanzioni sostenute per la violazione delle leggi anticorruzione e anti-concussione. | 0  |

### C6 - 61.a-b-c Informazioni aggiuntive sulla propria forza lavoro - Politiche e processi in materia di diritti umani

|   | RISPOSTA |
|---|----------|
| L'impresa dispone di un codice di condotta o di una politica sui diritti umani per la propria forza lavoro? | Sì       |
| Se sì, questo copre:  |          |
| Lavoro minorile   |          |
| Lavoro forzato  |          |
| Traffico umano  |          |
| Discriminazione   |          |
| Prevenzione infortuni   |          |
| Altro:  |          |
| L'impresa dispone di un meccanismo di gestione dei reclami per la propria forza lavoro?                     | Sì       |

### C7 - 62.a Gravi incidenti negativi in materia di diritti umani

| L'impresa ha incidenti accertati tra il proprio personale relativi a: | RISPOSTA |
|---|----------|
| Lavoro minorile   | No       |
| Lavoro forzato  | No       |
| Traffico umano  | No       |
| Discriminazione   | No       |

Prevenzione infortuni

Altro:

In caso affermativo, l'impresa può descrivere le azioni intraprese per far fronte agli incidenti sopra descritti

### C8 - 63. Ricavi nel/i settore/i:

|                                | €          |
|--------------------------------|------------|
| Armi controverse               | 0,00 €     |
| Tabacco                        | 8.856,50 € |
| Combustibile fossile           | 0,00 €     |
| Produzione di prodotti chimici | 0,00 €     |

### C9 - 65. Distribuzione percentuale di genere all'interno dell'organo di governance

|                   | F | M | TOT. MEMBRI | %F    | %M    |
|-------------------|---|---|-------------|-------|-------|
| Organo di governo | 3 | 5 | 8           | 37,5% | 62,5% |

## CAPITOLO IMPATTI AMBIENTALI

### B3 - 29. Consumo Energetico per Fonte

| FONTE  | MWh             |
|--|-----------------|
| Consumo GPL  | 5,39            |
| Consumo di gasolio   | 2802,29         |
| Energia elettrica da fonte non rinnovabile   | 1244,36         |
| Energia da fonti nucleari  | 0               |
| Consumo di combustibili da fonti rinnovabili, compresa la biomassa, il biogas, l'idrogeno da fonti rinnovabili, ecc. | 278,90          |
| Energia elettrica da Fonte rinnovabile   | non disponibile |
| <b>Totale</b>  | <b>4.330,93</b> |

### B3 - 30.a Emissioni Scope 1

| FONTE  | ToN CO <sub>2</sub> EQ |
|--|------------------------|
| Emissioni da gas naturale con riferimento all'Italia | 0                      |

|                                  |                |
|----------------------------------|----------------|
| Emissioni da gasolio             | 753,11         |
| Emissioni da Gpl                 | 1,29           |
| Biomassa (" Wood or Wood waste") | 112,54         |
| Perdite di gas refrigerante      | 146,70         |
| <b>Totale</b>                    | <b>1013,64</b> |

#### B3 - 30.b Emissioni Scope 2

| FONTE            | ToN CO <sub>2</sub> EQ |
|------------------|------------------------|
| Location - based | 384,05                 |
| Market - based   | 571,37                 |

#### B5 - 33. Zone sensibili per la biodiversità

| SEDE AZIENDALE               | AREA (m <sup>2</sup> ) | ZONA SENSIBILE PER LA BIODIVERSITÀ | SITO INTERNO O VICINO AD UN'AREA SENSIBILE PER LA BIODIVERSITÀ |
|------------------------------|------------------------|------------------------------------|--|
| Immobili Lungolivigno S.p.A. | 10.890                 | RN2000                             | vicino ad un'area sensibile per la biodiversità                |

#### B5 - 34. Uso del suolo

| SUPERFICIE                                  | AREA (m <sup>2</sup> ) 2024 |
|---|-----------------------------|
| Area totale pavimentata                     | 9.530                       |
| Area naturali/verdi nel sito                | 1.280                       |
| Area naturali/verdi fuori dal sito          | 0                           |
| <b>Uso totale del suolo (m<sup>2</sup>)</b> | <b>10.890</b>               |

#### B6 - 35. 36. Consumo idrico

| CONSUMO IDRICO              | m <sup>3</sup> |
|-----------------------------|----------------|
| Tutti i siti                | 19967,20       |
| Zone ad alto rischio idrico | 0              |

## CAPITOLO IMPATTI SOCIALI

#### B8 - 39. 39.a-b Tipologia di contratto

|                     | F         | M         | ALTRO    | TOTALE    |
|---------------------|-----------|-----------|----------|-----------|
| Tempo indeterminato | 20        | 27        | 0        | 47        |
| Tempo determinato   | 11        | 14        | 0        | 25        |
| <b>Totale</b>       | <b>31</b> | <b>41</b> | <b>0</b> | <b>72</b> |

#### C5 - 59. Distribuzione percentuale di genere tra i manager

|         | F | M | TOT. MEMBRI | %F    | %M    |
|---------|---|---|-------------|-------|-------|
| Manager | 3 | 5 | 8           | 37,5% | 62,5% |

I seguenti datapoint fanno riferimento agli standard GRI, precisamente GRI 401-1 "Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti"

#### Assunzioni e cessazioni

| PAESE                              | DONNE <30 | DONNE 30-50 | DONNE <50 | UOMINI <30 | UOMINI 30-50 | UOMINI >50 | TOTALI     |
|------------------------------------|-----------|-------------|-----------|------------|--------------|------------|------------|
| Assunzioni Tempo Indeterminato     | 1         | 1           | 0         | 0          | 0            | 0          | <b>2</b>   |
| Assunzioni Tempo Determinato       | 47        | 24          | 11        | 36         | 20           | 9          | <b>147</b> |
| Assunzioni altro                   | 1         | 0           | 0         | 2          | 0            | 0          | <b>3</b>   |
| <b>Totale età e genere</b>         | <b>49</b> | <b>25</b>   | <b>11</b> | <b>38</b>  | <b>20</b>    | <b>9</b>   | <b>152</b> |
| Cessazioni termine                 | 37        | 27          | 9         | 36         | 15           | 9          | <b>133</b> |
| Cessazioni licenziamento           | 0         | 0           | 0         | 0          | 1            | 1          | <b>2</b>   |
| Cessazioni dimissioni              | 8         | 3           | 2         | 4          | 4            | 0          | <b>21</b>  |
| Cessazioni decesso + pensionamento | 0         | 0           | 0         | 0          | 0            | 0          | <b>0</b>   |
| <b>Totale età e genere</b>         | <b>45</b> | <b>30</b>   | <b>11</b> | <b>40</b>  | <b>20</b>    | <b>10</b>  | <b>156</b> |

**B8 - 40. Turnover rate**

| DIPENDENTI ALL'INIZIO DELL'ANNO | DIPENDENTI ALLA FINE DELL'ANNO | NUMERO MEDIO DI DIPENDENTI | DIPENDENTI USCITI DURANTE L'ANNO | TASSO DI TURNOVER |
|---------------------------------|--------------------------------|----------------------------|----------------------------------|-------------------|
| 75                              | 72                             | 73,5                       | 165                              | 224,49%           |

**C5 - 60. Numero dei lavoratori autonomi che lavorano esclusivamente per l'impresa**

| TIPOLOGIA DI COLLABORAZIONE                       | TOTALE   |
|---|----------|
| Collaborazione coordinata e continuativa (COCOCO) | 0        |
| Collaborazione occasionale                        | 0        |
| <b>Totale</b>                                     | <b>0</b> |

**C5 - 60. Numero di lavoratori temporanei forniti da altre imprese che si occupano della gestione del personale**

| TIPOLOGIA DI COLLABORAZIONE | TOTALE   |
|-----------------------------|----------|
| Somministrati               | 0        |
| Lavoratori a chiamata       | 0        |
| Lavoratori stagionali       | 0        |
| <b>Totale</b>               | <b>0</b> |

**B10 - 42.d Formazione**

| GENERE        | N. DIPENDENTI FORMATI |
|---------------|-----------------------|
| Uomini        | 2                     |
| Donne         | 25                    |
| <b>Totale</b> | <b>27</b>             |

**Lungolivigno S.p.A.**

Sede operativa e uffici  
amministrativi e direzionali:  
via Bondi, 95 - 23041 Livigno (SO)

Sede legale:  
via Timavo, 34 - 20124 Milano (MI)

C.F. / n° di iscrizione al Registro  
delle Imprese di Milano 11199020154

Elaborazione del Report di Sostenibilità  
in collaborazione con Harley&Dikkinson ESG S.r.l  
e Università degli Studi di Parma

Finito di stampare nel mese di novembre 2025  
su carta certificata FSC® C108595 presso ArtiGrafiche Turati S.r.l



