Canada HOTEL ★★★ by Pucci Family

Relazione d'impatto 2025

“

In un mondo che corre veloce,
abbiamo scelto di restare custodi
dell’accoglienza autentica.
Per noi, la cura del dettaglio
e l’attenzione profonda verso
ospiti e collaboratori non sono
mere leve di marketing, ma l’unica
espressione possibile di ospitalità.

”

HOTEL
P

Indice

01 **HOTEL CANADA - Dalle Radici al Valore Condiviso: La Nostra Storia** **08**

02 **IL NOSTRO PERCORSO BENEFIT - Lettera di Silvia Pucci, terza generazione di albergatori e Responsabile di Impatto** **12**

03 **NOTA METODOLOGICA** **16**

04 **FINALITÀ 1 | PERSONE AL CENTRO** **20**

Introduzione di un sondaggio annuale per il monitoraggio del benessere aziendale 21

Formazione continua dello Staff 22

OBIETTIVI 2026 | PERSONE AL CENTRO 23

05 **FINALITÀ 2 | CURA DEGLI OSPITI** **24**

"Non rifare la camera" 25

Installazione di un dispenser di acqua gratuito ed accessibile per tutti gli ospiti 26

OBIETTIVI 2026 | CURA DEGLI OSPITI 27

06 **FINALITÀ 3 | COMUNITÀ E AMBIENTE** **28**

Collaborazione con Onlus Soggiorno Sereno 29

Collaborazione con Albergo Etico 30

Introduzione di un sistema di monitoraggio giornaliero della produzione di rifiuti 33

Introduzione di un sistema di monitoraggio mensile dei consumi in relazione alle performance dell'albergo 34

07 **VALUTAZIONE DI IMPATTO** **36**

08 **CONCLUSIONI** **40**

01

Hotel Canada
Dalle radici al valore condiviso

1962 - Le radici

Tutto ha inizio nel 1962. **Gioacchino e Malvina**, reduci da un'avventura oltreoceano che avrebbe dato il nome al loro sogno, scelsero di trasformare una piccola pensione vicino la Stazione Termini di Roma nel primo seme dell'Hotel Canada.
Con la pazienza di chi edifica il futuro un mattone alla volta, hanno creato non solo un albergo, ma una "casa lontano da casa", tramandandoci una visione che oggi, giunti alla terza generazione, rimane la nostra bussola.

1985 - Best Western

C'è un momento che ha rivoluzionato la storia della nostra azienda: è il 1985, quando Gioacchino e Malvina decidono di proiettare l'Hotel Canada verso nuovi orizzonti.
Con il coraggio di chi innova senza dimenticare il passato, scelgono di entrare nella famiglia **Best Western Italia**, portando la nostra ospitalità tradizionale su un palcoscenico internazionale.

2017 - BW Premier Collection

Nel 2017, l'evoluzione prosegue e Hotel Canada entra a far parte del brand **BW Premier Collection**, una collezione upscale di alberghi Best Western dedicata a strutture che, nei loro luoghi, valorizzano la cultura locale e cercano di preservare l'anima della destinazione.
Non si tratta di un mero cambio di veste, ma la conferma di un impegno profondo verso le nostre radici e la nostra missione.

2024 - Green Key

Nel 2024, abbiamo sentito l'esigenza di dare un nome a questo sentire, misurando scientificamente il nostro impatto.
Questo percorso ha portato alla certificazione internazionale di sostenibilità **Green Key**, ottenuta nel 2024 e confermata con orgoglio nel 2025.

2025 - Società Benefit

Il desiderio di trasparenza ci ha spinti oltre. Grazie alla collaborazione con Roma Impresa Comune, a dicembre 2025 abbiamo sancito un impegno solenne: la trasformazione in Hotel Canada Srl - Società Benefit. Da oggi, la nostra azienda verrà raccontata non solo attraverso i numeri del suo bilancio annuale, ma anche tramite la misurazione dell'impatto ambientale e sociale che genera.
È il nostro modo di restituire valore a un territorio che ci ha dato tanto, proteggendo la nostra missione con un patto formale verso il futuro.

I nostri numeri

Dati generali

3
Stelle

72
Camere

166
Posti letto

Dati 2025

46652
Persone ospitate

89,7%
Occupancy Rate

€ 181,37
ADR
(Average Daily Rate)

€ 167,41
REVPAR
(Revenue Per Available Room)

02

Il nostro percorso benefit

Lettera di Silvia Pucci, terza generazione di albergatori e Responsabile di Impatto

Insieme a mia sorella Francesca, rappresento la terza generazione di albergatori dell’Hotel Canada. Il mio ingresso in azienda non è stato un passaggio scontato, ma il frutto di una scelta profonda e ponderata sul significato del fare impresa oggi. Mi sono chiesta spesso se il compito di una nuova generazione debba limitarsi a preservare l’eredità ricevuta o se la vera sfida sia proiettare l’azienda nel futuro, trasformandola. Per me la risposta è stata chiara sin dall’inizio: sento ogni giorno la responsabilità di traghettare l’Hotel Canada verso una crescita che non si misuri solo attraverso indicatori economici, ma che abbracci pienamente la sostenibilità come pilastro identitario.
Mia sorella Francesca, pur non operando direttamente in azienda, ne rappresenta lo sguardo esterno: il suo punto di vista è per me prezioso per far evolvere, insieme, l’eredità che siamo chiamate a custodire.

Consapevoli che ciò che non si misura non può essere realmente trasformato, abbiamo intrapreso un percorso rigoroso per mappare il nostro impatto, ottenendo la certificazione internazionale di sostenibilità Green Key. Questo ci ha dato l’opportunità di formalizzare alcuni aspetti che erano stati diffusi in azienda solo informalmente, come il Codice Etico e la Politica di Sostenibilità, elementi spesso rari nelle piccole e medie imprese ma essenziali per dare una direzione chiara al nostro operato.

Sin dal principio abbiamo condiviso questa “direzione rinnovata” con tutta la nostra catena del valore - collaboratori, fornitori e ospiti - coinvolgendoli attivamente nelle motivazioni profonde che guidano le nostre decisioni. Crediamo fermamente che gli obiettivi di rigenerazione possano essere raggiunti solo se diventano un patrimonio condiviso.

Il nostro cammino verso la sostenibilità si è consolidato attraverso la collaborazione con NATIVA per evolvere la nostra struttura in Società Benefit. Questo passaggio ci ha permesso di integrare e formalizzare la nostra missione nel DNA aziendale, trasformando i valori informali della nostra tradizione familiare in impegni statutari precisi e trasparenti verso tutti i nostri stakeholder.

Silvia Pucci
Terza generazione di albergatori
Hotel Canada Roma

1

Vocazione

Hotel Canada si impegna ad essere un modello virtuoso nel settore dell’ospitalità. Sulle radici della lunga tradizione familiare, costruiamo un modello di ospitalità volto a creare valore condiviso, basato sull’integrità, il rispetto e la cura. Operiamo affinché il benessere e la valorizzazione dei nostri collaboratori, l’esperienza personalizzata dell’ospite, la sostenibilità verso il territorio e la comunità evolvano in armonia.

2

Persone al centro

Riconosciamo nei nostri collaboratori la più autentica espressione della nostra tradizione di ospitalità e i promotori del ‘senso di casa’ che desideriamo trasmettere.
Per questo ci impegniamo a coltivare un ambiente di lavoro equilibrato ed equo, in cui ogni collaboratore sia sostenuto e valorizzato con massimo rispetto e cura, sostenendone la crescita e riconoscendone il ruolo vitale che riveste nel determinare il successo e l’identità della nostra azienda.

3

Cura degli ospiti

L’accoglienza e l’ospitalità sono il motore principale della nostra attività. Per questo, ci impegniamo a custodire un luogo che possa far sentire a casa i nostri ospiti, garantendo un’esperienza personalizzata e curata, che abbia come priorità la soddisfazione delle loro aspettative.

4

Comunità e ambiente

La comunità e il territorio di cui facciamo parte sono elementi radicati nella nostra storia familiare e ne riconosciamo l’interdipendenza con la nostra vocazione all’ospitalità.
Per questo, ci impegniamo ad evolvere con integrità, sostenendo il tessuto locale ed operando con responsabilità sociale ed ambientale.

Oggi, la sostenibilità è diventata uno degli strumenti principali nella nostra “cassetta degli attrezzi”: ogni scelta aziendale, dalla gestione quotidiana alle decisioni strategiche più cruciali, viene valutata per il suo impatto sociale e ambientale, garantendo che l’Hotel Canada continui a essere una “casa” responsabile per le generazioni a venire.

03

Nota metodologica

La seguente Relazione di Impatto è stata redatta secondo la Legge italiana 28-12-2015 n. 208, Commi 376-384, che richiede alle Società Benefit come la nostra di rendicontare e pianificare l’impatto generato, rispetto alle finalità specifiche di beneficio comune riportate nel nostro Statuto.
La scelta di diventare una **Società Benefit** riflette il nostro desiderio di integrare pienamente la nostra **missione di impatto sociale e ambientale** all’interno del nostro modello operativo e di business.

Tradizionalmente, le società sono state concepite con il solo scopo di generare profitto per gli azionisti. Noi, come Società Benefit, abbracciamo un modello aziendale più evoluto che cerca di bilanciare gli obiettivi economici con l’impegno a **creare valore positivo** per tutti i portatori di interesse, misurando l’impatto delle nostre azioni non solo in termini economici ma anche sociali e ambientali.
Ci impegniamo a perseguire questi obiettivi in modo responsabile, sostenibile e trasparente, equilibrando gli interessi dei soci con quelli dei nostri clienti, persone, comunità e dell’ambiente.

Per garantire il nostro impegno, abbiamo nominato un responsabile di impatto aziendale che si dedica a monitorare e guidare le nostre azioni in conformità con le nostre tre finalità di beneficio comune.
Questo ruolo è essenziale per mantenere le nostre attività allineate alla nostra vocazione e assicurare una **comunicazione trasparente** attraverso le nostre relazioni di impatto annuali.

Il documento che presentiamo è la nostra prima Relazione di Impatto, un mezzo attraverso cui intendiamo comunicare il nostro continuo impegno verso la creazione di **valore condiviso** per tutti i nostri portatori di interesse. In questa relazione, delineiamo le iniziative che abbiamo realizzato ad oggi e i nostri obiettivi per il 2026, insieme alla valutazione complessiva del nostro impatto, misurata attraverso lo standard B Impact Assessment.

04

Finalità 1
Le persone al centro

Introduzione di un sondaggio annuale per il monitoraggio del benessere aziendale

Consapevoli che la forza della nostra squadra risiede nel **valore di ogni singolo membro**, abbiamo intrapreso un percorso strutturato per ascoltare, valorizzare e sostenere chi, con dedizione, costruisce l’identità dell’Hotel Canada. Crediamo fermamente che un **ambiente di lavoro equilibrato ed equo** sia il presupposto indispensabile per una crescita collettiva e duratura.

Nel corso dell’ultimo anno, abbiamo compiuto un passo fondamentale in questa direzione introducendo il nostro primo sondaggio interno rivolto a tutto lo Staff. Questa iniziativa è nata dalla volontà di **misurare in modo oggettivo il benessere aziendale**, esplorando dimensioni cruciali come la soddisfazione generale, la capacità di valorizzare i talenti individuali e la qualità dell’ambiente di lavoro. Attraverso questo strumento, abbiamo voluto dare spazio alla percezione di ciascuno su temi essenziali: dal bilanciamento tra vita privata e professionale (work-life balance) alla trasparenza della comunicazione tra i reparti, fino alla condivisione della nostra visione strategica e del nostro impegno nella responsabilità sociale.

La risposta del Team è stata straordinaria e ha confermato la solidità del legame che ci unisce: abbiamo registrato un **tasso di partecipazione dell’87,5%**, un risultato che testimonia non solo un alto livello di coinvolgimento, ma anche una **profonda fiducia reciproca**. I feedback raccolti sono stati estremamente positivi e ci hanno offerto spunti preziosi, inclusi suggerimenti diretti che consideriamo bussole fondamentali per il nostro miglioramento continuo. L’**Employee Satisfaction Score** (calcolo: (numero di risposte positive (valutazioni 4 e 5) / numero risposte date) x 100) **del 2025 è stato del 85,7%**. Sapere che i nostri collaboratori si sentono inclusi, valorizzati e soddisfatti in azienda ci rende orgogliosi e ci sprona a fare sempre di più.

L’introduzione di questo monitoraggio non rappresenta un evento isolato, bensì l’inizio di un dialogo costante. Abbiamo infatti stabilito che il sondaggio diventerà un appuntamento annuale fisso, permettendoci di seguire l’evoluzione del clima aziendale nel tempo. Questo approccio ci consentirà di intervenire con tempestività e precisione, garantendo che l’Hotel Canada resti non solo un luogo di eccellenza per i nostri ospiti, ma soprattutto **un luogo dove ogni collaboratore possa sentirsi sostenuto e parte integrante di un progetto comune** verso il futuro.

Formazione continua dello Staff

In Hotel Canada, riconosciamo che la qualità della nostra accoglienza è indissolubilmente legata alla professionalità e alla consapevolezza di chi, ogni giorno, ne è il volto e l’anima. Crediamo che la crescita individuale sia il motore dell’eccellenza collettiva e, per questo, ci impegniamo a coltivare un ambiente in cui ogni collaboratore possa evolvere, acquisendo strumenti culturali e operativi che vadano oltre gli obblighi formativi di legge.

Nel corso del 2025, abbiamo compiuto un significativo passo avanti nell’ampliamento dell’offerta formativa per il nostro Staff. Grazie alla preziosa collaborazione con il **Best Western Hotels** (BWH) **Learning Lab**, abbiamo offerto l’accesso a una piattaforma d’avanguardia che integra sessioni in presenza e modalità digitali, permettendo una fruizione flessibile e costante. Questo percorso ha visto un coinvolgimento attivo e partecipe, toccando tematiche di profonda rilevanza etica e operativa.
In particolare, tutto il nostro team ha preso parte a un modulo dedicato alla prevenzione della tratta degli esseri umani (Human Trafficking), un impegno che sentiamo doveroso per rafforzare il nostro ruolo di presidio responsabile sul territorio.

L’approfondimento delle competenze tecniche ha interessato i diversi reparti aziendali, con l’obiettivo di affinare la cura del dettaglio in ogni fase del soggiorno: cinque membri del ricevimento hanno partecipato a corsi specifici sulla Reception, mentre due collaboratori si sono dedicati all’evoluzione del settore Food & Beverage.
Parallelamente, consapevoli delle sfide poste dalla trasformazione digitale, abbiamo investito nella sicurezza informatica. Dopo una sessione specialistica in presenza che ha coinvolto quattro membri dello Staff, abbiamo scelto di estendere e condividere queste conoscenze attraverso un incontro dedicato a tutto il team del Ricevimento, promuovendo una **cultura della protezione dei dati diffusa e consapevole**.

I feedback estremamente positivi ricevuti dai nostri ragazzi ci confermano la validità di questo approccio, che vede la formazione non come un adempimento, ma come una reale **opportunità di valorizzazione dei talenti**. Guardando al futuro, il nostro obiettivo per il prossimo anno è rendere questi percorsi ancora più capillari e differenziati. Ci impegniamo a esplorare nuovi modelli formativi che possano coinvolgere l’intera popolazione aziendale, certi che investire nella preparazione delle nostre persone sia l’unico modo per garantire un’ospitalità autentica, sicura e proiettata verso il domani.

Obiettivi 2026: Persone al centro

Tema	Obiettivo	KPI
Benessere economico	Erogazione di buoni pasto giornalieri al 100% della forza lavoro - Il CCNL di riferimento non prevede l’obbligatorietà dei buoni pasto.	Valore nominale buono pasto e copertura organico.
Team Building	Partecipazione del 25% dei dipendenti ad almeno 1 attività extra-lavorativa annuale.	Tasso di partecipazione per evento e numero attività extra-lavorative organizzate.
Benessere Aziendale	Incremento del 5% del punteggio medio di soddisfazione nel sondaggio climatico annuale. Employee Satisfaction Score - 2025: 85,7%	Employee Satisfaction Score (numero dipendenti soddisfatti (risposte 4 e 5)/numero risposte ricevute) x 100.
Formazione Continua	Erogazione di 2 ore di formazione (media pro-capite) coinvolgendo almeno il 50% dei lavoratori.	Ore formazione e numero dipendenti coinvolti.

05

Finalità 2
Cura degli ospiti

“Non rifare la camera”

L’accoglienza e l’ospitalità sono il motore principale della nostra attività e il cuore di ogni nostra scelta. In Hotel Canada, ci impegniamo ogni giorno per custodire un luogo che possa far sentire i nostri ospiti “a casa”, garantendo un’esperienza personalizzata e curata in ogni dettaglio. Crediamo fermamente che il benessere di chi ci sceglie sia strettamente interconnesso alla cura del mondo che ci circonda: per questo, abbiamo voluto coinvolgere attivamente i nostri ospiti in un **percorso di consumo consapevole**, trasformando una semplice scelta di soggiorno in un gesto concreto di rispetto per l’ambiente.

Nel corso del 2025, abbiamo introdotto un’iniziativa volta a ridurre l’impronta ambientale del nostro servizio: la possibilità di rinunciare al rifacimento quotidiano della camera.
Questa opzione è stata pensata per minimizzare gli sprechi di risorse idriche, energia e detergenti, offrendo all’ospite la massima libertà di scelta.
Per facilitare questa interazione, abbiamo messo a disposizione due modalità semplici e immediate: il contatto diretto con la Reception o l’utilizzo di un apposito cartellino da esporre fuori dalla porta, rendendo la partecipazione un gesto naturale e discreto.

Per incentivare ulteriormente questa pratica virtuosa, la catena BWH Hotels di cui facciamo parte, ha scelto di valorizzare la scelta di non rifare la camera con l’**assegnazione di 500 punti bonus** (se si è iscritti al programma BWH Rewards), un modo per ringraziarli della loro sensibilità e per rafforzare un legame basato su valori condivisi. I risultati ottenuti sono andati ben oltre le nostre aspettative: il monitoraggio costante effettuato durante l’anno ha rivelato che **ben 2.379 camere non sono state rifatte** (pari al 10% delle camere vendute), con una media giornaliera di 6,5 camere. Questi numeri non sono solo statistiche, ma testimoniano la nascita di una nuova consapevolezza tra i nostri ospiti, che scelgono di **vivere il lusso dell’ospitalità con una responsabilità rinnovata**.

L’entusiasmo con cui questa strategia è stata accolta ci conferma che la qualità dell’esperienza turistica oggi non può prescindere dalla sostenibilità. Forti di questi risultati, continueremo a promuovere e perfezionare questa iniziativa anche per il prossimo anno, con l’obiettivo di offrire un’accoglienza che sappia coniugare la cura eccellente dell’ospite con la salvaguardia del pianeta che ci ospita.

Installazione di un dispenser di acqua gratuito ed accessibile per tutti gli ospiti

L’accoglienza per noi non è un concetto statico, ma un processo di continua evoluzione guidato dalle aspettative di chi sceglie l’Hotel Canada. Per questo, ci impegniamo a custodire un luogo che garantisca un’**esperienza personalizzata** che metta al primo posto la soddisfazione delle loro esigenze.
Quando molti dei nostri ospiti hanno espresso il desiderio di avere accesso gratuito all’acqua durante il soggiorno, abbiamo colto l’occasione per rispondere con una soluzione che coniugasse il comfort del servizio con la nostra profonda vocazione alla responsabilità ambientale.

Nel corso del 2025, abbiamo quindi introdotto un nuovo modello di consumo idrico all’interno della nostra struttura, **eliminando progressivamente la dipendenza dalla plastica monouso**.
Al loro arrivo, gli ospiti trovano oggi in camera acqua gratuita offerta in brick di carta riciclabile, una scelta consapevole volta a ridurre drasticamente l’impatto ecologico.
La vera innovazione risiede però nella circolarità del sistema: il brick è progettato per essere riutilizzato e ricaricato gratuitamente presso il nuovo distributore di acqua microfiltrata che abbiamo installato nella hall dell’albergo, garantendo acqua fresca, sicura e gratuita durante tutta la durata del soggiorno.

Per coloro che desiderano una soluzione ancora più duratura e da portare con sé anche oltre i confini del nostro hotel, abbiamo presentato le borracce personalizzate Hotel Canada, trasformando un oggetto quotidiano in un simbolo del nostro impegno comune verso la sostenibilità. Siamo consapevoli che queste iniziative hanno comportato una drastica riduzione della vendita di bottiglie di plastica presso il nostro Bar e una conseguente contrazione dei relativi ricavi commerciali; tuttavia, consideriamo questo risultato un successo straordinario.

La soddisfazione dei nostri ospiti, che hanno accolto con entusiasmo e feedback estremamente positivi questo cambio di paradigma, rappresenta per noi il valore più prezioso. Crediamo fermamente che il vero successo aziendale si misuri nella capacità di creare valore condiviso, dimostrando che è possibile offrire un servizio eccellente e gratuito riducendo, al contempo, l’impronta ambientale. Questa iniziativa conferma la nostra volontà di evolvere con integrità, ponendo la cura dell’ospite e del pianeta al centro di ogni nostra azione futura.

Obiettivi 2026: Cura degli ospiti

Tema	Obiettivo	KPI
Coinvolgimento degli ospiti	Coinvolgimento degli ospiti in almeno 1 attività organizzata dall’albergo.	Numero di attività proposte e tasso di adesione degli ospiti alle attività.
“Non rifare la camera”	Mantenimento della medesima percentuale di camere che rinunciano volontariamente alla pulizia giornaliera - Nel 2025 sono state il 10% del totale delle camere vendute.	Numero di “Green Option” scelte / Roomnights.
Mystery Guest	Raggiungimento di un punteggio minimo di 80/100 nel Report redatto dai Mystery Guests (collaborazione con Hospite) - Nel 2025 è stato del 78,8%.	~~Coefficiente di qualità dell’esper~~ierienza - nell’Executive Report di Hospite.
Soddisfazione Ospiti - Medallia	Mantenimento o miglioramento del rating medio di “Overall Experience” sul portale di monitoraggio della soddisfazione degli ospiti Medallia ad una soglia minima di 94%.	Rating di “Overall Experience” sul portale di monitoraggio della soddisfazione degli ospiti Medallia.

06

Finalità 3
Comunità e ambiente

Collaborazione con Onlus Soggiorno Sereno

In Hotel Canada, crediamo profondamente nell’interdipendenza tra la nostra azienda e l’ecosistema sociale in cui operiamo.
Per la nostra famiglia, l’ospitalità non è solo un servizio, ma u**na missione che affonda le radici nella responsabilità verso il territorio** e nella creazione di valore condiviso per la comunità.
Questa visione si traduce da quasi trent’anni nella nostra collaborazione con la **Onlus Soggiorno Sereno Sandro Gabbani**, un legame nato insieme all’associazione stessa e che rappresenta l’espressione più autentica del nostro “senso di casa”.

La storia di questo progetto ha origine nel 1997 da un’intuizione di Sandro Gabbani, giovane albergatore romano che, vivendo in prima persona l’esperienza della malattia, comprese il dramma delle famiglie costrette a lunghi soggiorni lontano da casa per cure mediche.
Nel 2004, per onorare la sua memoria, i colleghi di Federalberghi Roma hanno formalizzato questa missione, creando una realtà che offre supporto economico e umano attraverso l’accoglienza gratuita negli alberghi.
Si tratta di un modello di eccellenza rigenerativa nel sociale, riconosciuto nel 2008 dalla Commissione Europea come “Best Practice” in rappresentanza dell’Italia.

Come Società che mira a generare un impatto positivo, supportiamo attivamente questa iniziativa **offrendo ospitalità a famiglie in difficoltà economica**.
Nel corso del 2025, abbiamo avuto l’onore di accogliere **33 nuclei familiari**, per un totale di **136 presenze e 53 notti di soggiorno gratuito**. In un’ottica di trasparenza e misurazione dell’impatto, abbiamo quantificato lo sforzo profuso: a fronte di una tariffa media di € 181,00 e un’occupazione dell’89,7%, il mancato ricavo generato è stato di circa € 10.000,00, cifra che non include i costi operativi legati alla pulizia, ai consumi e alle colazioni offerte.

Il nostro obiettivo per il futuro è ambizioso: vogliamo esplorare nuove strade per aumentare il numero di notti offerte e di famiglie accolte, consolidando un modello di business che metta il benessere collettivo al pari della crescita aziendale. Desideriamo farlo anche attraverso la diffusione di questo progetto agli albergatori che ancora non sono coinvolti.
Questa collaborazione rimane per noi il seme più prezioso piantato nel nostro territorio, una **legacy di cura e vicinanza** che desideriamo far crescere ancora per le generazioni a venire.

Collaborazione con Albergo Etico

In Hotel Canada, crediamo che il valore di un’impresa si misuri nella sua capacità di abbattere barriere e generare inclusione autentica, riconoscendo l’interdipendenza tra il nostro successo e il benessere della comunità in cui operiamo. Per noi, l’ospitalità è un impegno che va oltre l’accoglienza turistica:
è una **missione sociale che mira a valorizzare i talenti e a promuovere l’indipendenza individuale**. In questa visione si inserisce la nostra storica collaborazione con Albergo Etico, una realtà d’eccellenza che supporta ragazzi con sindrome di Down nel loro percorso di integrazione lavorativa.

Il cuore di questa partnership risiede nella condivisione di un modello formativo trasformativo: l’**Accademia di Albergo Etico**. Si tratta di un percorso triennale in cui i ragazzi apprendono ogni mansione del settore alberghiero e della ristorazione, acquisendo competenze che non solo applicano professionalmente, ma che portano con sé nel proprio contesto familiare per conquistare una reale autonomia.
Crediamo fermamente che questo approccio sia la chiave per un inserimento lavorativo dignitoso e duraturo, capace di trasformare la vita dei singoli e di **arricchire l’intero tessuto sociale**.

La nostra esperienza diretta è iniziata nel 2015 con l’assunzione di Giacomo, che dopo il suo percorso in Accademia è diventato un pilastro fondamentale del nostro Staff. Da oltre dieci anni, Giacomo supporta con dedizione sia il Team del Servizio Clienti che il settore Food & Beverage, portando in azienda una prospettiva nuova e una carica umana straordinaria.
Nonostante le sfide iniziali tipiche di ogni grande cambiamento, oggi guardiamo a questa scelta come a una delle decisioni migliori della nostra storia aziendale: Giacomo non ha solo arricchito la squadra professionalmente, ma ha trasformato profondamente il nostro modo di essere “squadra”.

Forti di questo impatto positivo, abbiamo sentito il dovere di agire come ambasciatori di questo modello presso i nostri partner. Nel corso del 2024, la nostra responsabile della sostenibilità Silvia Pucci ha presentato questa iniziativa durante l’Assemblea di BWH Hotels Italia, parlando a una rete di circa 170 alberghi.
Il risultato è stato entusiasmante:
la nostra testimonianza ha ispirato diverse altre strutture a intraprendere lo stesso percorso con Albergo Etico, generando un effetto a catena di valore sociale. Per noi, questa è l’essenza della rigenerazione: **seminare bellezza e opportunità affinché l’intero settore dell’ospitalità possa evolvere verso un futuro più giusto e inclusivo**.

Introduzione di un sistema di monitoraggio giornaliero della produzione di rifiuti

La comunità e il territorio in cui operiamo non sono semplici cornici, ma elementi vitali radicati nella nostra storia familiare. In Hotel Canada, riconosciamo l'interdipendenza tra la nostra vocazione all'ospitalità e la salute dell'ecosistema che ci accoglie. Guidati dal principio che "se non si può misurare qualcosa, non si può migliorarla", abbiamo intrapreso un percorso di monitoraggio analitico volto a trasformare la gestione dei rifiuti da semplice adempimento a leva strategica per la sostenibilità. Crediamo fermamente che operare con integrità significhi assumersi la **responsabilità dell'impronta che lasciamo sul tessuto locale**.

Nel corso del 2024, abbiamo introdotto un sistema rigoroso di monitoraggio dei rifiuti per ottenere una mappatura precisa dello stato dell'arte e sensibilizzare attivamente il nostro Staff. Oltre alla suddivisione standard richiesta dalle normative comunali (carta, plastica, vetro, umido e indifferenziata), abbiamo implementato una procedura di pesatura quotidiana dei rifiuti. Questi dati vengono registrati e analizzati mensilmente, mettendoli a confronto con i principali KPI operativi dell'hotel.
Questo esercizio di trasparenza ci ha permesso di raggiungere risultati di cui siamo profondamente orgogliosi nel 2025: siamo riusciti a **differenziare il 70% dei nostri rifiuti totali**, limitando la quota di indifferenziata al solo 30%.

Entrando nel dettaglio, la nostra gestione ha evidenziato una ripartizione virtuosa: l'umido rappresenta il 25,5% della raccolta, seguito dalla carta (20,5%), dal vetro (12,5%) e dalla plastica (11,2%). Ogni ospite ha prodotto mediamente 1 kg di rifiuti per ogni notte trascorsa in hotel, un dato che ci fornisce una base solida per implementare ulteriori azioni di riduzione. Confrontando le nostre performance con i dati nazionali (Isprambiente), la nostra percentuale di raccolta differenziata del 70% si colloca non solo al di sopra della media italiana (66,6%), ma si distacca nettamente dalla media registrata nella città di Roma (46%), confermando l'Hotel Canada come un'impresa virtuosa nel panorama locale.

Questo impegno costante verso l'eccellenza ambientale è stato riconosciuto a livello internazionale attraverso la **certificazione Green Key**, ottenuta nel 2024 e rinnovata con successo nel 2025. Per noi, Green Key non è solo un marchio, ma una guida per l'evoluzione progressiva del nostro modello di business.
Per garantire che la nostra visione sia sempre all'avanguardia, la nostra responsabile della sostenibilità Silvia Pucci ha scelto di partecipare attivamente alla nuova Commissione ESG di BWH Hotels Italia.
Questo coinvolgimento ci permette di co-evolvere con le tendenze globali e di trasferire i valori della sostenibilità lungo tutta la nostra catena del valore, **seminando oggi le radici per un domani più responsabile**.

Introduzione di un sistema di monitoraggio mensile dei consumi in relazione alle performance dell’albergo

La nostra vocazione all’ospitalità è intrinsecamente legata al rispetto del territorio che ci ospita. In Hotel Canada, crediamo che la responsabilità ambientale debba tradursi in azioni concrete, misurabili e trasparenti.
Per questo, da diversi anni abbiamo implementato un sistema rigoroso di monitoraggio dei consumi, nato con l’obiettivo di accrescere la nostra consapevolezza operativa e permetterci di intervenire con tempestività chirurgica in caso di anomalie o perdite.
Questo approccio ci consente di preservare risorse preziose, minimizzando l’impatto del nostro modello di business sull’ecosistema locale.

Nel 2025, abbiamo compiuto un ulteriore passo in avanti nel nostro percorso di trasparenza, mettendo in relazione i dati di consumo con i principali indicatori di performance (KPI) dell’albergo. Attraverso una registrazione mensile meticolosa dei consumi di acqua, energia elettrica e gas, siamo in grado di **mappare con precisione l’efficienza della nostra struttura**.
Questo esercizio di analisi ci ha permesso di registrare, per l’anno 2025, dati fondamentali per definire la nostra impronta ambientale:
ogni camera venduta ha richiesto mediamente l’utilizzo di 364 litri di acqua, 9,45 kWh di energia elettrica e 1,78 m3 di gas.
Inoltre, a partire da giugno 2025, il **50% del nostro approvvigionamento energetico deriva da fonti rinnovabili**.

Siamo consapevoli che la sostenibilità sia un percorso di continua evoluzione e che la precisione dei dati sia la base per ogni miglioramento futuro. Al momento, queste misurazioni riflettono l’attività diretta della struttura, senza ancora includere i consumi dei servizi esterni integrati - come la gestione della lavanderia per la biancheria - né la distinzione tra i consumi attribuibili agli ospiti e quelli necessari alle attività dello Staff. Tuttavia, disporre di queste metriche ci offre una **solida base di partenza per identificare aree di ottimizzazione** e investire in soluzioni tecnologiche sempre più efficienti.

Il nostro impegno per il futuro è continuare ad affinare questi strumenti di analisi per promuovere un modello di ospitalità che sia sinonimo di eccellenza rigenerativa. Ogni litro d’acqua risparmiato e ogni kWh ottimizzato rappresentano un tassello della nostra legacy: una tradizione di accoglienza che sa guardare al domani con responsabilità.

Obiettivi 2026: Comunità e ambiente

Tema	Obiettivo	KPI
Onlus Soggiorno Sereno	Incremento del 5% del numero di notti offerte o di famiglie accolte rispetto all’anno precedente.	Totale notti offerte e famiglie accolte.
Raccolta Differenziata	Raggiungimento di una percentuale di raccolta differenziata pari o superiore al 70% sul totale rifiuti.	% differenziata su peso totale rifiuti.
Certificazione Green Key	Rinnovo annuale della certificazione Green Key con soddisfacimento del 100% dei criteri imperativi.	Status Certificazione (Confermato/Non).
“Arte fuori dal museo”	Finanziamento del restauro di 2 opere d’arte e realizzazione di 1 iniziative di promozione per musei secondari.	Numero progetti finanziati e eventi realizzati.

07

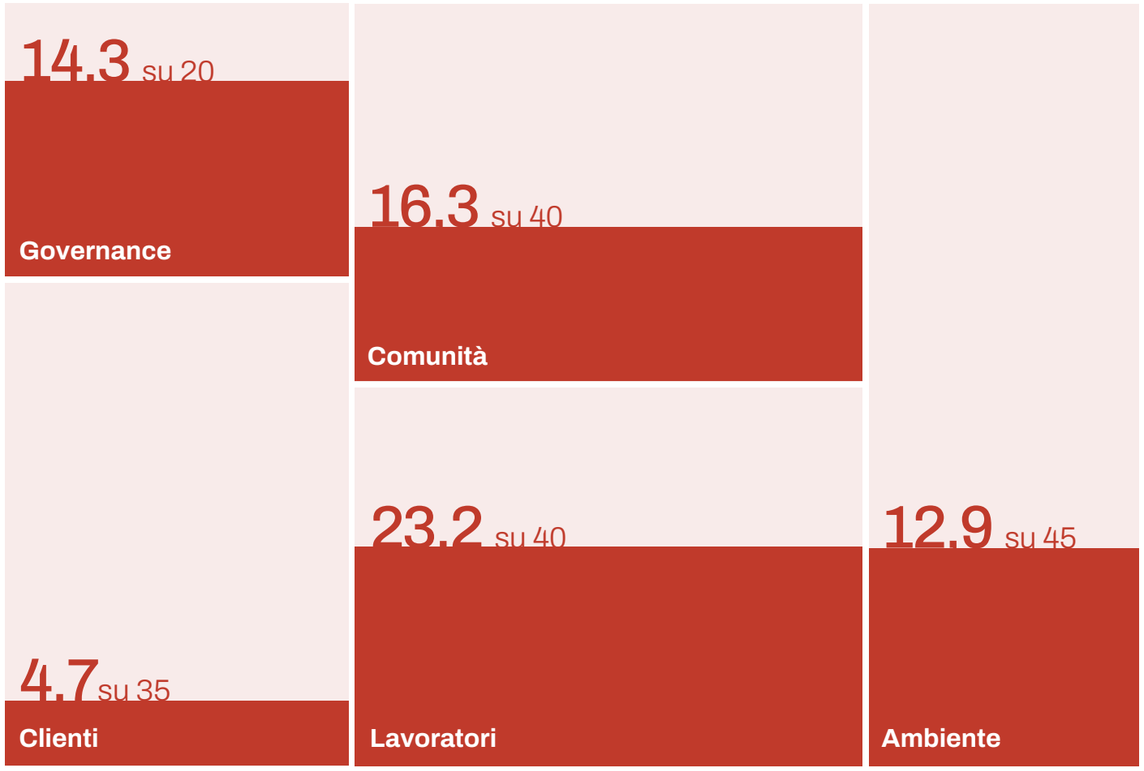
Valutazione di impatto

Per portare avanti il nostro impegno verso l'adozione di pratiche rigenerative, abbiamo deciso di misurare i nostri impatti ambientali e sociali tramite il **B Impact Assessment** (BIA), lo standard internazionale sviluppato da B Lab, un'organizzazione non-profit.
Questo strumento permette di misurare l'impatto dell'azienda su cinque aree di impatto: la governance, i lavoratori, la comunità, l'ambiente e i clienti, e di comunicare in modo rigoroso e trasparente l'impatto generato.

Ci uniamo così a un network globale di oltre 9.500 aziende che utilizzano il BIA, in 96 paesi e 160 settori, unite dall'obiettivo di fare del business una forza per creare impatto positivo.
Nel 2025 abbiamo utilizzato il BIA per misurare il nostro impatto ottenendo un punteggio di **71,4/180 punti**.

Di seguito riportiamo il punteggio ottenuto dalla valutazione del BIA ad oggi nelle aree di impatto viste sopra:

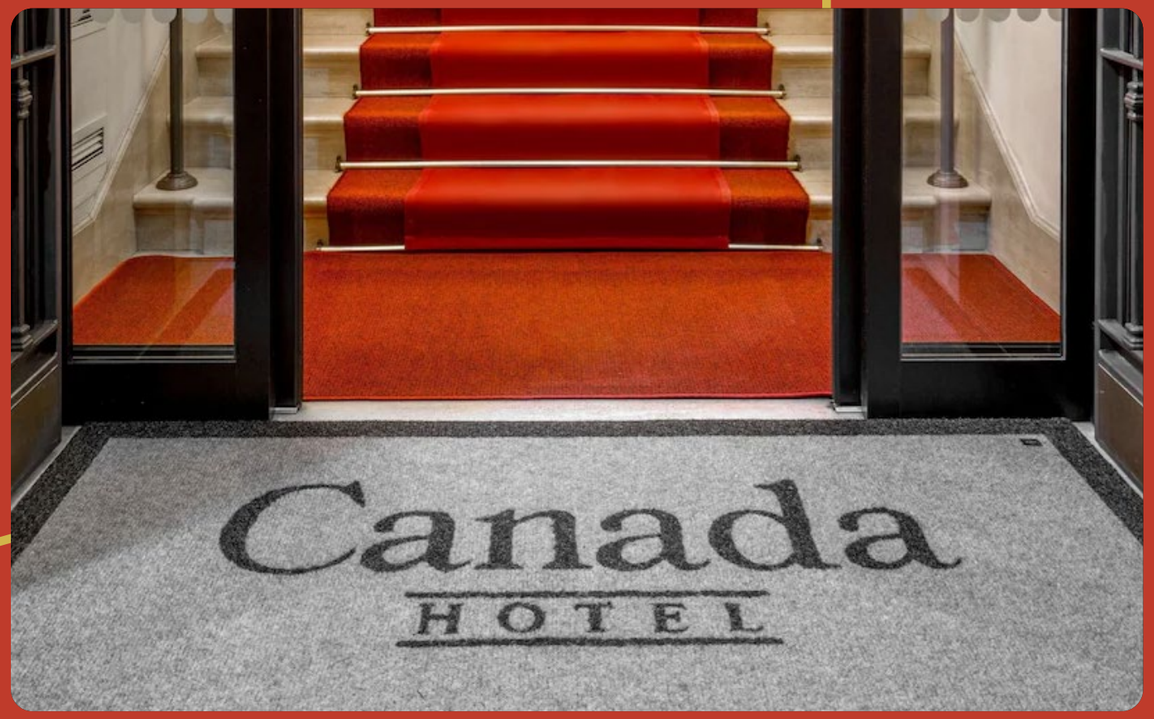
Punteggio per area di impatto



Simone

08

Conclusioni



Guardando al futuro, l’Hotel Canada non intende essere solo un luogo di passaggio, ma un **laboratorio di ospitalità rigenerativa** dove la tradizione familiare incontra l’innovazione consapevole. La nostra trasformazione in Società Benefit non è un traguardo, bensì la promessa solenne di continuare a nutrire quel legame profondo che **unisce chi accoglie, chi viaggia e il territorio che ci ospita**.

Ogni piccola scelta quotidiana - dal gesto di un collaboratore alla sensibilità di un ospite - concorre a disegnare un modello di impresa che mette il valore umano e la cura del pianeta al di sopra del semplice profitto. Con l’entusiasmo delle nuove generazioni e la solidità delle nostre radici, ci impegniamo a far sì che la nostra **“casa lontano da casa”** continui a essere un seme di cambiamento positivo, capace di generare bellezza e benessere per le comunità di oggi e per quelle di domani.

Canada
HOTEL
by Pucci Family