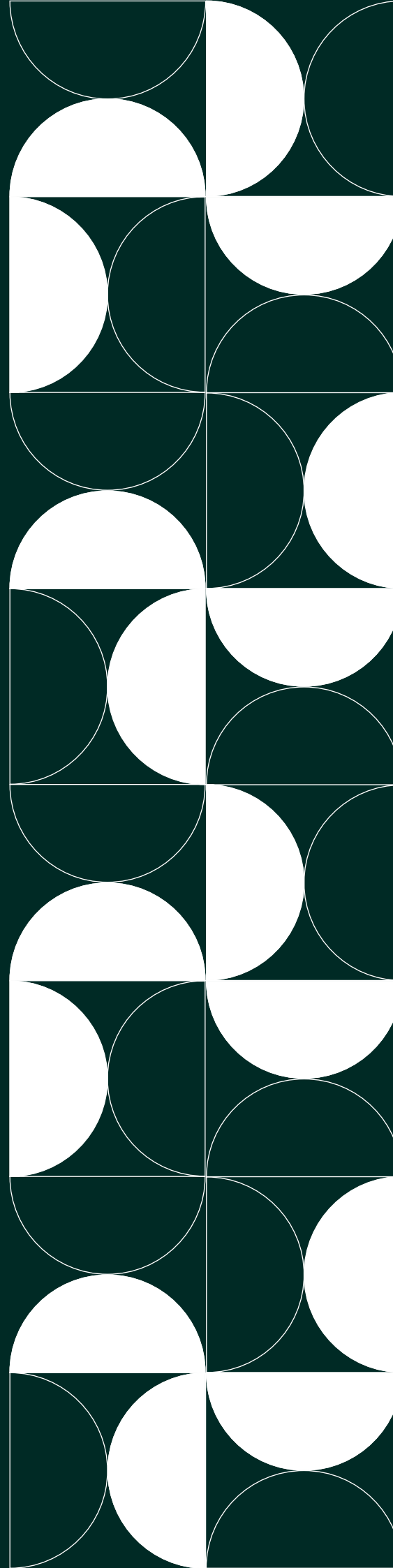




1.	IDENTITÀ E STRATEGIA	12
1.1	Profilo e identità dell'organizzazione	13
1.2	La nostra storia	14
1.3	Vision, Mission e Values	17
1.4	Il nostro modello di business	18
1.5	Le nostre sedi	20
1.5.1	CX Rome Tor Vergata	21
1.5.2	CX Bari	22
1.5.3	CX Chieti (Fondazione eXperience)	23
1.5.4	CX Florence Rifredi	24
1.5.5	CX Turin Vanchiglia (ex Regina)	25
1.5.6	CX Turin Marconi (ex Belfiore)	26
1.5.7	CX Venice Mestre	27
1.5.8	CX Milan Bicocca	28
1.5.9	CX Milan NoM	29
1.5.10	CX Trieste Giulia	30
1.5.11	CX Modena Crocetta	31
1.5.12	CX Naples Centrale	32
1.5.13	CX Rome San Pietro	33
1.6	La Fondazione eXperience	34
2.	CX LIVING E LA SOSTENIBILITÀ	36
2.1	Stakeholder engagement	38
2.2	Analisi di materialità	41
2.2.1	La Matrice di materialità	42
2.3	Il piano di sostenibilità di CX Living	45
3.	EQUITÀ, INCLUSIONE E RESPONSABILITÀ SOCIALE	52
3.1	Le risorse umane	53
3.1.1	Salute e sicurezza sul lavoro	59
3.1.2	La formazione delle risorse umane	60
3.1.3	Diversità e pari opportunità	60
3.1.4	Il Piano Welfare	62
3.1.5	Coinvolgimento e valorizzazione dei dipendenti	63
3.1.6	Il Talent Program	64
3.2	Progettualità e iniziative 2025	65
3.2.1	Borse di studio	65
3.2.2	Ambiente e cittadinanza attiva	67
3.2.3	Community	73
3.3	Presenza sul territorio e impatto sociale	74
4.	TUTELA E RISPETTO DELL'AMBIENTE	78
4.1	I consumi di energia	80
4.2	La risorsa idrica	82
5.	GOVERNANCE AZIENDALE	84
5.1	Struttura della governance	85
5.2	Politica di retribuzione del management	86
5.3	Il Codice Etico	86
5.4	Modello di organizzazione, gestione e controllo ex. D.lgs. 231/2001	87
5.5	Assetto organizzativo	88
6.	SOSTENIBILITÀ ECONOMICA	94
6.1	Il Valore Economico Generato e Distribuito	96
GRI - CONTENT INDEX		98



Nota metodologica

Il Report di Sostenibilità 2025 di CX Living S.r.l. è uno strumento di rendicontazione adottato in maniera volontaria per comunicare ai nostri stakeholder l'impegno e le iniziative intraprese sui temi di sostenibilità economica, sociale ed ambientale. Il documento è stato redatto in conformità ai Sustainability Reporting Standards 2021, pubblicati dalla Global Reporting Initiative (GRI), nella modalità "with reference". La sua struttura, che ricalca quella precedente di Campus X S.r.l. controllata al 100% da CX Living, è stata definita sulla base dei risultati dell'analisi di materialità (vedi il paragrafo "Analisi di materialità") ed è stata focalizzata sulla rendicontazione dei temi rilevanti, ai quali sono stati dedicati specifiche sezioni dove sono riportati i relativi indicatori quantitativi. In linea con gli Standard adottati, il processo di rendicontazione è stato guidato dai Principi Fondamentali contenuti nello standard GRI 1. L'obiettivo del Report di Sostenibilità è quello di fornire una visione trasparente delle strategie perseguite, delle attività intraprese e dei risultati conseguiti da CX Living nel garantire la propria crescita economica e lo sviluppo del business in ottica sostenibile. A tal proposito, è stato incluso anche il riferimento ai principali SDGs dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, ai quali la Società intende contribuire con le sue attività. Il periodo di riferimento del presente documento è l'esercizio 2025 (01/01/2025 – 31/12/2025). Quando disponibili, i KPI rendicontati riguardano il triennio 2023-2025, al fine di permettere la valutazione dei progressi raggiunti nel corso degli ultimi anni. In merito ai dati dimensionali della Società (in particolare riferiti a camere, posti letto), questi comprendono anche quelli relativi alle strutture di Chieti, gestita dalla Fondazione eXperience, e di Venezia Mestre, acquisita a marzo 2023 da Restudent S.r.l., società interamente controllate da CX Living S.r.l., che tuttavia non rientrano nel perimetro di rendicontazione della sezione economica del documento. Inoltre, in presenza di strumenti più adeguati a rappresentare le performance di CX Living su uno specifico tema materiale (ad esempio: Bilancio consuntivo, Codice Etico), all'interno dei paragrafi di riferimento è stato fatto rinvio alle fonti per un approfondimento.

Il processo di redazione del Report di Sostenibilità ha visto il coinvolgimento del management e di buona parte del team di CX Living, con il supporto metodologico di Grant Thornton Consultants S.r.l. Il documento è stato approvato in CdA il 23/06/2026.

Il presente documento sarà pubblicato sul sito di CX Living S.r.l. (<https://www.cxliving.com>) e condiviso con i principali stakeholder della Società.

Per qualsiasi chiarimento in merito è possibile scrivere all'indirizzo headoffice@cxliving.it.

I principi di rendicontazione (GRI 1)

Accuratezza	Sono rendicontate informazioni corrette e con sufficienti dettagli per consentire una valutazione degli impatti di CX Living.
Equilibrio	Le informazioni sono riportate in modo obiettivo e forniscono una rappresentazione equa degli impatti positivi e negativi.
Chiarezza	La comunicazione è realizzata in maniera comprensibile ed accessibile.
Tempestività	Il Report di Sostenibilità è redatto a cadenza regolare e le informazioni sono rese disponibili a tempo debito per consentire agli stakeholder di prendere decisioni informate.
Comparabilità	Le informazioni sono compilate e rendicontate in maniera uniforme, per consentire un'analisi dei cambiamenti nel tempo e confrontarli con quelli di altri enti e organizzazioni.
Verificabilità	Il processo di rendicontazione è realizzato in maniera tale che tutte le fasi e le informazioni possano essere esaminate per stabilirne la qualità.
Completezza	Si rendiconta un'informativa esaustiva per valutare gli impatti di CX Living durante il periodo di rendicontazione.
Contesto di sostenibilità	Le informazioni sono rendicontate con riferimento al più ampio contesto della sostenibilità.



Lettera agli Stakeholder

Gentili Stakeholder,

la pubblicazione del nostro Report di Sostenibilità rappresenta ogni anno un momento di sintesi e di indirizzo. Nel 2025 assume un significato particolare: segna l'avvio di una nuova fase con la nascita di CX Living, società che oggi controlla integralmente Campus X.

CX Living è il risultato di oltre dieci anni di sviluppo, durante i quali abbiamo costruito un modello distintivo nel mondo del living, fondato sulla capacità di interpretare i bisogni delle nuove generazioni e di tradurli in spazi che combinano ospitalità, servizi e comunità.

Il nostro portafoglio conta oggi 23 strutture, di cui 12 operative, per circa 15.000 posti letto: una piattaforma solida su cui costruire il prossimo ciclo di sviluppo.

Ed oggi questo modello entra in una fase di ulteriore evoluzione. Partendo dalla leadership nello student housing, stiamo ampliando il nostro posizionamento verso un'offerta integrata di living, rivolta anche a giovani professionisti, viaggiatori e segmenti emergenti, con una visione industriale orientata alla scalabilità e alla creazione di valore nel lungo periodo.

Nel corso del 2025 abbiamo rafforzato il nostro impegno verso le comunità in cui operiamo, promuovendo iniziative sociali e culturali e consolidando programmi a supporto dell'accesso allo studio, anche in collaborazione con il Ministero dell'Università e della Ricerca. Abbiamo inoltre proseguito la partnership con UNHCR nell'ambito del programma UNICORE, per dare un'opportunità di studio e di futuro ad alcuni studenti rifugiati.

Sul fronte ambientale, abbiamo ulteriormente rafforzato i sistemi di monitoraggio dei consumi e migliorato l'efficienza energetica delle strutture, con particolare attenzione alle nuove aperture, progettate secondo standard molto elevati.

Parallelamente, continuiamo a promuovere il coinvolgimento attivo dei nostri clienti in iniziative di sostenibilità e di economia circolare.

Le persone sono un asset strategico del nostro modello. Investiamo in un ambiente di lavoro inclusivo, fondato su pari opportunità, valorizzazione delle diversità e crescita meritocratica. Promuoviamo l'equilibrio di genere e sviluppiamo percorsi di carriera strutturati, accompagnati da sistemi di incentivazione legati alla performance. Negli ultimi anni abbiamo inoltre rafforzato le politiche retributive e i programmi di welfare e benefit, con l'obiettivo di attrarre e trattenere talenti e sostenere uno sviluppo organizzativo coerente con le nostre ambizioni.

La governance rappresenta un elemento centrale della nostra strategia. Operiamo secondo principi di trasparenza, responsabilità ed etica, con un orientamento chiaro alla creazione di valore sostenibile nel lungo periodo. Il rispetto delle regole, delle persone e degli impegni assunti è alla base della fiducia che costruiamo con tutti i nostri stakeholder.

La nostra convinzione resta invariata: la crescita è sostenibile solo se accompagnata da responsabilità. È su questo equilibrio che continueremo a costruire il futuro di CX Living.

Vi invitiamo a leggere il Report e a proseguire con noi questo percorso.

Il Presidente

Ernesto Albanese

Highlights

La nostra Vision

Vogliamo essere pionieri di un futuro in cui ogni spazio abitativo va oltre i confini di un edificio. Un futuro in cui c'è casa ovunque ci sia il desiderio delle persone di sentirsi parte di una comunità.

La nostra Mission

Vogliamo rivoluzionare il modo in cui le persone condividono gli spazi, interagendo tra di loro in luoghi di ritrovo che arricchiscono il contesto urbano. I nostri progetti immobiliari e di ospitalità nascono dal desiderio di creare realtà di condivisione e inclusività, che siano sostenibili ed accessibili. Rispondiamo ai bisogni delle persone oggi e promuoviamo il progresso sociale ed economico per un domani più interconnesso tra individui e comunità.



Nuove
strutture

+2

Camere

+666

Posti
letto

+907



Dati dipendenti

151

Dipendenti

+29 %

Dipendenti
Campus X vs 2024

44%

Dipendenti con età
inferiore a 30 anni

197.600

Mq in gestione

62%

Dipendenti
donne

651

Iniziative per
la Community
realizzate nel 2025

38%

Dipendenti
uomini

Dati strutture

12

Strutture operative

74.135

GJ consumati
nel 2025

5.339

Camere

87%

Media del tasso di
occupazione dei
Campus 2025

6.800

Posti letto

45%

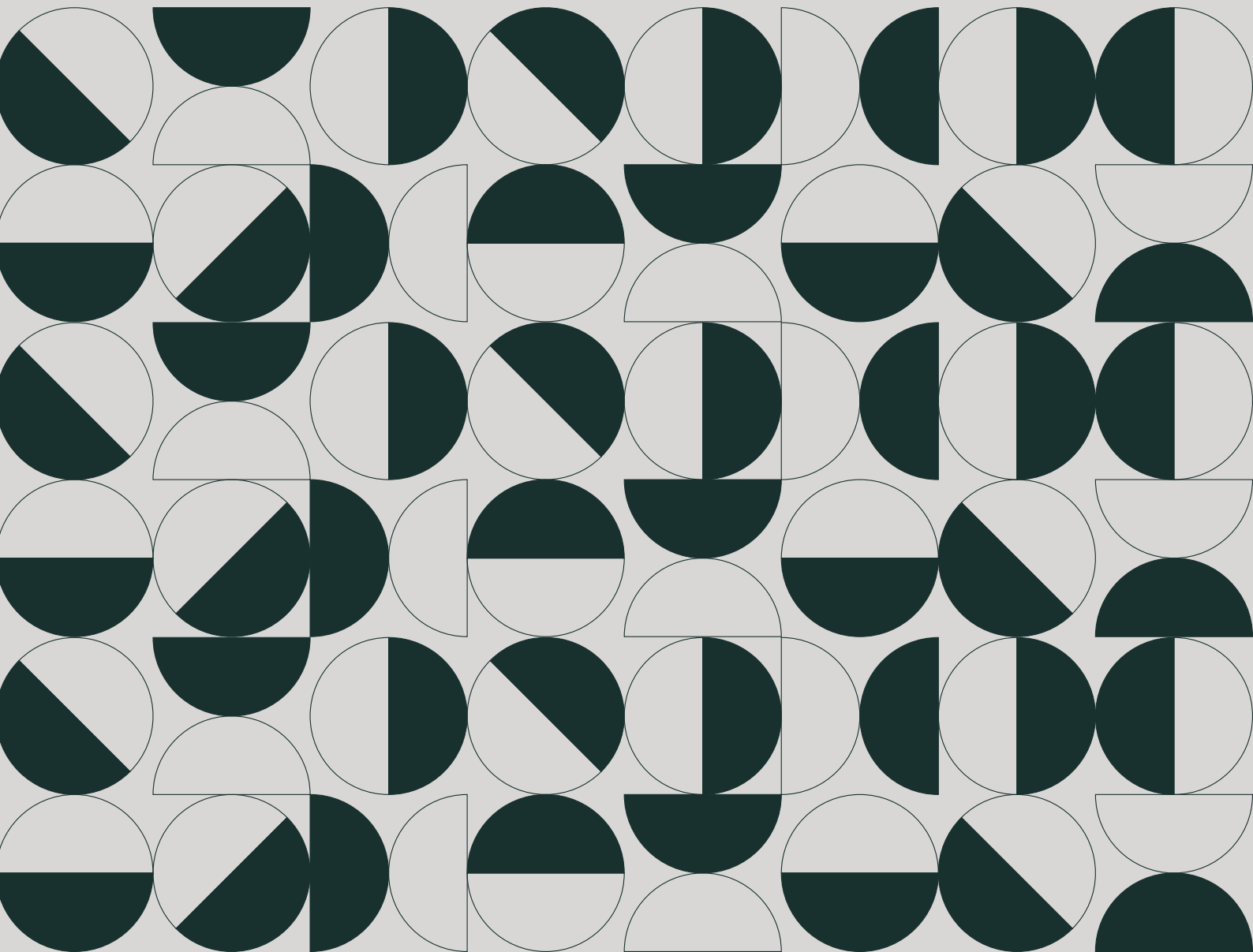
Energia
derivante da
fonti rinnovabili

65%

Media del tasso
di occupazione
degli Hotel 2025

1.

Identità e strategia



1.1 Profilo e identità dell'organizzazione

CX Living S.r.l. (anche "CX Living", "Gruppo"), con sede legale a Roma in Via Abruzzi 25, è una società attiva nel settore dell'ospitalità con un posizionamento distintivo nel segmento dello student housing e dell'hybrid hospitality.

CX Living è stata fondata nel 2025 e oggi detiene il 100% di Campus X S.r.l., principale società operativa, la quale a sua volta controlla Restudent S.r.l., attiva nella gestione di specifiche strutture. La società Campus X è soggetto promotore della Fondazione eXperience, ente di natura non profit finalizzato alla realizzazione di iniziative di carattere sociale e solidale coerenti con la cultura aziendale.



Il Gruppo CX Living S.r.l. opera nella progettazione, sviluppo e gestione di strutture ricettive dedicate prevalentemente a studenti universitari, italiani e internazionali, e a giovani professionisti in mobilità. Il modello si fonda sulla creazione di spazi abitativi che favoriscono condivisione, scambio, inclusione e senso di appartenenza, contribuendo allo sviluppo sociale ed economico dei territori in cui le strutture sono insediate.

Alla data di redazione del presente documento, il Gruppo gestisce 12 strutture, per oltre 5.000 camere e quasi 7.000 posti letto, con un portafoglio di ulteriori 7 strutture in pipeline solo fino al 2027, pari a circa 5.000 camere aggiuntive. Il piano di sviluppo prevede il raggiungimento di circa 15.000 posti letto nei prossimi anni e un progressivo ampliamento dell'offerta verso nuove forme del living, che includono soluzioni di short stay, long stay per giovani professionisti e senior living, con l'obiettivo di posizionare CX Living tra i principali operatori europei nel settore.

Il Gruppo promuove un ambiente di lavoro inclusivo e rispettoso delle diversità culturali, sociali e individuali. L'attenzione alle persone, la valorizzazione delle competenze e l'impegno nel contrasto a ogni forma di discriminazione rappresentano principi fondanti della cultura aziendale e orientano le scelte strategiche e operative.

1.2 La nostra storia

La nostra storia affonda le proprie radici nel 2010, anno in cui nasce il progetto Campus X all'interno del Gruppo Siram Veolia, con l'avvio delle prime tre residenze universitarie a Roma, Bari e Chieti. L'iniziativa si inseriva in un contesto nazionale ancora poco sviluppato in termini di offerta strutturata di student housing privato, con l'obiettivo di rispondere a una domanda crescente di alloggi di qualità per studenti fuorisede.

Nei primi anni di attività, le difficoltà operative e la scarsa chiarezza del posizionamento competitivo determinano risultati deludenti e significative perdite di bilancio.

Nel 2015, con l'ingresso di un nuovo management team guidato da Ernesto Albanese e Samuele Annibali, viene avviato un piano di risanamento industriale e finanziario, finalizzato al riequilibrio economico, al rafforzamento dei processi organizzativi e alla ridefinizione della proposta di valore. Nel 2020 si conclude un processo di management buyout che coinvolge Stefano Tanzi e che, attraverso la società The Student World S.r.l., conduce al trasferimento del controllo dell'intero capitale di Campus X al top management.

Nel frattempo, nel 2019 viene inaugurata la residenza universitaria di Firenze; nel 2021, nonostante il rallentamento imposto dalla pandemia da COVID-19, viene inaugurata la linea di business short stay con le due strutture di Torino.

Nel 2023 il network si amplia ulteriormente e a febbraio viene acquisita, tramite la controllata Restudent S.r.l., una residenza a Venezia Mestre con 568 posti letto; a ottobre viene inaugurata la prima struttura di Milano, CX Milan nel quartiere Bicocca. Contestualmente, Campus X consolida la propria presenza nelle principali città universitarie italiane, gestendo direttamente strutture a Roma, Bari, Firenze, Trieste, Torino (2) e Milano (2), oltre alle strutture di Chieti e Venezia attraverso soggetti collegati.

A 10 anni dal rilancio, Campus X S.r.l. raggiunge i suoi obiettivi di crescita e consolida le sue verticali di business, inaugurando due nuove strutture Modena e Napoli, quest'ultima ospita per la prima volta degli spazi adibiti al servizio coworking. Viene quindi costituita CX Living S.r.l., società madre che consolida sotto un'unica regia strategica le attività sviluppate nel tempo.



2010

Nasce Campus X a seguito del conferimento da parte di Siram Veolia.

2015

Avvio del progetto di risanamento, guidato dal nuovo management.

2016

Costituzione della Fondazione eXperience che gestisce il Campus di Chieti.

2017

Avvio del processo di management buyout.

2019

Inaugurazione del Campus di Firenze con 200 stanze e aree ricreative.

2020

Campus X passa interamente nelle mani dei soci italiani.

2021

Inaugurazione della linea di business short stay con due Campus & Hotel a Torino.

2023

Acquisizione della struttura di Venezia Mestre e inaugurazione del campus di Milano Bicocca.

2024

Inaugurazione dei campus di Milano NoM e Trieste.

2025

Inaugurazione dei campus di Modena e Napoli e nascita di CX living.



- » Trasformiamo le idee in **storie di successo**
- » Creiamo contesti che connettono persone e **arricchiscono il territorio, rigenerandolo**
- » La nostra esperienza genera **fiducia**, i nostri risultati la **consolidano**
- » Coniughiamo **competenza ed accuratezza** per costruire progetti ad-hoc di valore
- » In ogni realtà che creiamo, **vogliamo ispirare** nuovi modi di vivere, orientati all'**inclusione** e alla **responsabilità**

1.3 Vision, Mission e Values

La nostra Mission

Vogliamo rivoluzionare il modo in cui le persone condividono gli spazi, interagendo tra di loro in luoghi di ritrovo che arricchiscono il contesto urbano. I nostri progetti immobiliari e di ospitalità nascono dal desiderio di creare realtà di condivisione e inclusività, che siano sostenibili ed accessibili. Rispondiamo ai bisogni delle persone oggi e promuoviamo il progresso sociale ed economico per un domani più interconnesso tra individui e comunità.

La nostra Vision

Vogliamo essere pionieri di un futuro in cui ogni spazio abitativo va oltre i confini di un edificio. Un futuro in cui c'è casa ovunque ci sia il desiderio delle persone di sentirsi parte di una comunità.

I nostri Values:

Crediamo nella condivisione

Momenti, emozioni ed esperienze condivise riempiono la vita di significato: attraverso il nostro lavoro incoraggiamo opportunità di socializzazione, incontro ed arricchimento.

Crediamo nell'inclusività

Ogni voce conta. Ogni cultura arricchisce la società: per questo ogni giorno sviluppiamo realtà che possano non solo ospitare individui, ma dare origine a vere comunità inclusive.

Crediamo nell'apertura

Un approccio aperto ci guida verso progetti all'avanguardia e idee che vanno oltre le aspettative. Non ci accontentiamo della realtà così com'è, ma la progettiamo e la viviamo per come potrebbe essere.

Crediamo nel dinamismo

Ci muoviamo rapidamente per stare al passo con il mondo intorno a noi, garantendo al tempo stesso i più alti standard di qualità.

Crediamo nella responsabilità

Ogni nostra decisione ha un impatto diretto sul presente e sul futuro. Il nostro senso di responsabilità è sempre al primo posto e si traduce in un costante impegno etico, trasparente e sostenibile.

Operiamo con una sola grande visione: rivoluzionare l'offerta di campus studenti in Italia, ispirandoci ai più evoluti modelli di campus nordici e anglosassoni, ripensati in chiave eco-sostenibile, smart e per il mondo interconnesso di oggi.



1.4 Il nostro modello di business

Aspiriamo a rendere CX Living un brand di riferimento a livello internazionale, sinonimo di eccellenza nel settore dell'*hybrid hospitality*.

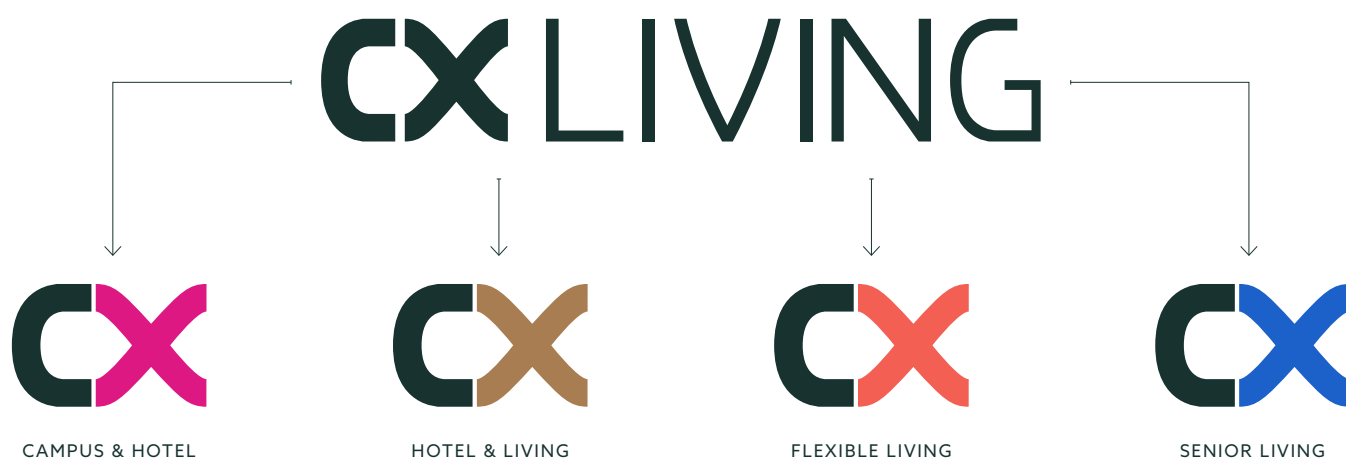
Crediamo che gli spazi abitativi possano essere molto più di un luogo in cui soggiornare. Per noi rappresentano **ambienti di relazione, crescita e condivisione**, capaci di generare valore nel tempo per la nostra comunità e quelle con cui entriamo in contatto.

In quest'ottica CX Living, il brand corporate, rappresenta il punto di sintesi di un percorso che nel tempo ha ampliato il proprio raggio d'azione, mantenendo però una coerenza di fondo: mettere al centro le persone e il loro modo di abitare.

Da questa visione si diramano diverse specializzazioni, ciascuna nata per rispondere a bisogni abitativi che cambiano lungo le diverse fasi della vita e della mobilità contemporanea:

- **CX Campus & Hotel**, focalizzata sul settore delle residenze universitarie, con una componente short stay;
- **CX Hotel & Living**, che offre soluzioni abitative a viaggiatori e young professionals;
- **CX Flexible Living**, dedicata a un modello abitativo contemporaneo e modulare, pensato per giovani professionisti, coppie e utenti in mobilità temporanea;
- **CX Senior Living**, con cui abbiamo l'obiettivo di estendere le nostre soluzioni a una fase diversa del percorso di vita, offrendo servizi abitativi a persone autosufficienti della terza età.

Sono direttrici di business diverse ma con un'identità comune, basata sui valori di inclusione, innovazione nella progettazione degli spazi e attenzione alla sostenibilità, intesa come equilibrio tra dimensione economica, sociale e urbana.





CX Living si aggiudica il premio **"Best Student Wellbeing Europe"** ai Global Student Living Awards 2025, confermando il proprio impegno nel creare spazi e community che mettono al centro il benessere degli studenti e promuovono relazioni autentiche, crescita personale e qualità della vita dentro e fuori dal campus.

Un palazzo abbandonato trasformato in un **hub colorato e aperto alla città**: CX Trieste, dove studenti, nomadi digitali e viaggiatori si incontrano. Se ne è parlato sul Hotel Domani:

SCAN
ME



Ad oggi la direttrice pienamente sviluppata è quella del brand **CX Campus & Hotel**, che rappresenta il fulcro operativo e identitario dell'attività¹.

L'offerta di CX Campus & Hotel **combina soluzioni abitative a medio-lungo termine** dedicate a studenti universitari (italiani e internazionali) con **formule di ospitalità flessibile** rivolte a giovani professionisti, ricercatori, visiting professor e clienti interessati a soggiorni di breve durata. Questo **modello ibrido** consente di ottimizzare l'utilizzo degli spazi, rispondere a esigenze differenziate e mantenere elevati livelli di occupazione durante l'intero anno.

Le sedi delle nostre strutture vengono individuate con cura, privilegiando città con atenei di prestigio, una popolazione studentesca superiore ai 15.000 iscritti e una forte attrattività per gli studenti internazionali.

Operiamo attraverso un modello organizzativo leggero e flessibile, con una **struttura centrale che svolge funzioni di indirizzo, coordinamento e controllo, affiancata da piccoli team locali** attraverso i quali manteniamo il presidio diretto delle funzioni "core" come front office, reservation e community nelle singole strutture. I servizi operativi accessori, invece, sono affidati a partner esterni selezionati sulla base di criteri di qualità, affidabilità e condivisione di standard operativi e di sostenibilità.

Per mantenere un **legame costante con la comunità dei nostri residenti**, ogni struttura ospita una figura di *"Community Ambassador"*, punto di riferimento di studenti e studentesse. Con l'obiettivo di favorire il dialogo interno e la connessione con il territorio circostante, il Community Ambassador programma mensilmente un calendario di attività indoor e outdoor. Arte, sport, sostenibilità, cultura e divertimento. Le iniziative, meglio presentate nei capitoli successivi, coprono ogni tipo di interesse.

La promozione e la comunicazione avvengono prevalentemente attraverso canali digitali come il sito web, social media, l'app interna e l'e-mail, strumenti che ci consentono un dialogo diretto e costante con clienti e stakeholder.



¹ A partire dall'esercizio 2025, il presente Bilancio di Sostenibilità viene redatto su base consolidata, includendo nel perimetro di rendicontazione le società controllate da CX Living. Fino allo scorso esercizio, il documento era riferito esclusivamente alla società operativa Campus X S.r.l..

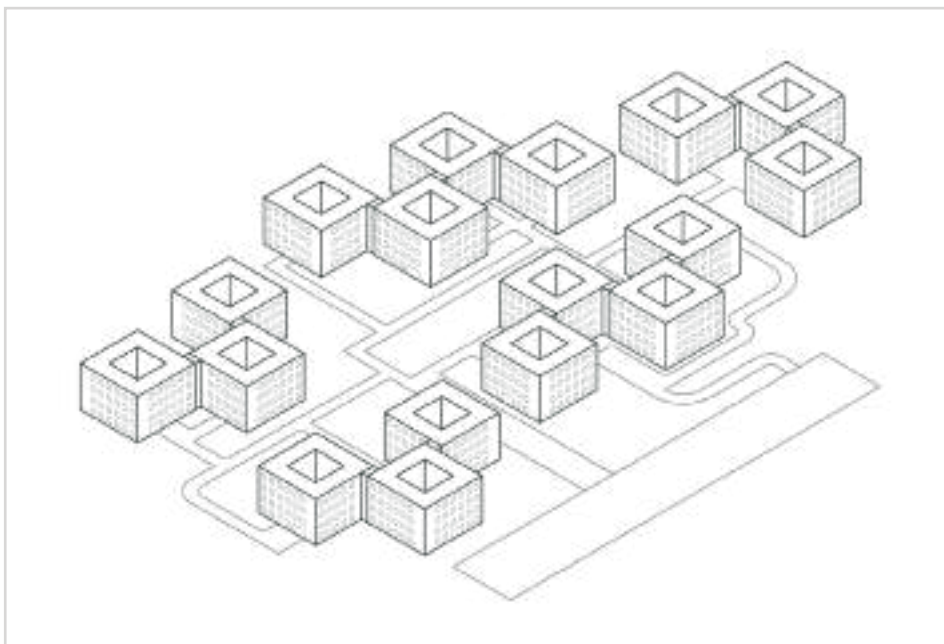
1.5 Le nostre sedi

▲ 1. Torino Marconi 372 posti letto 303 stanze 17.200 Mq	▲ 2. Torino Vanchiglia 287 posti letto 258 stanze 7.000 Mq	▲ 3. Milano Bicocca 597 posti letto 447 stanze 16.000 Mq	▲ 4. Milano Novate 1075 posti letto 928 stanze 27.000 Mq
▲ 5. Trieste Giulia 360 posti letto 317 stanze 11.000 Mq	▲ 6. Venezia Mestre 579 posti letto 284 stanze 14.500 Mq	▲ 7. Modena Crocetta 366 posti letto 313 stanze 14.500 Mq	▲ 8. Firenze Rifredi 228 posti letto 199 stanze 2.500 Mq
▲ 9. Roma Tor Vergata 1.437 posti letto 1.303 stanze 35.000 Mq	▲ 10. Napoli Centrale 541 posti letto 352 stanze 15.000 Mq	▲ 11. Chieti 456 posti letto 317 stanze 18.000 Mq	▲ 12. Bari 502 posti letto 318 stanze 22.000 Mq



● Città dove abbiamo
uno sviluppo in corso

Roma



Il campus più grande d'Italia, tra verde e comunità



Un grande parco di 15.000 mq, chiuso alle auto e attrezzato per sport e socialità, è il cuore verde di CX Rome | Tor Vergata, un campus unico nel suo genere a pochi passi dall'Università di Tor Vergata. Il complesso, composto da 17 palazzine, prende ispirazione dal modello dei campus americani, offrendo spazi per vivere, studiare e incontrarsi in una vera comunità. Inaugurato nel 2010, il progetto riutilizza edifici che un tempo ospitavano i nuotatori durante le Olimpiadi del 2009. Il campus è stato sviluppato con particolare attenzione a eco-sostenibilità e risparmio energetico: architetture essenziali, colori e materiali dialogano con la natura circostante, mentre soluzioni innovative come pannelli solari e fotovoltaici coprono gran parte dei consumi energetici.

1.303

Camere totali

1.437

Posti letto

35.000

Mq in gestione

93%

 Occupancy rate
nel 2025

+78

 Eventi organizzati
nel 2025

SPAZI COMUNI

Lounge

Reception

Bar/Ristorante

Area studio

Multimedia room

Meeting room

Auditorium

Coworking area

Play zone

Palestra

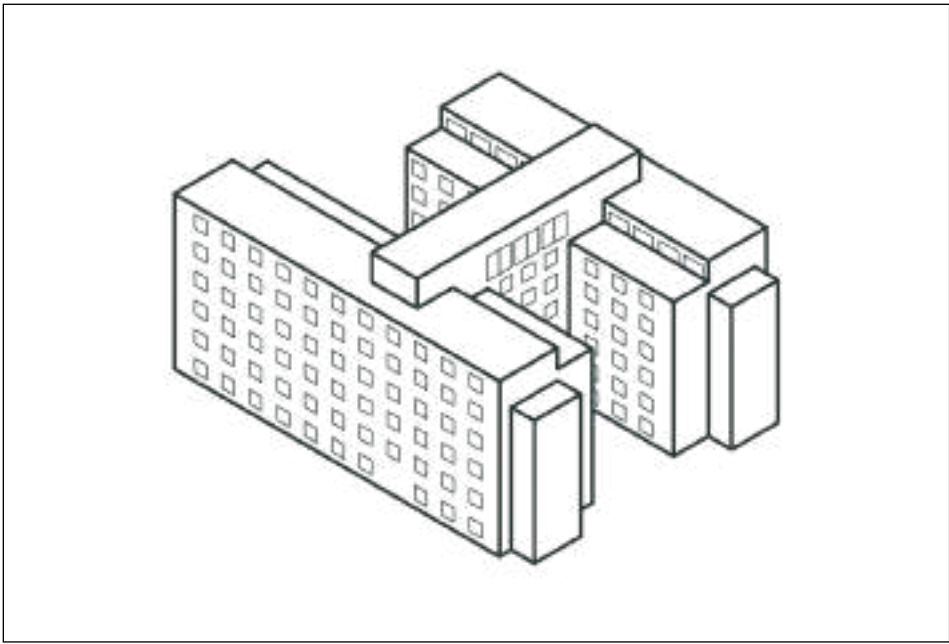
Paddle court

Football court

Fitness trial

Lavanderia

Parcheggio



Il tuo villaggio nel cuore della città

Immerso in un rigoglioso spazio verde, CX Bari si distingue come una realtà residenziale singolare nel panorama barese: un campus aperto a tutta la comunità accademica, pensato per chi cerca non solo un alloggio, ma un'esperienza completa. CX Bari coniuga comfort e innovazione: la struttura è progettata secondo rigorosi standard di eco-sostenibilità e risparmio energetico, per ridurre l'impatto ambientale pur garantendo servizi di alta qualità. La piscina semi-olimpionica da 25 metri a 6 corsie diventa il cuore dell'offerta sportiva: un luogo per rilassarsi, allenarsi, ritrovarsi.



318

Camere totali

502

Posti letto

22.000

Mq in gestione

98%

Occupancy rate nel 2025

+52

Eventi organizzati nel 2025

SPAZI COMUNI

Lounge

Reception

Bar/Ristorante

Area studio

Multimedia Room

Play zone

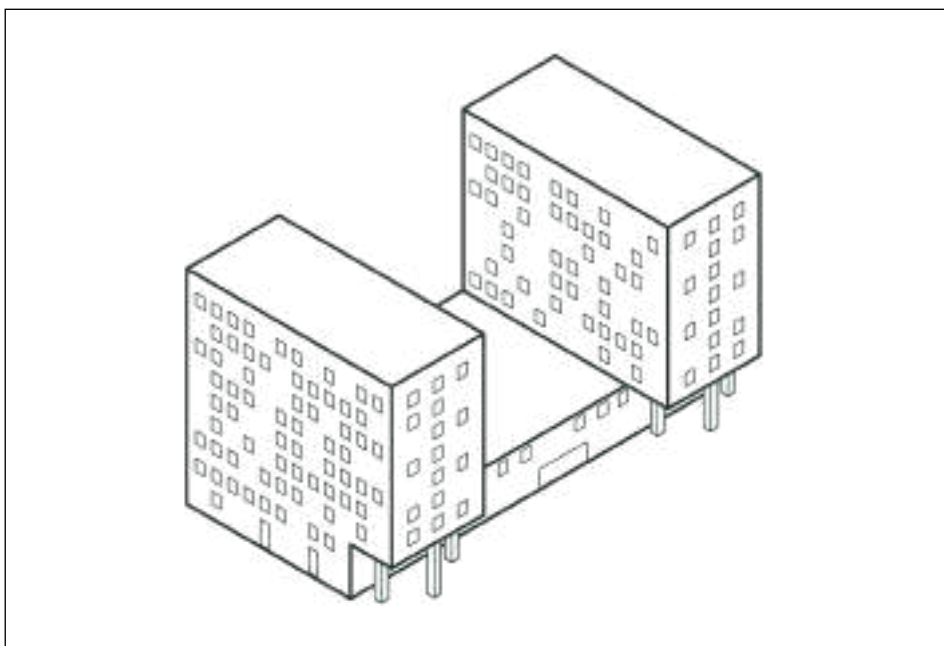
Palestra

Piscina

Lavanderia

Terrazza

Shuttle bus



La città universitaria immersa nella natura

Tra paesaggio naturale e contesto urbano, CX Chieti è pensato come un campus che unisce vita comunitaria e benessere, favorendo condivisione e collaborazione. Le sue camere sono una piccola città nella città: autonome, moderne e connesse all'Università G. D'Annunzio. Realizzato per la XVI edizione dei Giochi del Mediterraneo, il campus si distingue per le due torri di nove piani, rese iconiche dai colorati balconi e dalla piazza centrale che diventa il cuore della vita studentesca.



SPAZI COMUNI

Reception

Bar/Ristorante

Cucina condivisa

Eat area

Area studio

Multimedia room

Play zone

Palestra

Lavanderia

Parcheggio

317

Camere totali

456

Posti letto

18.000

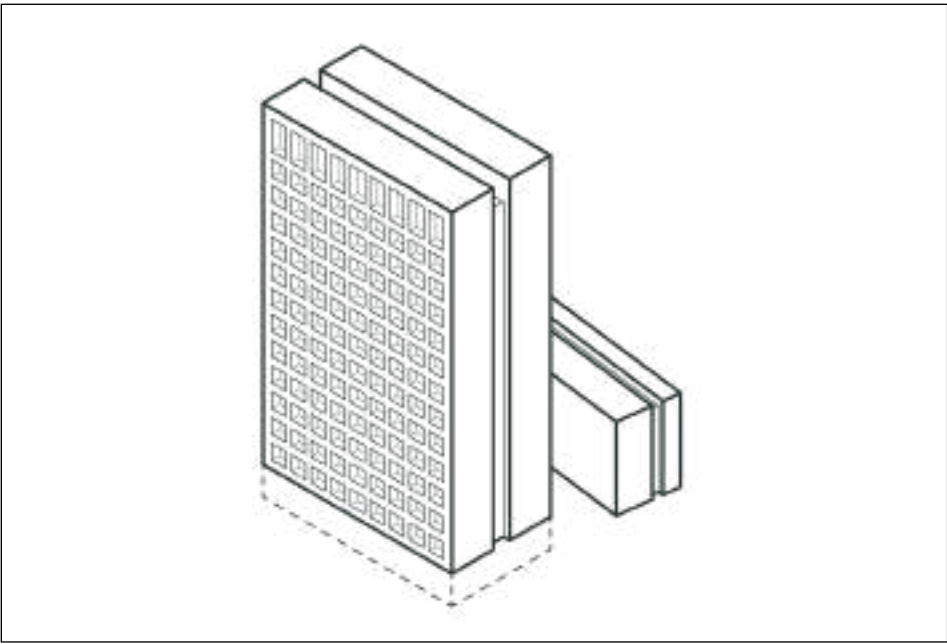
Mq in gestione

94%

Occupancy rate
nel 2025

+65

Eventi organizzati
nel 2025



Vivere il campus nel cuore della città universitaria



A pochi passi dalle Facoltà di Medicina e Ingegneria e collegato direttamente al centro storico, CX Florence | Rifredi è diventato un punto di riferimento per la vita studentesca fiorentina. Inaugurato nel 2019, il campus offre una ricca gamma di spazi e servizi pensati per favorire socialità, studio e benessere: palestra, lounge e caffetteria, rooftop panoramico, area play, zone studio e lavanderia. Il campus si distingue anche per la sua architettura iconica: una torre di 45 metri, tra gli edifici più alti di Firenze, che si affaccia con grandi finestre sul paesaggio circostante, dal Duomo alle colline verdi.

199

Camere totali

228

Posti letto

2.500

Mq in gestione

96%

Occupancy rate nel 2025

+61

Eventi organizzati nel 2025

SPAZI COMUNI

Reception

Cucina condivisa

Eat area

Aule studio

Play zone

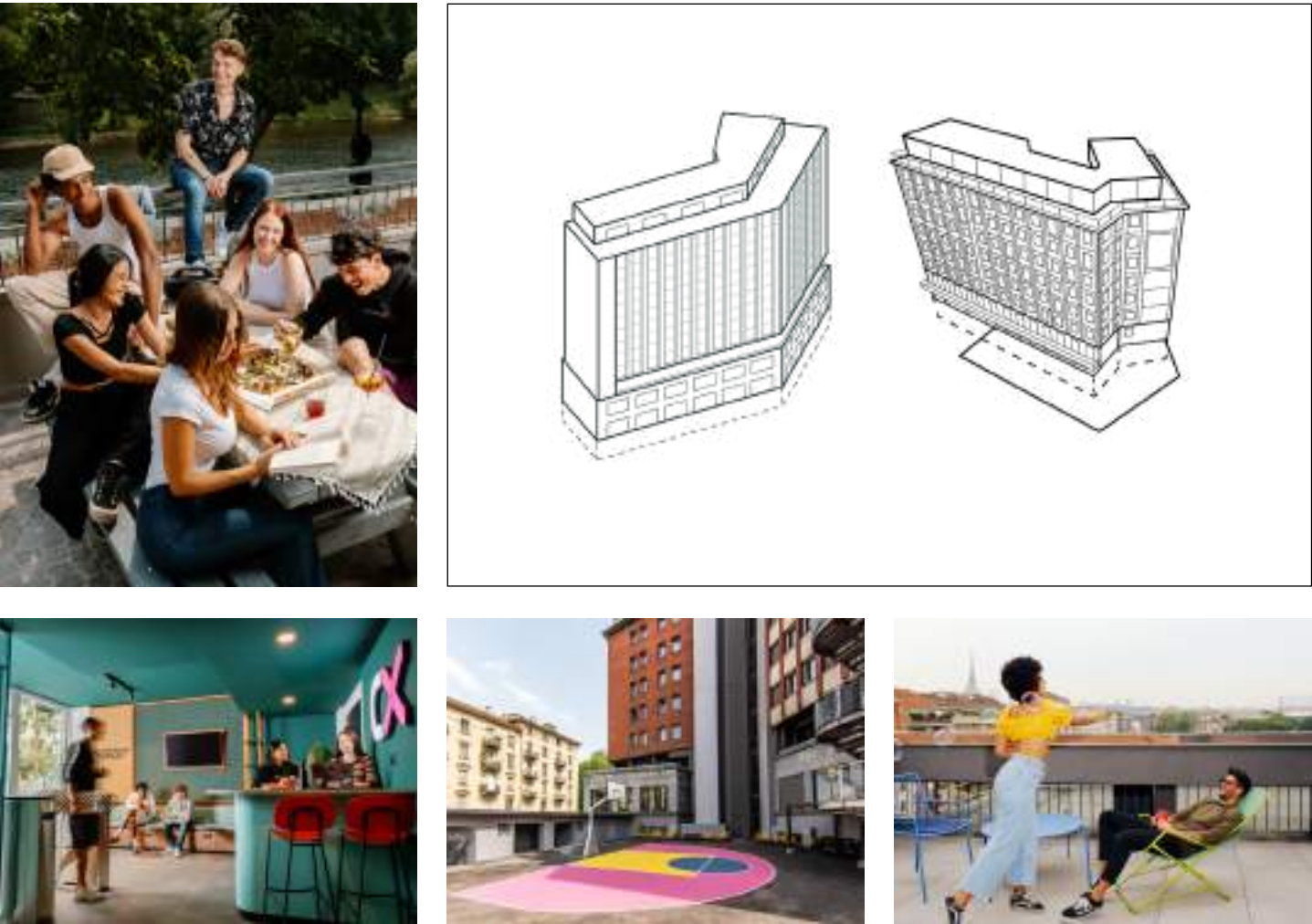
Palestra

Basketball court

Lavanderia

Terrazza

Parcheggio





Il nuovo modo di vivere la città

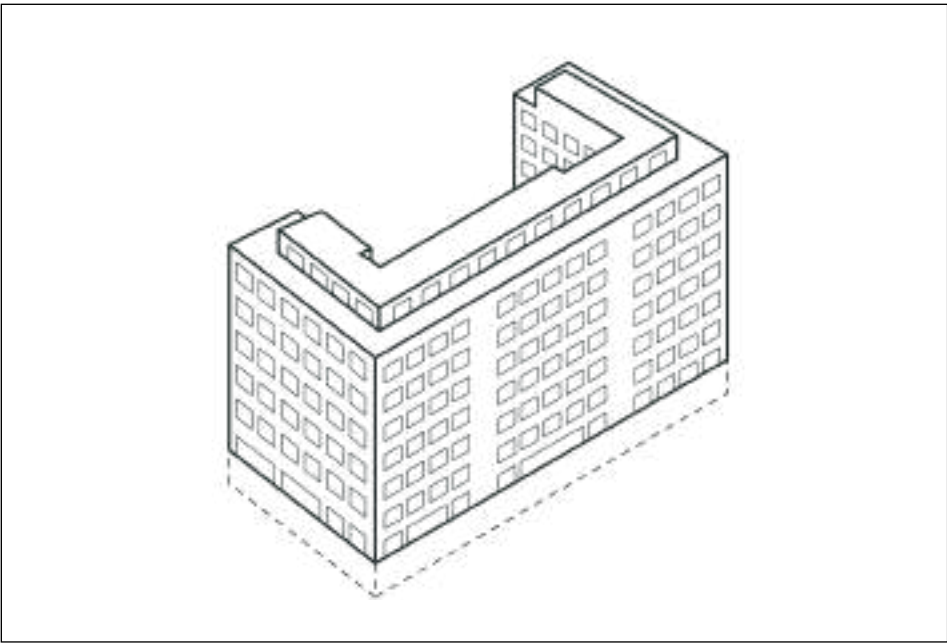


Nel cuore di Vanchiglia, a pochi passi dalla Mole Antonelliana, CX Turin | Vanchiglia nasce negli spazi della storica Casa Editrice Edizioni San Paolo, oggi trasformata in un campus aperto, dinamico e internazionale per studenti, viaggiatori e cittadini. La struttura si sviluppa in due cluster complementari: il primo, vivace e informale, accoglie una community eterogenea con spazi comuni dal design iconico e camere confortevoli e personalizzabili; il secondo, di fronte, è più riservato e dedicato agli studenti, con aree pensate per studio, sport e socialità, tra lounge, palestra, sala studio, play area e rooftop panoramico. Uniti da uno stile che combina colori, materiali e informalità, i due edifici danno vita a un ambiente stimolante e comunitario, dove vivere al meglio l'esperienza universitaria e la città.

258 Camere totali	287 Posti letto	7.000 Mq in gestione
90% Student occupancy rate nel 2025	78% Hotel occupancy rate nel 2025	+33 Eventi organizzati nel 2025

SPAZI COMUNI

- Reception
- Bar/Ristorante
- Aula studio
- Play zone
- Cucina condivisa
- Eat area
- Palestra
- Terrazza



 **Vivere il cuore
pulsante di Torino**



Nel vivace quartiere di San Salvario, CX Turin | Marconi sorge negli spazi che un tempo ospitavano un ufficio della Regione Piemonte. Oggi non è più un luogo istituzionale, ma un campus aperto e dinamico: una comunità globale dove studenti, giovani professionisti e viaggiatori da tutto il mondo si incontrano e condividono esperienze. La struttura offre tutti i comfort necessari per vivere meglio la città: aule studio e coworking, bar/ristorante, palestra, lavanderia e aree relax. Che tu voglia concentrarti sullo studio, socializzare o esplorare la vita culturale e notturna torinese, CX Turin | Marconi ti regala un'esperienza completa e immersiva.

303 Camere totali	372 Posti letto	17.200 Mq in gestione
96% Student occupancy rate nel 2025	80% Hotel occupancy rate nel 2025	+45 Eventi organizzati nel 2025

SPAZI COMUNI

Reception

Bar/Ristorante

Meeting &
Coworking area

Play zone

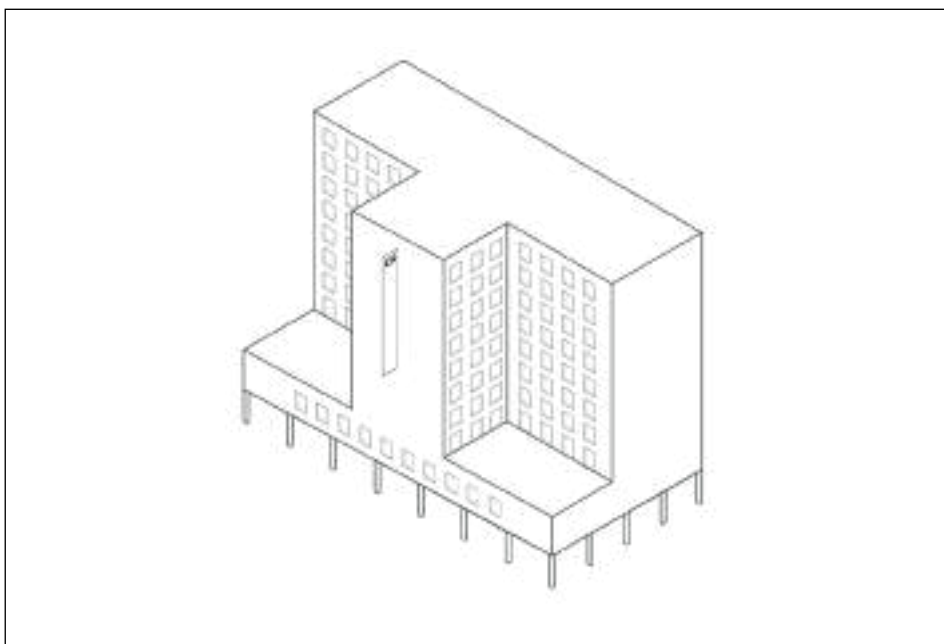
Cucina condivisa

Eat area

Palestra

Terrazza

Parcheggio



Il tuo campus e hotel tra città e laguna



A due passi da Venezia e perfettamente collegato al centro storico e ai principali istituti universitari, CX Venice | Mestre è molto più di un campus: è un luogo aperto a studenti, viaggiatori e professionisti da tutto il mondo. Con camere moderne e accoglienti, ampie aree comuni e spazi progettati per favorire studio, lavoro, relax e socialità, la struttura unisce comfort e design in un ambiente internazionale e dinamico. Inaugurato nel 2019, CX Venice | Mestre è già diventato un punto di riferimento: che tu sia qui per studiare, lavorare o esplorare Venezia, troverai sempre il mix perfetto di energia, community e ospitalità.

284

Camere totali

579

Posti letto

14.500

Mq in gestione

+43

 Eventi organizzati
nel 2025

SPAZI COMUNI

Reception

Bar/Ristorante

Study area

Lounge

Cucina condivisa

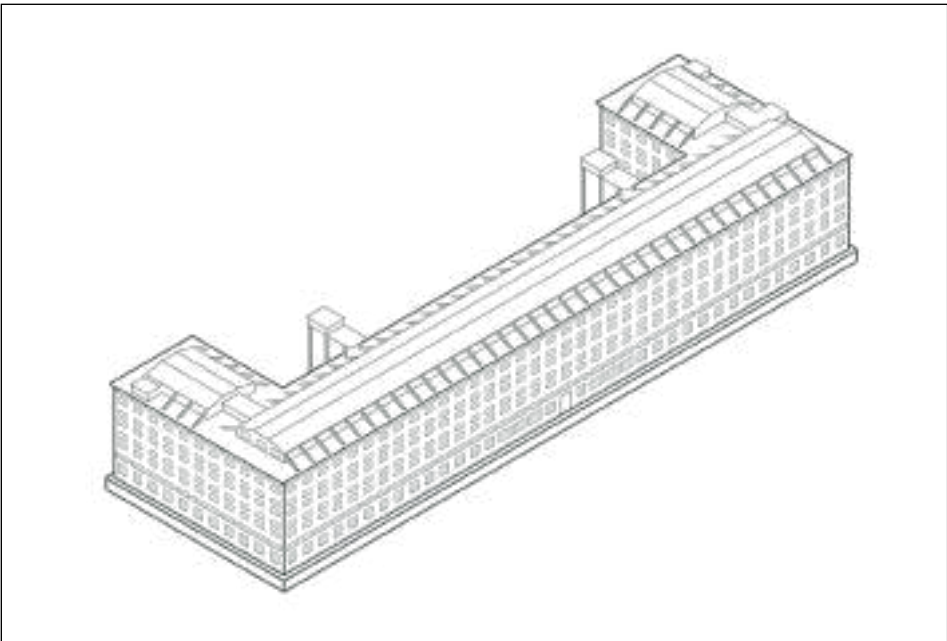
Eat area

Play zone

Palestra

Lavanderia

Parcheggio



Rigenerare lo spazio,
vivere il quartiere



Nel cuore del quartiere di Bicocca, oggi protagonista di un'intensa rigenerazione urbana, nasce CX Milan | Bicocca: uno spazio innovativo di student-housing e coliving, aperto sia agli ospiti che alla città.
La struttura, frutto della riconversione dell'Ex Manifattura, combina short e long stay, offrendo camere moderne, ampi spazi comuni e ambienti flessibili in grado di ospitare eventi culturali, attività di quartieri o momenti di condivisione.

447 Camere totali	597 Posti letto	16.000 Mq in gestione
88% Student occupancy rate nel 2025	81% Hotel occupancy rate nel 2025	+68 Eventi organizzati nel 2025

SPAZI COMUNI

Reception

Bar/Ristorante

Silent room

Study area

Lounge

Cucina condivisa

Eat area

Mice area

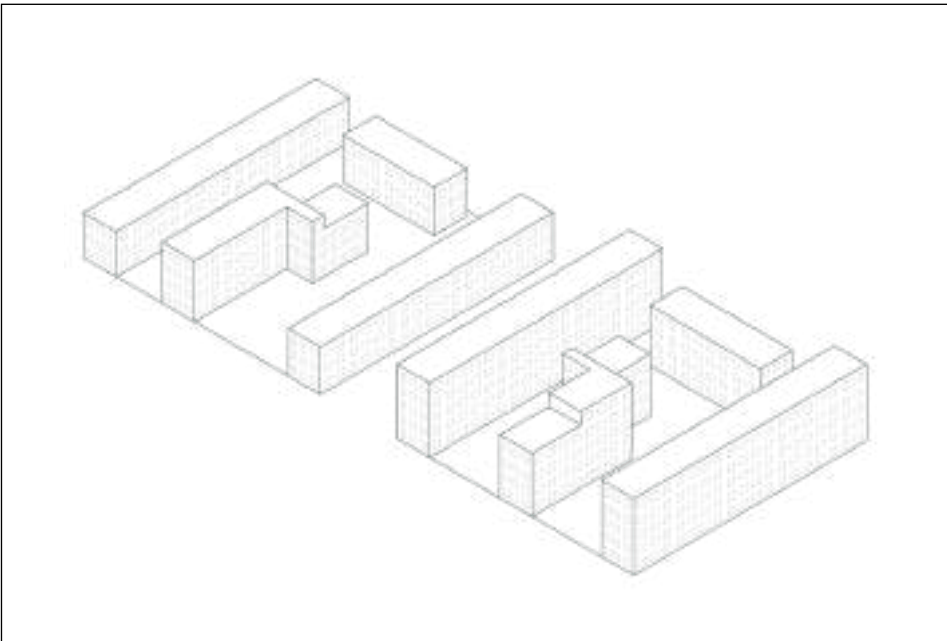
Palestra

Play area

Green Area

Lavanderia

Bike area



**Rigenerare lo spazio,
vivere la città**



CX Milan | NoM è il secondo campus più grande d'Italia, una struttura innovativa che trasforma un'area in forte sviluppo della città in un campus moderno e accogliente. Uno spazio dove studenti, giovani professionisti e viaggiatori possono studiare, incontrarsi e costruire nuove connessioni in un ambiente dinamico e stimolante. Con spazi comuni, aree sportive, piscina e zone verdi, il campus offre un equilibrio perfetto tra studio, socialità e relax. Strategicamente posizionato vicino alla stazione e facilmente raggiungibile, CX Milan | NoM è molto più di un campus: è un esempio di rigenerazione urbana dove sentirsi a casa e vivere la città a pieno.

928

Camere totali

1.075

Posti letto

27.000

Mq in gestione

80%

Student occupancy
rate nel 2025

71%

Hotel occupancy
rate nel 2025

+73

Eventi organizzati
nel 2025

SPAZI COMUNI

Reception

Bar/Ristorante

Aula studio

Play area

Lounge

Cucina condivisa

Eat area

Meeting room

Piscina & Solarium

Lobby

Palestra

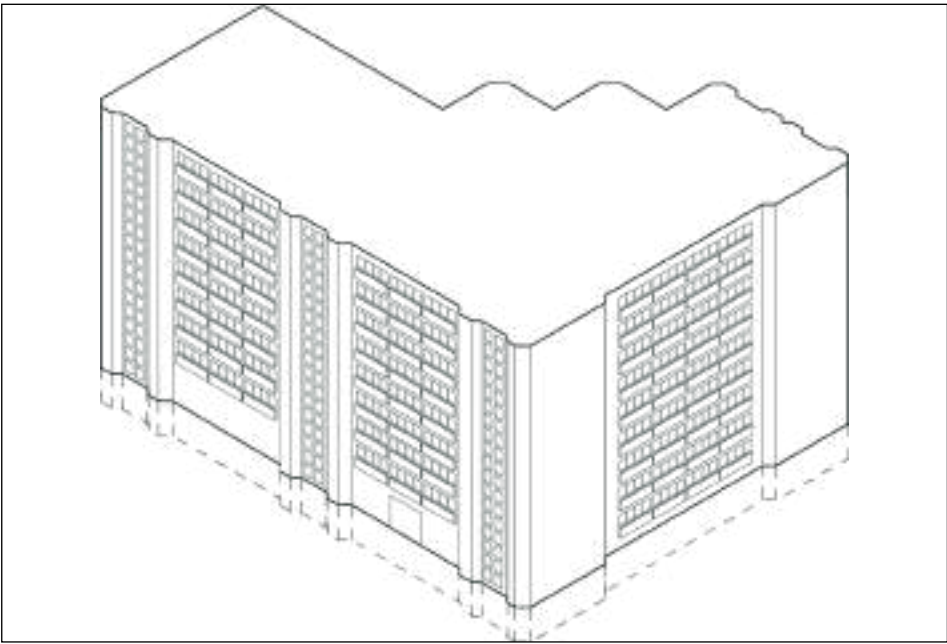
Volleyball &
Basketball court

BBQ area

Lavanderia

Courtyard

Parcheggio



Energia, community e nuove connessioni



Colorato, dinamico e internazionale: CX Trieste | Giulia è molto più di un campus, è un ambiente esplosivo dove studenti, smart worker e viaggiatori da tutto il mondo si incontrano per vivere esperienze uniche in una realtà stimolante e sempre in movimento. Situato nell'edificio riqualificato dell'ex Telecom, a pochi passi dal polo universitario e dal centro storico, il campus unisce design e funzionalità, offrendo spazi pensati per il long e short stay. Una torre di 9 piani che diventa melting pot creativo, capace di riflettere le due anime della città: il carattere brutalista del Novecento e l'iperdecorativismo dei suoi storici caffè.

317

Camere totali

360

Posti letto

11.000

Mq in gestione

96%

Student occupancy rate nel 2025

57%

Hotel occupancy rate nel 2025

+110

Eventi organizzati nel 2025

SPAZI COMUNI

Reception

Bar/Ristorante

Aula studio

Lounge

Meeting area

Coworking area

Cucina condivisa

Eat area

Play zone

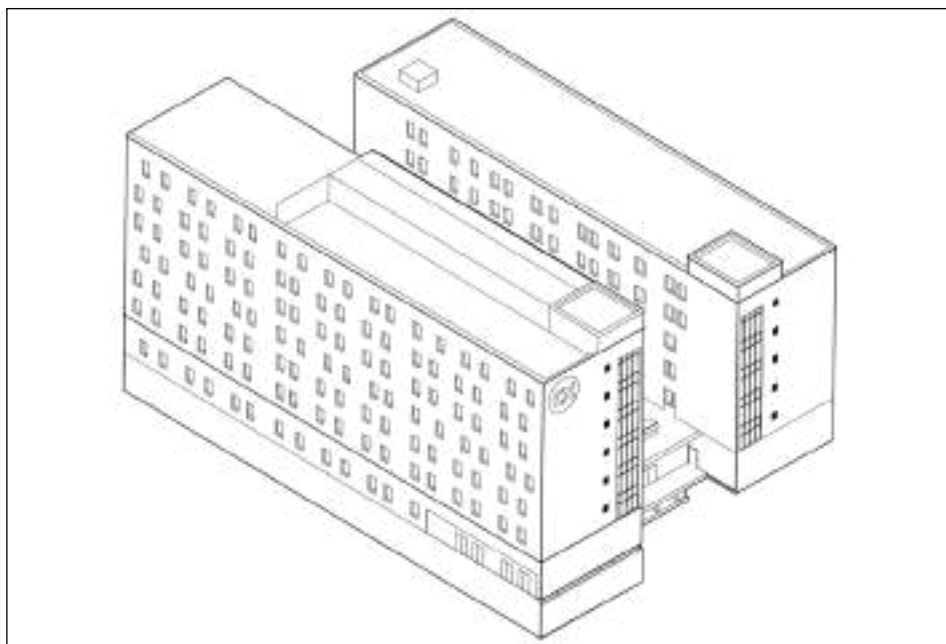
Meditation area

Palestra

Lavanderia

Terrazza

Parcheggio



Un nuovo spazio per crescere, connettersi e vivere la città



Nel cuore di Modena, nell'ex area Corni a Nord della Fascia Ferroviaria - un tempo polo industriale e oggi quartiere completamente riqualificato - nasce CX Modena | Crocetta, il nuovo punto di riferimento per studenti, smart worker e viaggiatori. Più di un semplice alloggio, è un campus moderno e accessibile, progettato per trasformare la quotidianità in un'esperienza di crescita e condivisione. Le due torri, con i loro spazi verdi e le aree comuni affacciate sul patio centrale, offrono ambienti ideali per studiare, rilassarsi e incontrare nuovi amici.

SPAZI COMUNI

Reception

Caffetteria

Aula studio

Lounge

Cucina condivisa

Eat area

Play zone

Multimedia room

Palestra

Lavanderia

Terrazza

Patio

313

Camere totali

366

Posti letto

12.400

Mq in gestione

60%

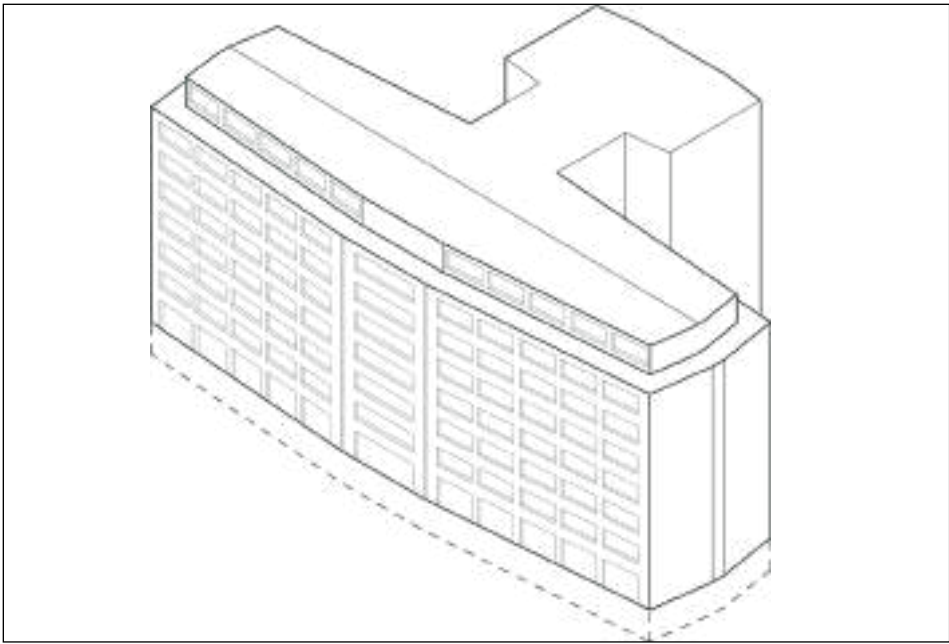
Student occupancy rate nel 2025

48%

Hotel occupancy rate nel 2025

+12

Eventi organizzati nel 2025



Vivere Napoli tra studio, socialità e design



A due passi dal centro storico e a pochi metri dall'Università Federico II, CX Naples | Centrale ridefinisce l'esperienza di vivere lontano da casa. L'edificio, un tempo sede dell'INPS, è oggi un esempio di hybrid hospitality, combinando soluzioni di long stay e short stay con spazi di coworking attrezzati e camere in stile ostello molto colorate. Il design mescola texture, materiali, contrasti e colori vibranti, creando un ambiente dinamico e versatile dove vivere, lavorare e socializzare.

352 Camere totali	541 Posti letto	15.000 Mq in gestione	152 Postazioni di coworking
69% Student occupancy rate nel 2025	38% Hotel occupancy rate nel 2025	+11 Eventi organizzati nel 2025	

SPAZI COMUNI

Reception

Bar/Ristorante

Aula studio

Lounge

Meeting area

Coworking area

Cucina condivisa

Eat area

Play zone

Party zone

Meditation area

Palestra

Lavanderia

Terrazza

Parcheggio



Ospitalità e community nel cuore della città eterna

A pochi passi dalla Basilica di San Pietro, CX Rome | San Pietro è una struttura innovativa che unisce comfort, design e socialità. Prima apertura della verticale Hotel & Living, pensato per viaggiatori e ospiti long stay, l'edificio offre spazi moderni e versatili, capaci di adattarsi a ogni esigenza: dal lavoro al relax, dalla scoperta della città ai momenti di condivisione. Firmato dallo studio Mario Cucinella Architects, il progetto interpreta l'ospitalità come esperienza contemporanea: camere accoglienti, aree comuni aperte e luminose, coworking, palestra e una terrazza panoramica che regala viste uniche sulla capitale.

300

Camere totali

393

Posti letto

11.000

Mq in gestione

370

Posti auto

4

Sale meeting

2

Sale MICE

SPAZI COMUNI

Reception

Lobby

Bistrot & Café

Fitness Studio

Cinema
& Meditation area

Flexible lounge area

Library

Chill area

Pantry

Laundry & Care

Terrace

1.6 La Fondazione eXperience

Nel 2016, su iniziativa di Campus X, nasce la Fondazione eXperience, un ente senza scopo di lucro con l'obiettivo di promuovere la mobilità studentesca e favorire l'accesso all'istruzione universitaria per giovani di tutto il mondo. La Fondazione si impegna nella diffusione della cultura scientifica e del sapere attraverso iniziative formative e di supporto alla crescita personale, culturale, professionale di universitari, dottorandi, ricercatori e docenti.

Accanto alle attività educative e sociali, la Fondazione opera direttamente anche nel settore delle residenze universitarie, gestendo sotto il brand CX Campus & Hotel la struttura di Chieti.

Nel corso degli anni il ruolo di Fondazione eXperience si è progressivamente evoluto: da promotrice di iniziative a supporto dell'esperienza accademica degli studenti a realtà attiva nello sviluppo di progetti di solidarietà sociale, sempre più connessi con il sistema universitario e con i territori in cui opera.

L'azione della Fondazione si fonda su una **visione** dell'esperienza universitaria fuori sede come momento di crescita, integrazione e apertura.

La sua **Identità** si declina in:

» una **Mission** chiara, articolata in tre obiettivi fondamentali:

- promuovere la mobilità studentesca a livello nazionale e internazionale;
- favorire l'integrazione e il dialogo tra gli studenti fuorisede;
- garantire l'accesso universitario a giovani provenienti da zone disagiate del mondo.

» dei **Valori** imprescindibili:

- diritto ad un'istruzione di qualità per chiunque;
- dialogo interculturale come strumento di crescita e confronto;
- solidarietà internazionale per favorire pari opportunità educative.

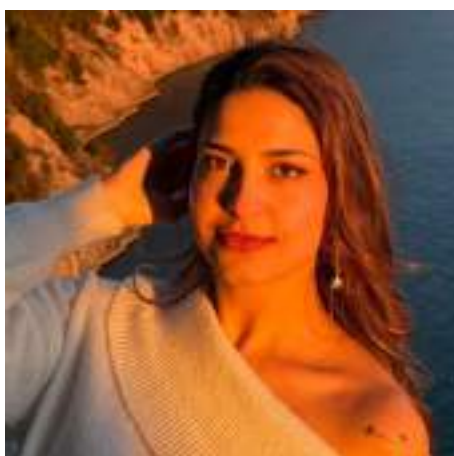
» un **Target** coerente, costituito da giovani di età compresa tra 18 e 27 anni.

La Fondazione, dunque, sviluppa interventi articolati su più ambiti. Tra questi, il sostegno economico a studenti e studentesse in condizioni di fragilità, attraverso l'erogazione di borse di studio a copertura delle principali spese universitarie, tra cui vitto, alloggio e costi accademici. Parallelamente, promuove l'inserimento nel sistema universitario italiano di giovani provenienti da contesti in cui il diritto allo studio non è pienamente garantito, contribuendo a creare opportunità concrete di inclusione e mobilità. È inoltre attiva nella diffusione di buone pratiche legate alla sostenibilità ambientale, attraverso progetti che coinvolgono studenti, istituzioni, imprese ed enti del Terzo Settore, con l'obiettivo di sensibilizzare le nuove generazioni sui temi ambientali e sul loro ruolo come futuri decisori. Allo stesso tempo, promuove iniziative culturali e sportive, riconoscendone il valore come strumenti di aggregazione, integrazione e sviluppo personale.



L'approccio operativo adottato da Fondazione eXperience fa leva sulla sua capacità di attivare e mettere in relazione una pluralità di soggetti (università, istituzioni, imprese, enti non profit) coinvolgendoli in progetti partecipati e combinando la condivisione di obiettivi di sostenibilità con un approccio manageriale.

Per maggiori informazioni sull'attività della Fondazione si rimanda al sito: www.fondazione-experience.com



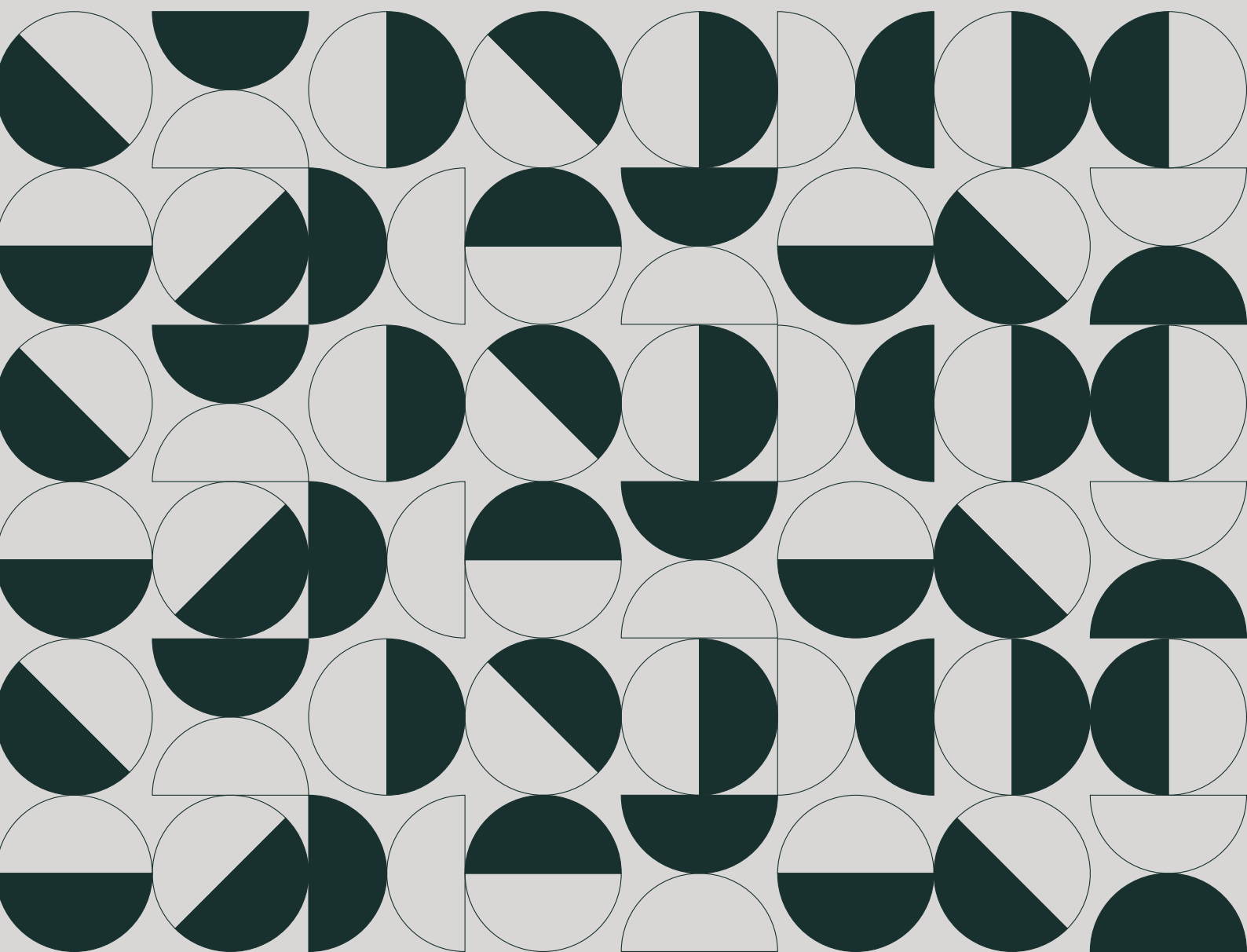
INTERVISTA

Saadet Alkan

"Vivere in CX è stata la mia migliore esperienza di alloggio all'estero. Il personale è sempre molto cordiale e l'ambiente è accogliente e ospitale. Ci sono molti eventi che **riuniscono persone con interessi simili, il che rende facile trovare amici che sono sulla stessa lunghezza d'onda.** La cosa che apprezzo di più di CX è l'attenzione posta verso i residenti internazionali: tutti gli eventi si svolgono in inglese, quindi mi sento sempre pienamente inclusa. Nel complesso, CX ha reso la mia vita all'estero più semplice, divertente, sicura e serena."

2.

CX LIVING e la sostenibilità



Negli ultimi anni,
CX Living ha rafforzato il suo impegno nei
confronti della sostenibilità, mostrando
un crescente interesse verso iniziative che
riflettono i valori del suo manifesto sostenibile.

Questo impegno si è concretizzato attraverso
una strategia articolata
su tre principali direttrici.

**I. Tutela e rispetto
dell'ambiente**

Ci impegniamo attivamente a preservare l'ecosistema, adottando pratiche mirate alla riduzione del nostro impatto ambientale. Ciò include l'impiego di risorse rinnovabili, quando possibile, la collaborazione con fornitori che rispettano elevati standard sostenibili e l'adozione di soluzioni tecnologiche gestionali e organizzative volte alla salvaguardia ambientale. Inoltre, adottiamo un approccio digitale nella definizione dei nostri processi aziendali, al fine di minimizzare l'impatto sul contesto in cui operiamo.

**II. Equità, inclusione
e responsabilità sociale**

Poniamo le persone al centro del nostro progetto, impegnandoci per il loro benessere e la loro salute. Crediamo fermamente nell'importanza di garantire pari opportunità e nel promuovere lo sviluppo professionale a lungo termine dei nostri collaboratori, considerandolo fondamentale per la creazione di valore sostenibile. Il valore generato per le persone e per gli azionisti viene condiviso anche con gli altri stakeholder, contribuendo direttamente allo sviluppo economico, sociale e culturale delle comunità in cui operiamo, oltre che trasferito all'interno della community dei nostri residenti ed ospiti.

III. Governance aziendale

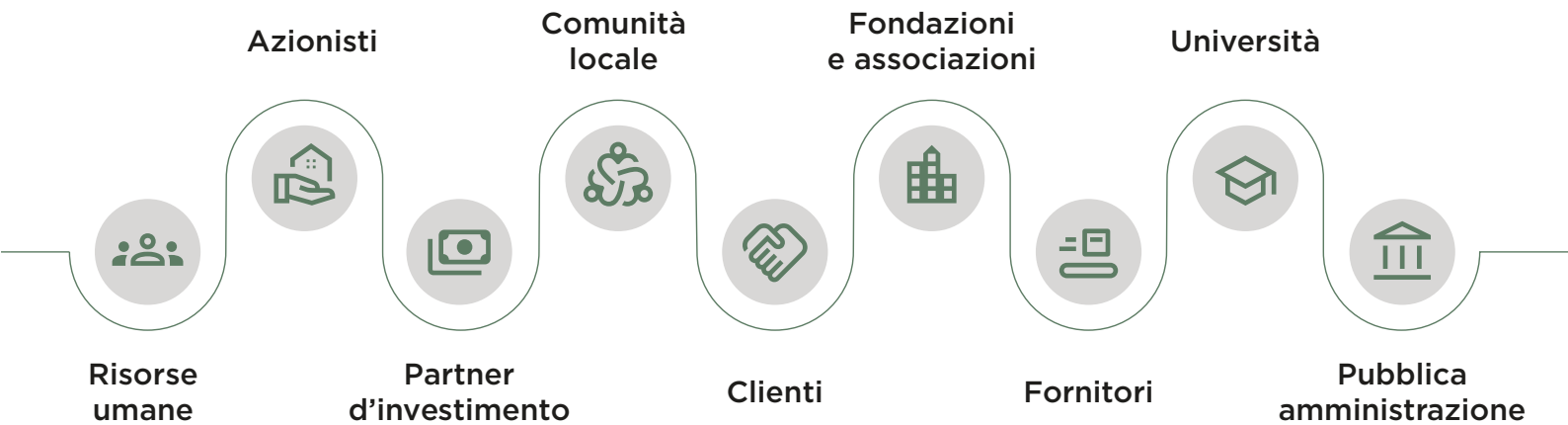
Adottiamo un modello organizzativo e di governance improntato su valori imprescindibili come responsabilità, etica, integrità e trasparenza, promuovendo l'inclusione a tutti i livelli. Questo approccio rappresenta la risposta al mutamento del settore dell'ospitalità, dove si è acquisita una consapevolezza crescente dell'importanza fondamentale della sostenibilità nel fronteggiare le sfide ambientali e sociali. CX Living si impegna, quindi, non solo a garantire un'eccellenza nei servizi offerti, ma anche a promuovere un impatto positivo e duraturo sulle comunità e sull'ambiente circostante.

2.1 Stakeholder engagement

Dal 2022, anno in cui abbiamo pubblicato il nostro primo Report di Sostenibilità, come Campus X abbiamo continuato a occuparci del monitoraggio delle nostre performance ESG e dell'integrazione della sostenibilità nella strategia aziendale². La pubblicazione del primo Report ha rappresentato un'importante opportunità per avviare un canale di dialogo strutturato con i nostri stakeholder, rafforzando la fiducia reciproca con dipendenti, clienti e soggetti pubblici o privati che interagiscono quotidianamente con la Società o le cui azioni possono avere un impatto significativo sulla nostra capacità di fare impresa.

La **mappatura degli stakeholder**, inizialmente realizzata nel 2022, è stata confermata anche per il presente esercizio, in quanto continua a riflettere in modo adeguato le categorie di interlocutori più rilevanti per la nostra realtà, alla luce delle caratteristiche del settore in cui operiamo. Tale impostazione risulta coerente anche nel contesto dell'evoluzione societaria che ha portato alla costituzione di **CX Living**, fondata nella seconda metà del 2025: la nuova struttura **non ha infatti determinato cambiamenti sostanziali** nella natura delle relazioni con gli stakeholder né nel processo di engagement, considerando che il ramo dell'ospitalità, già sviluppato sotto Campus X continua a rappresentare il principale ambito di attività e di interazione con i portatori di interesse.

Di seguito, sono descritti in dettaglio i principali stakeholder di riferimento, con l'obiettivo di fornire una panoramica completa delle relazioni chiave che caratterizzano l'ambiente operativo di CX Living.



² Per dettagli si rinvia al paragrafo "Il Piano di sostenibilità di CX Living".

Cat. stakeholder	Descrizione
Clienti	I clienti attuali sono principalmente studenti, ma anche professionisti, viaggiatori e persone in mobilità, accomunati dal bisogno di trovare nelle strutture CX non solo un alloggio, ma un ambiente accogliente e Clienti inclusivo. Con tutti loro manteniamo un confronto costante e aperto, accogliendo con interesse suggerimenti e feedback per continuare a migliorare i servizi erogati e per creare contesti in grado di facilitare la mobilità, studentesca e non solo.
Risorse umane	Il nostro è un team giovane appassionato e coeso, con una forte componente femminile in tutti i reparti. Oggi i dipendenti sono 151, alcuni dei quali ex residenti delle strutture CX o provenienti dal percorso di Talent Program.
Azionisti	Perseguiamo gli interessi dei nostri azionisti in una logica di creazione di valore duraturo, nel rispetto degli interessi di tutti gli stakeholder con cui il Gruppo si relaziona.
Partner d'investimento	Lavoriamo per valorizzare gli immobili di chi ha fiducia in noi: fondi immobiliari, fondi di investimento italiani ed internazionali, società di gestione del risparmio (SGR) e società di sviluppo immobiliare, di progettazione e design.
Comunità locale	Le nostre strutture sono collocate sia in aree centrali che in contesti più periferici delle città. Questo ci porta ad avere continue interazioni con le istituzioni locali e con i residenti di zona, che beneficiano della contaminazione culturale con gli studenti e, più in generale, con la comunità che anima le nostre residenze.
Fornitori	Tendiamo a trasformare i nostri rapporti commerciali in partnership di lungo periodo, costruite sulla condivisione di valori etici e di sostenibilità. Nel tempo abbiamo consolidato relazioni stabili con fornitori di servizi che supportano sia le attività di sviluppo (es. studi di progettazione, design e consulenza legale) sia quelle di gestione operativa (es. servizi di ristorazione, pulizie, manutenzione, vigilanza, etc.).
Pubblica amministrazione	La nostra attività ci porta a interagire con un ampio spettro di istituzioni pubbliche, a livello nazionale, regionale e locale. Con tutte intratteniamo rapporti improntati al rispetto dell'interesse comune e delle normative vigenti, in coerenza con i valori etici e di correttezza amministrativa che guidano il nostro operato.
Università	Le Università sono tra i nostri principali interlocutori. Con esse stringiamo convenzioni volte a facilitare l'accoglienza degli studenti fuorisede e a sviluppare collaborazioni per la promozione degli atenei, contribuendo alla competitività del sistema accademico nazionale attraverso un'offerta ricettiva di alta qualità, capace di attrarre studenti da tutto il mondo.
Associazioni e fondazioni	Il nostro impegno per la sostenibilità trova espressione anche nella Fondazione eXperience, la cui creazione è stata promossa da Campus X nel 2016. Questa fondazione sviluppa progetti nei campi sociale, ambientale e della solidarietà internazionale, anche in collaborazione con altri soggetti del Terzo Settore e con istituzioni pubbliche e private. Le sue iniziative filantropiche non si rivolgono alla sola Community CX, ma si aprono a una platea più ampia di beneficiari.

Siamo fermamente convinti che un dialogo aperto e costante con i nostri stakeholder, basato sulla condivisione dei nostri valori fondamentali, sia essenziale per costruire un confronto strutturato e costruttivo. Questo scambio continuo di informazioni ci consente di operare con maggiore trasparenza ed efficacia, rispondendo in modo sempre più puntuale alle aspettative dei nostri interlocutori.

In questa prospettiva, nel 2023 abbiamo condotto un'attività strutturata di engagement che ha coinvolto le principali categorie di stakeholder di Campus X (azionisti, management, dipendenti clienti e business partner) attraverso la somministrazione di una **survey**. L'obiettivo era misurare il livello di priorità percepito rispetto ai temi di sostenibilità, fornendo così un input alla costruzione della Matrice di Materialità di CX Living³.

Alla luce della solidità e dell'attualità dell'analisi condotta nel 2023, nonché dell'assenza di cambiamenti rilevanti nel modello di business e nelle relazioni con gli stakeholder – anche in seguito alla costituzione di CX Living – nel 2025 non si è ritenuto necessario procedere con una nuova indagine strutturata. Il dialogo con i nostri portatori di interesse resta tuttavia una priorità e continua ad essere coltivato attraverso canali di comunicazione continuativi e momenti di confronto diretto.

Di seguito sono elencate le categorie di stakeholder con cui intratteniamo una relazione costante, e le modalità con cui interagiamo con ciascuna di esse.

Categoria stakeholder	Tipologia stakeholder	Modalità di coinvolgimento
Azionisti	Interni	Focus Group
Management	Interni	Focus Group
Dipendenti	Interni	Survey
Clienti	Esterni	Survey Social Network Mailing Eventi Community
Business Partners (Fornitori; Partner finanziari; Università; Partner tecnici)	Esterni	Interviste individuali Social Network Mailing Progetti condivisi Focus Group

³ Per dettagli si rimanda al paragrafo “Matrice di materialità”.

2.2 Analisi di materialità

Come già descritto nel precedente paragrafo, vista la mancanza di variazioni significative nel business e l'accurata analisi effettuata nel 2023, nel 2024 sono stati confermati i temi materiali precedentemente emersi come più significativi. L'analisi di materialità del 2023 infatti, è stata realizzata secondo la prospettiva dell'impatto in conformità alla metodologia prevista dagli standard 2021 della Global Reporting Initiative, ed ha previsto la realizzazione delle seguenti attività:

1. **revisione dei temi di sostenibilità** identificati lo scorso anno attraverso un'attività di screening dei principali framework di rendicontazione, tra cui il *Global Reporting Initiative Standards* e il *SASB (Sustainability Accounting Reporting Standard)*, e di benchmarking con altre aziende nazionali ed estere, comparabili per business e dimensione. In questa fase è stato coinvolto il Gruppo di Lavoro interno e sono state somministrate delle interviste a partner di business dell'organizzazione;
2. **definizione delle priorità** che ha coinvolto più funzioni aziendali e i principali stakeholder di CX Living, tramite una survey online. Questa fase ha restituito un quadro completo circa la priorità assegnata dai portatori di interesse a ciascun tema di sostenibilità, rappresentato all'interno della Matrice di Materialità;
3. **validazione dei risultati** del processo di materiality analysis da parte della governance di CX Living. Questa fase rappresenta il momento in cui i risultati emersi dal confronto con gli stakeholder, e riportati nella Matrice di Materialità, sono stati convalidati, con la conseguente identificazione delle informative GRI da rendicontare.

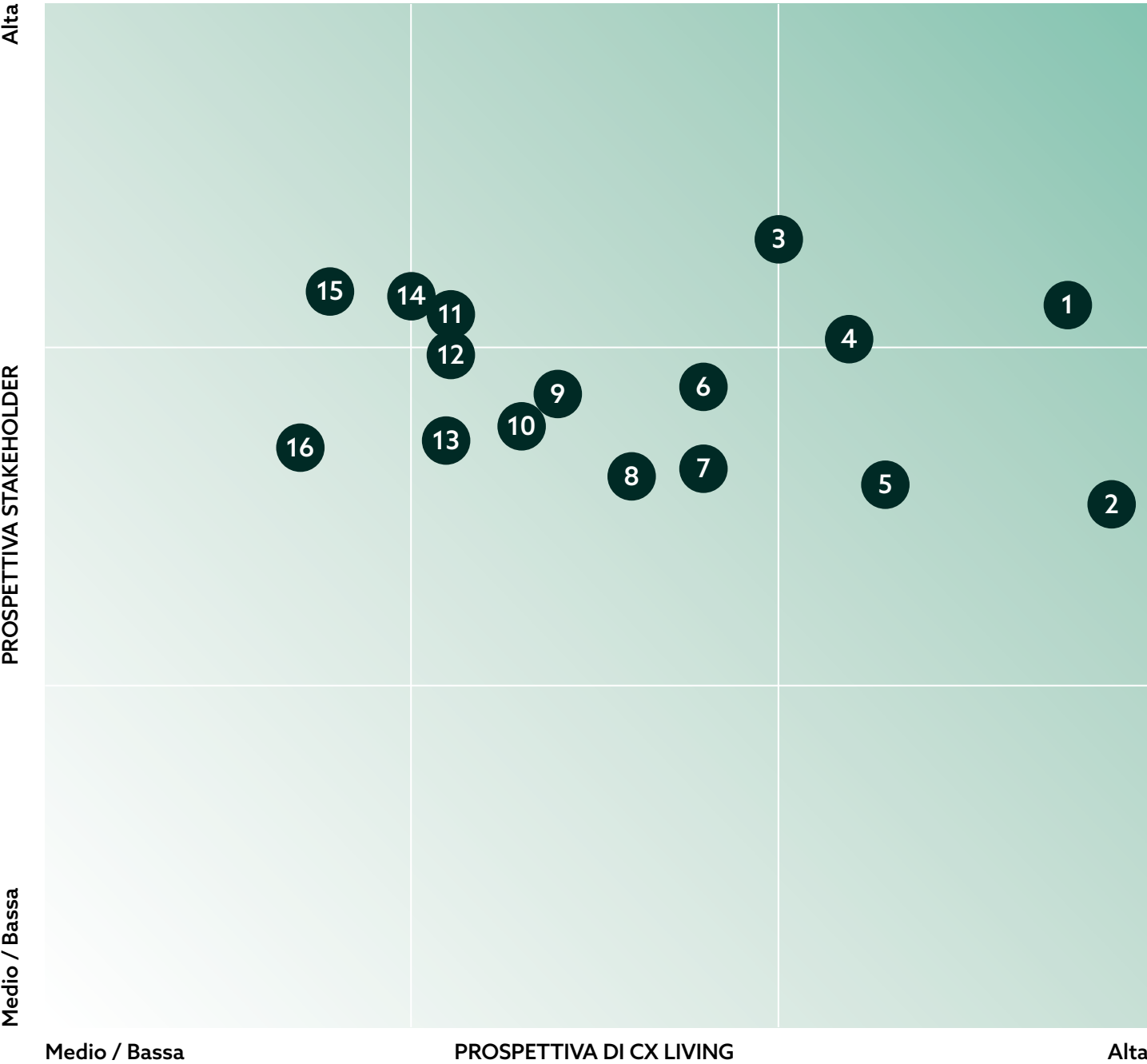
Le attività sopra elencate sono state realizzate da CX Living con il supporto metodologico di Grant Thornton Consultant S.r.l., società internazionale riconosciuta nel settore della consulenza su tematiche di Sostenibilità.



2.2.1 Matrice di materialità

La Matrice di materialità di seguito riportata fornisce una rappresentazione dei temi di sostenibilità più significativi, in grado di incidere sulla capacità dell'organizzazione di creare e mantenere nel tempo un valore condiviso, sia per sé stessa (prospettiva di CX Living, asse orizzontale) che per i propri stakeholder (prospettiva Stakeholder, asse verticale).

Dalla Matrice si evince che i temi considerati prioritari per la sostenibilità di CX Living sono: "Inclusione e accessibilità", "Customer experience" e "Efficientamento energetico".



Legenda:

- | | | |
|---|---|---|
| 1. Inclusione e accessibilità | 7. Performance economica | 13. Occupazione e gestione delle risorse umane |
| 2. Customer Experience | 8. Salute e benessere | 14. Comunicazione trasparente |
| 3. Efficientamento energetico | 9. Acqua | 15. Gestione sostenibile dei rifiuti |
| 4. Rapporti con gli istituti universitari | 10. Sostenibilità nella catena di fornitura | 16. Digitalizzazione dei servizi e processi aziendali |
| 5. Attenzione agli sprechi | 11. Certificazioni ESG | |
| 6. Diversità e pari opportunità | 12. Sviluppo della community | |

I temi materiali per la sostenibilità di CX Living trovano una rendicontazione puntuale ed esaustiva all'interno delle diverse sezioni del presente Report di Sostenibilità.

Nella seguente tabella sono riepilogati tutti i temi considerati nella valutazione di materialità, ciascuno correlato agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) con esso coerenti e alle corrispondenti informative GRI rendicontate nel Report. A prescindere dalla valutazione di materialità, infatti, per quelle tematiche la cui rendicontazione secondo i GRI avrebbe richiesto la disclosure su dati monitorati e dunque già nella disponibilità di CX Living, si è voluto ugualmente riportare le informazioni relative nel presente Report.

Nr.	Tema materiale	Dimensione	Descrizione	Informative GRI	SDGs
1	Inclusione e accessibilità	Sociale	Impegno, anche attraverso la realizzazione di iniziative con partners pubblici e privati, nel favorire l'inclusione la non discriminazione degli studenti universitari e l'accessibilità nelle nostre strutture.	Non specificato	 
2	Customer Experience	Sociale	Impegno profuso nei confronti dei nostri clienti per la creazione di una comunità di CXers e garantire esperienze memorabili.	413-1, 413-2	
3	Efficientamento energetico	Ambientale	Promozione e adozione di tecnologie e pratiche che possano contribuire alla riduzione del consumo energetico.	302-1, 302-4	
4	Rapporti con gli istituti universitari	Sociale	Instaurazione di solidi rapporti con le Università e con le Agenzie per il Diritto allo Studio Universitario, interlocutori fondamentali nello svolgimento delle nostre attività.	Non specificato	
5	Attenzione agli sprechi	Ambientale	Riduzione degli sprechi, soprattutto di quelli alimentari, all'interno dei nostri campus.	Non specificato	
6	Diversità e pari opportunità	Sociale	Capacità di instaurare un ambiente di lavoro inclusivo, che valorizzi le diversità e dia pari opportunità a tutti coloro che fanno parte dell'organizzazione.	405-1, 405-2	  
7	Performance economica	Governance	Capacità di raggiungere e mantenere una solidità economico-finanziaria tale da garantire la distribuzione del valore economico a tutti gli stakeholder (azionisti, personale, territorio, ecc..).	201-1	
8	Salute e benessere	Sociale	Impegno nell'implementazione di soluzioni che tutelino la salute e il benessere dei nostri dipendenti e clienti.	403-1, 403-9	 
9	Acqua	Ambientale	Promozione dell'importanza di una corretta gestione dell'acqua e adozione di pratiche e tecnologie volte a garantire un utilizzo efficiente della risorsa idrica.	303-1, 303-5	

Nr.	Tema materiale	Dimensione	Descrizione	Informative GRI	SDGs
10	Sostenibilità nella catena di fornitura	Governance	Valutazione, selezione e gestione dei fornitori in base a criteri di sostenibilità.	Non specificato	
11	Certificazioni ESG	Governance	Ottenimento di certificazioni per migliorare la gestione sostenibile, l'immagine e l'affidabilità di CX Living.	Non specificato	
12	Sviluppo della community	Sociale	Valore dato alla creazione e alla crescita di una solida comunità di CXers.	Non specificato	
13	Occupazione e gestione delle risorse umane	Sociale	Crescita delle persone che lavorano in CX Living, anche attraverso percorsi di formazione e di coaching finalizzati a massimizzarne il talento e le aspirazioni di tutti.	401-1, 404-1, 404-3	
14	Comunicazione trasparente	Governance	Impegno nell'utilizzare una comunicazione coerente, trasparente e in linea con i nostri valori aziendali.	2-16, 2-26	
15	Gestione sostenibile dei rifiuti	Ambientale	Riduzione dei rifiuti prodotti, iniziative di sensibilizzazione per gli ospiti e collaborazione con le aziende per un migliore smaltimento dei rifiuti.	Non specificato	
16	Digitalizzazione dei servizi e processi aziendali	Governance	Implementazione di strumenti e di tecnologie digitali finalizzate al miglioramento del servizio ai clienti, della qualità e l'efficienza del lavoro.	Non specificato	



2.3 Il piano di sostenibilità di CX Living

L'evoluzione globale del contesto economico, geopolitico, ambientale e sociale rende sempre più necessario intraprendere percorsi strutturati di transizione verso modelli di sviluppo sostenibile. Istituzioni, società civile e imprese stanno progressivamente convergendo verso un impegno condiviso per la tutela del pianeta e delle persone che lo abitano⁴. In questo quadro, gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite rappresentano una roadmap di riferimento, sottolineando la necessità di integrare in modo sempre più consapevole la gestione degli impatti, dei rischi e delle opportunità legate alla sostenibilità. In un panorama in continua evoluzione, fattori quali l'incremento della mobilità studentesca, la diversificazione della popolazione universitaria e l'attenzione verso le tecnologie avanzate stanno ridefinendo profondamente il settore dello **student housing**. Il tradizionale concetto di alloggio per studenti sta progressivamente lasciando spazio a **soluzioni più innovative e sostenibili**, per rispondere alle aspettative di una generazione sempre più attenta e consapevole. In questo scenario, con le imprese sempre più orientate all'integrazione della dimensione ESG (Ambientale, Sociale e di Governance) nei propri modelli di business, CX Living ha intrapreso un percorso basato su un costante dialogo con gli stakeholder interni ed esterni. Utilizzando il percorso dell'analisi di materialità, l'Azienda ha individuato le **priorità strategiche** al fine di orientare la definizione degli obiettivi ambientali, sociali, economici e di governance. Il Report di Sostenibilità del 2023 ha dunque costituito in passato l'occasione per presentare il **Piano di Sostenibilità aziendale**, con l'obiettivo di condividere la direzione intrapresa dall'azienda per realizzare i suoi **Obiettivi di Sostenibilità fino al 2028**, attraverso progetti e iniziative misurabili a breve, medio e lungo termine. Nel corso del 2025, a seguito dell'evoluzione societaria che ha portato alla costituzione di CX Living S.r.l. quale capogruppo, il perimetro di rendicontazione e di indirizzo strategico si è ampliato. In questo nuovo assetto, il Piano di Sostenibilità originariamente sviluppato da Campus X continua a rappresentare il riferimento strategico per le attività legate allo student housing, ed è oggi **pienamente condiviso e integrato nella visione più ampia del Gruppo CX Living**. Il Piano è fondato su tre Pillar chiave: Tutela e rispetto dell'ambiente, Equità, inclusione e responsabilità sociale, Governance aziendale, ciascuno dei quali si articola in filoni o macroaree di azione a sua volta collegati a specifiche aree d'intervento. Per ogni area sono stati definiti uno o più obiettivi da perseguire tra il 2025 e il 2028, a cui sono stati associati i relativi SDGs e i temi materiali di riferimento⁵.

⁴ Dal lancio dell'iniziativa UN Global Compact nel 2000, cui hanno aderito oltre 10.000 aziende e 3.000 firmatari non commerciali con sede in oltre 160 paesi e 68 reti locali, la necessità di un impegno congiunto globale tra governi, società civile e aziende per la sostenibilità è stato reso evidente.

⁵ Per dettagli si rinvia alla tabella riepilogativa presentata al termine del presente capitolo.

I Pillar

Tutela e rispetto dell'ambiente



Efficientamento energetico



Acqua



Attenzione agli sprechi



Gestione sostenibile dei rifiuti

II Pillar

Equità, inclusione e responsabilità sociale



Rapporti con gli istituti universitari



Occupazione e gestione delle risorse umane



Customer experience



Inclusione e accessibilità



Diversità e pari opportunità



Salute e benessere



Sviluppo della community

III Pillar

Governance aziendale



Sostenibilità nella catena di fornitura



Certificazioni ESG



Performance economica



Comunicazione trasparente



Digitalizzazione dei servizi e processi aziendali

I Pillar

Impegno volto a ridurre l'impatto ambientale delle operazioni aziendali, promuovendo la gestione sostenibile delle risorse naturali, la riduzione delle emissioni di carbonio, e l'adozione di politiche e pratiche che tutelano l'ambiente.

II Pillar

Garanzia di un accesso equo alle strutture per gli studenti e promozione di un ambiente di lavoro che favorisca la diversità, l'uguaglianza e le pari opportunità, la formazione continua e il benessere dei dipendenti, contribuendo così a una cultura aziendale inclusiva e responsabile.

III Pillar

Adozione di politiche aziendali etiche, trasparenti e sostenibili e promozione di una leadership responsabile e dell'equità decisionale per assicurare che l'azienda operi nel rispetto dei valori etici e degli obiettivi di sostenibilità.

La roadmap che ha consentito lo sviluppo del presente piano si è articolata in cinque fasi:

1 Analisi dell'ambiente interno ed esterno (PESTLE)

Mediante l'approccio PESTLE, abbiamo ottenuto una visione completa dei fattori che influenzano o potrebbero influenzare le operazioni aziendali. Questo strumento prende in considerazione le dimensioni ambientali, politiche, economiche, sociali, tecnologiche e legali, identificando opportunità e minacce rilevanti. In concomitanza all'analisi PESTLE, è stata realizzata anche l'analisi dei fattori interni dell'organizzazione, creando le basi per lo sviluppo della Matrice SWOT.

2 Analisi SWOT

In base all'analisi dei fattori di scenario acquisiti, sono stati individuati i punti di forza e di debolezza di CX Living, con l'obiettivo di mettere in evidenza le risorse e le competenze dell'azienda. L'identificazione delle opportunità e delle minacce ha inoltre permesso di individuare le dinamiche esterne che possono essere sfruttate dall'azienda o che potrebbero condizionarne negativamente l'attività.

3 Analisi di materialità

Attraverso il coinvolgimento degli stakeholder, è stata condotta un'analisi che ha identificato e validato i temi materiali dell'azienda. Questo processo ha consentito la convalida dell'elenco dei temi materiali, cioè delle questioni chiave su cui intervenire per migliorare il contributo dell'azienda alla sostenibilità.

4 Identificazione dei Pillar di sostenibilità

Attraverso una fase verticale di approfondimento degli scenari, sono state individuate tre direttrici prioritarie, o l'impegno per lo sviluppo sostenibile:

- Tutela e rispetto dell'Ambiente;
- Equità, Inclusione e Responsabilità Sociale;
- Gestione Aziendale.

5 Realizzazione dei tavoli di lavoro e definizione delle aree d'intervento e degli obiettivi

Al fine di tradurre la strategia in azioni concrete, sono stati organizzati tavoli di lavoro con la partecipazione del management e i responsabili di area. Questi tavoli hanno avuto lo scopo di definire, in maniera condivisa, le linee d'intervento necessarie al raggiungimento degli obiettivi identificati, garantendo un approccio sinergico e la massima efficienza nell'implementazione delle iniziative di sostenibilità di CX Living.

A due anni dalla sua presentazione, il Piano continua a rappresentare la base della strategia ESG, e siamo in grado di fornire informazioni circa lo stato di avanzamento di ciascun obiettivo, come evidenziato nella tabella a seguire. Nel 2025 infatti, nell'ambito del processo di sanity check della strategia di sostenibilità, è stata effettuata un'attività interna di stakeholder engagement il cui tavolo di lavoro ha visto rappresentate al suo interno tutte le strutture aziendali sia centrali che operative.

Tutela e rispetto dell'ambiente

Filone	Aree d'intervento	Obiettivi	Avanzamento	Target	SDGs	Tema materiale
Resources management	Consumo energetico	Ottimizzazione dei consumi energetici da 5.070 kWh annui per camera disponibile a 4.865 kWh annui per camera disponibile	52%	2026		Efficientamento energetico
		Perfezionamento della combinazione energetica (fossile 40%, rinnovabile 60%)	30%	2028		Efficientamento energetico
	Consumo idrico	Riduzione dei consumi idrici da 63m³ annui per camera disponibile a 60m³ annui per camera disponibile	45%	2026		Acqua
	Raccolta differenziata	Miglioramento strumenti/ procedure per corretto smaltimento rifiuti	42%	2026		Gestione sostenibile dei rifiuti
		Potenziamento informazione e sensibilizzazione residenti	85%	2025		Gestione sostenibile dei rifiuti

Equità, inclusione e responsabilità sociale

Filone	Aree d'intervento	Obiettivi	Avanzamento	Target	SDGs	Tema materiale
Facilitazione accesso allo studio	Erogazione borse di studio	10 borse di studio erogate all'anno	91%	2026		Inclusione e accessibilità
Senso di appartenenza alla Community CX e al territorio	Progetti ESG e di impatto sul territorio	Misurazione qualitativa (partecipazione e gradimento progetti)	74%	2026		Sviluppo della community
	Progetti legati al benessere psico-fisico degli ospiti	Misurazione qualitativa (partecipazione e gradimento progetti)	65%	2026		Salute e benessere

Gestione aziendale

Filone	Aree d'intervento	Obiettivi	Avanzamento	Target	SDGs	Tema materiale
Fornitori e prodotti	Creazione lista criteri ESG minimi per fornitori (requisiti di collaborazione) e forniture (requisiti qualitativi dei prodotti)	Implementazione scorecard di valutazione fornitore/forniture	75%	2025		Sostenibilità nella catena di fornitura
		Perfezionamento dei criteri stabiliti e introduzione nuovi criteri	30%	2028		Sostenibilità nella catena di fornitura
Certificazioni	Ottenimento certificazioni ESG	91.000 mq certificati secondo i principali standard di sostenibilità	30%	2028		Certificazioni ESG
Personale	Mantenimento bilanciamento in termini di diversity (age, gender)	Misurazione quantitativa	93%	2025		Diversità e pari opportunità
	Benessere dei dipendenti	Misurazione quali-quantitativa (es. focus group, survey)	97%	2025	 	Salute e benessere





È un luogo fisico ma anche
un modo di vedere il mondo.

Un modo di sentirsi a casa
anche lontano da casa.

**Un modo che definiamo
semplicemente Connecting
Experiences.**

Un modo non solo di vivere
ma di **sentirsi vivi.**

Un modo di essere se stessi
pur riscoprendosi sempre nuovi.



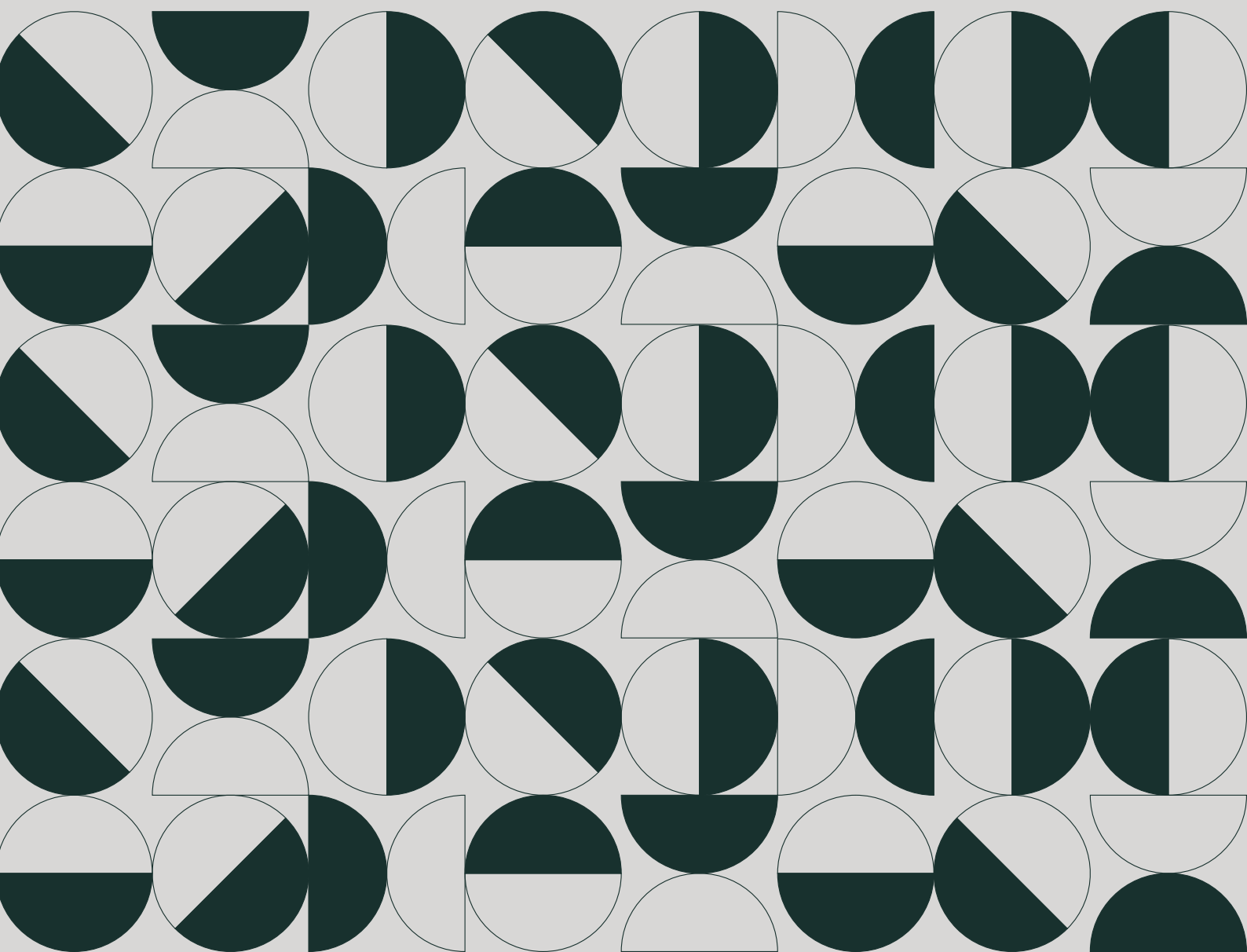
 INTERVISTA

Giovanna Carlone

“In questi quasi due anni al Campus ho trovato un **ambiente internazionale e comunitario** che rispecchia l’idea di esperienza universitaria che cercavo: un contesto multiculturale in cui l’incontro tra persone con storie e provenienze è naturale e quotidiano. Questo crea **inclusione, apertura e un forte senso di appartenenza**: ci si sente parte di una comunità e non semplici “ospiti” di una struttura. Gli spazi e i servizi sono pensati su misura per lo studente: aule studio e ambienti comuni aiutano a trovare un equilibrio tra impegni e tempo per sé e contribuiscono al benessere anche nei periodi più intensi. Le attività proposte - dallo sport alle iniziative sociali, fino alle esperienze fuori città - non sono solo intrattenimento, ma **occasioni reali per costruire relazioni, sviluppare competenze trasversali e crescere come persone**. Con il tempo ho capito che, qui, la sostenibilità passa anche da queste piccole cose: sentirsi accolti, potersi confrontare con gli altri, vivere una quotidianità fatta di gesti semplici - un saluto in reception, due chiacchiere in ascensore - che riducono la solitudine e rendono l’esperienza più umana.”

3.

Equità, inclusione e responsabilità sociale



3.1 Le risorse umane

La valorizzazione delle risorse umane rappresenta uno dei nostri obiettivi più importanti. Per perseguirlo, promuoviamo lo sviluppo delle persone attraverso percorsi formativi individuali o di gruppo, favoriamo la crescita interna per offrire a tutti il massimo delle opportunità di sviluppo professionale ed economico e crediamo nel sano equilibrio tra vita lavorativa ed esigenze personali. È un approccio, questo, che ci consente di alimentare un clima interno positivo e, al tempo stesso, mantenere elevati standard qualitativi e produttivi in tutte le nostre strutture. In coerenza con l'evoluzione dell'assetto societario descritta nei paragrafi introduttivi, nel presente capitolo riportiamo i dati relativi alle risorse umane facendo riferimento a CX Living come perimetro di rendicontazione, evidenziando al suo interno la componente riconducibile alla sola CX Campus & Hotel. Tale modalità ci permette, da un lato, di offrire una lettura puntuale dell'organico di CX Living e, dall'altro, di garantire la piena comparabilità dei dati lungo l'intero triennio.

Al 31 dicembre 2025 l'organico aziendale riconducibile a CX Living è costituito da un totale di 151 persone, di cui 138 nell'organico specifico di CX Campus & Hotel, in crescita rispetto alle 107 risorse presenti nel 2024 e alle 87 del 2023. Complessivamente, nel triennio 2023-2025 si è registrato un aumento dell'organico di CX Campus & Hotel pari a circa il 74%, trainato dall'apertura dei nuovi campus e dal progressivo consolidamento ed evoluzione delle strutture organizzative centrali.

Tipo di contratto	2025			2024			2023		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
FULL TIME									
CX Living	92	58	150	0	0	0	0	0	0
di cui Campus X	83	54	137	65	40	105	52	34	86
PART TIME									
CX Living	1	0	1	0	0	0	0	0	0
di cui Campus X	1	0	1	2	0	2	1	0	1
TOTALE									
CX Living	93	58	151	0	0	0	0	0	0
di cui Campus X	84	54	138	67	40	107	53	34	87

Tipo di contratto	2025			2024			2023		
	Head Office	CX Strutture	Totale	Head Office	CX Strutture	Totale	Head Office	CX Strutture	Totale
FULL TIME									
CX Living	61	89	150	0	0	0	0	0	0
di cui Campus X	60	77	137	49	56	105	43	43	86
PART TIME									
CX Living	1	0	1	0	0	0	0	0	0
di cui Campus X	1	0	1	1	1	2	1	0	1
TOTALE									
CX Living	62	89	151	0	0	0	0	0	0
di cui Campus X	61	77	138	50	57	107	44	43	87

Tutto il personale non dirigente è assunto secondo il rapporto previsto dal Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro (CCNL) Turismo. La grande maggioranza dei dipendenti ha un contratto full time (99%) e a tempo indeterminato (97%), una configurazione che si mantiene omogenea sia in CX Campus & Hotel sia in CX Living.

Durata contratto	2025			2024			2023		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
TEMPO INDETERMINATO									
CX Living	91	55	146	0	0	0	0	0	0
di cui Campus X	82	51	133	63	38	101	42	26	68
TEMPO DETERMINATO									
CX Living	2	3	5	0	0	0	0	0	0
di cui Campus X	2	3	5	4	2	6	11	8	19
TOTALE									
CX Living	93	58	151	0	0	0	0	0	0
di cui Campus X	84	54	138	67	40	107	53	34	87

Durata contratto	2025			2024			2023		
	Head Office	CX Strutture	Totale	Head Office	CX Strutture	Totale	Head Office	CX Strutture	Totale
TEMPO INDETERMINATO									
CX Living	61	85	146	0	0	0	0	0	0
di cui Campus X	60	73	133	50	51	101	41	27	68
TEMPO DETERMINATO									
CX Living	1	4	5	0	0	0	0	0	0
di cui Campus X	1	4	5	0	6	6	3	16	19
TOTALE									
CX Living	62	89	151	0	0	0	0	0	0
di cui Campus X	61	77	138	50	57	107	44	43	87

All'interno di questo quadro di crescita, un elemento su cui soffermarsi riguarda la dinamica degli ingressi e delle uscite di personale. L'analisi del turnover si concentra sul perimetro operativo di CX Campus & Hotel in continuità con gli esercizi precedenti, così da leggere in modo puntuale l'andamento del personale nelle nostre strutture.

Durante il periodo di rendicontazione, sono state registrate 16 cessazioni di rapporto di lavoro e 43 nuove assunzioni, di cui 23 donne e 20 uomini. Il tasso di turnover complessivo⁶ è pari al 48%, in diminuzione di 30 punti percentuali rispetto al 78% del 2024. Il turnover positivo è pari al 40%⁷, mentre il dato del turnover negativo è al 15%⁸, a conferma di una dinamica recente caratterizzata da nuovi ingressi più che da uscite.

Anche nel 2025 la quota più significativa delle nuove assunzioni si concentra nella fascia under 30.

⁶ Il tasso di turnover complessivo è calcolato come il rapporto tra la somma delle nuove assunzioni e delle cessazioni nel periodo di riferimento e l'organico medio del periodo, moltiplicato per 100. L'organico medio è stato calcolato come la media tra i dipendenti al 31/12/2024 e quelli al 31/12/2025.

⁷ Il tasso di turnover positivo è calcolato come il rapporto tra le nuove assunzioni nel periodo di riferimento e l'organico aziendale all'inizio del periodo, moltiplicato per 100.

⁸ Il tasso di turnover negativo è calcolato come il rapporto tra le cessazioni di lavoro nel periodo di riferimento e l'organico aziendale all'inizio del periodo, moltiplicato per 100.



Turnover per genere	2025			2024			2023		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
NUOVE ASSUNZIONI									
CX Living	25	21	46	0	0	0	0	0	0
di cui Campus X	23	20	43	32	19	51	19	19	38
CESSAZIONI									
CX Living	11	7	18	0	0	0	0	0	0
di cui Campus X	9	7	16	16	9	25	6	6	12
DIFFERENZA									
CX Living	14	14	28	0	0	0	0	0	0
di cui Campus X	14	13	27	16	10	26	13	13	26

Turnover per fasce d'eta	2025				2024				2023			
	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
NUOVE ASSUNZIONI												
CX Living	23	21	2	46	0	0	0	0	0	0	0	0
di cui Campus X	20	21	2	43	33	18	0	51	24	130	1	38
CESSAZIONI												
CX Living	9	7	2	18	0	0	0	0	0	0	0	0
di cui Campus X	8	6	2	16	10	14	1	25	10	2	0	12
DIFFERENZA												
CX Living	14	14	0	28	0	0	0	0	0	0	0	0
di cui Campus X	12	15	0	27	23	4	-1	26	14	11	1	26

La tabella sottostante mostra, con maggior dettaglio, come sono stati ripartiti i nuovi assunti tra le allocazioni organizzative di Head Office e CX Campus & Hotel. Nel 2025 la maggior parte degli inserimenti continua a concentrarsi nelle strutture operative (CX Campus & Hotel), a supporto dell'apertura dei nuovi campus e del rafforzamento dei servizi offerti nelle residenze esistenti, mentre l'Head Office cresce in modo più selettivo per presidiare le funzioni centrali.

Turnover per tipologia di struttura	2025			2024			2023		
	Head Office	CX Strutture	Totale	Head Office	CX Strutture	Totale	Head Office	CX Strutture	Totale
NUOVE ASSUNZIONI									
CX Living	13	33	46	0	0	0	0	0	0
di cui Campus X	13	30	43	12	39	51	16	22	38
CESSAZIONI									
CX Living	4	14	18	0	0	0	0	0	0
di cui Campus X	4	12	16	7	18	25	0	12	12
DIFFERENZA									
CX Living	9	19	28	0	0	0	0	0	0
di cui Campus X	9	18	27	5	21	26	16	10	26



Accanto al personale dipendente, il raggiungimento di elevati livelli di performance qualitativa è reso possibile anche grazie al contributo ricevuto dai 281⁹ lavoratori non dipendenti (contractors). Come di seguito illustrato, essi sono impiegati in diverse attività di servizio all'interno delle nostre strutture di tutta Italia e svolgono un ruolo fondamentale nel garantire il regolare funzionamento dei campus e la qualità dell'esperienza offerta agli studenti.

Tipologia di impiego	Totale
Manutenzione	31
Housekeeping	93
Food & Beverage	58
Vigilanza	45
Community	15
Verde e derattizzazione	18
Lavanderia	8
Vending Machine	13

Parallelamente allo sviluppo dell'organico, nel 2025 abbiamo continuato a rafforzare il nostro sistema di gestione per obiettivi attraverso il modello MbO (Management by Objectives), strumento essenziale per allineare la strategia aziendale al contributo individuale.

Coerentemente con quanto fatto negli anni precedenti, nel corso dell'anno sono state assegnate schede obiettivi MbO a 44 dipendenti, con una struttura che, secondo una logica di goal cascading, prevede un obiettivo comune connesso all'andamento economico-finanziario dell'azienda e un set di tre obiettivi di direzione/individuali articolati secondo quattro diverse direttrici:

1. Efficienza operativa/Funzionale;
2. Sviluppo del business;
3. Sostenibilità;
4. Corporate Identity.

Si tratta di un sistema che incentiva il coinvolgimento attivo del personale rispetto ad una visione di crescita condivisa, tenendo in considerazione non solo le performance economiche ma anche quelle di sostenibilità.

⁹ Il numero di lavoratori riportato è stato calcolato facendo una media del periodo considerato (2025).

All'interno di CX Living ci impegniamo quotidianamente ad applicare e diffondere, tra tutti i nostri collaboratori, una cultura della sicurezza, promuovendo e verificando comportamenti responsabili nel rispetto della normativa vigente. I nostri dipendenti vengono formati e costantemente aggiornati sulle evoluzioni normative, come previsto dal D.Lgs. 81/08. Inoltre, ai preposti viene erogata una specifica formazione relativa ai propri compiti e responsabilità nella gestione della sicurezza.

Come previsto dal piano di sorveglianza sanitaria, al momento dell'assunzione la società sottopone tutti i dipendenti ad un programma di visite di idoneità cui seguono nel tempo le visite mediche periodiche. A sua volta, il Piano di Welfare adottato e di cui si dirà meglio nel paragrafo dedicato, può essere utilizzato dai dipendenti anche per prestazioni mediche e previdenza complementare.

La Società si è dotata di un Documento di Valutazione dei Rischi (DVR) per mappare i rischi presenti sul luogo di lavoro e le misure adeguate a prevenirli. Ogni anno, a seguito dell'apertura di nuovi campus, il DVR viene aggiornato e ne viene data informazione ai dipendenti interessati.

Nel 2025 non si sono verificati infortuni, complice sia un'attività con un medio profilo di rischio, ma anche e soprattutto una cultura condivisa di prevenzione.

INFORTUNI SUL LAVORO	2025	2024	2023
Nr. infortuni sul lavoro registrabili	0	1	0
Giorni di assenza	0	2	0



3.1.2 La formazione delle risorse umane

Negli ultimi anni abbiamo investito con costanza nella formazione dei nostri dipendenti, rafforzando una cultura aziendale orientata alla crescita e all'eccellenza professionale. I dati confermano tale impegno: nel 2025, infatti, le ore medie di formazione¹⁰ risultano significative per tutti i dipendenti, indipendentemente dal livello contrattuale o dal genere, a conferma di un approccio formativo trasversale e inclusivo.

Ore di formazione	2025		2024		2023	
	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini
DIRIGENTI E QUADRI						
CX Living	18	52	0	0	0	0
di cui Campus X	17	56	26	24	25	18
IMPIEGATI E OPERAI						
CX Living	30	33	0	0	0	0
di cui Campus X	32	35	39	38	32	31

La valorizzazione delle competenze e lo sviluppo delle professionalità costituiscono uno dei pilastri della nostra strategia. In continuità con gli anni precedenti, nel 2025 sono proseguiti i percorsi volti all'ampliamento delle competenze su diversi temi, tra cui: Competenze Trasversali, Controllo di Gestione, Microsoft Excel (base e avanzato), Processo Decisionale, Comunicazione al centralino, Marketing & Communication, HR & People Strategy, Project Management e Teamworking.

Nel 2025, inoltre, abbiamo ampliato l'offerta formativa con iniziative dedicate allo sviluppo individuale e manageriale. Tra queste rientrano:

- percorsi personalizzati di sviluppo di carriera, che hanno coinvolto 4 risorse;
- attività di coaching individuale, rivolte a 1 risorsa;
- sessioni di coaching di gruppo, a supporto di 3 risorse;
- percorsi di mentoring, che hanno visto la partecipazione di 3 risorse.

Il nostro obiettivo per il 2026 è garantire la continuità e l'evoluzione di questi programmi, attraverso un monitoraggio costante della partecipazione e una valutazione periodica delle competenze acquisite, così da orientare i contenuti formativi ai reali fabbisogni organizzativi.

3.1.3 Diversità e pari opportunità

CX Living si oppone fermamente a ogni forma di discriminazione basata su etnia, genere, orientamento sessuale, posizione sociale e personale, condizione fisica e di salute, disabilità, età, nazionalità e religione.

Per garantire un ambiente realmente inclusivo, adottiamo un approccio aperto e cosmopolita, guidati da un forte spirito di accoglienza, che riteniamo essenziale per la crescita della Società.

Il nostro Codice Etico si fonda sui principi fondamentali di equità, inclusione e pari opportunità, valori essenziali che guidano il nostro impegno nel promuovere il rispetto delle diversità sia all'interno dell'azienda che nei confronti dei nostri clienti.

Dall'analisi della composizione dell'organico aziendale emerge una netta prevalenza della componente femminile, che costituisce il 63% del totale.

¹⁰ I valori riportati rappresentano la media delle ore medie di formazione per dipendente.

Personale per genere e livello contrattuale	2025			2024			2023		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
CdA									
CX Living	0	3	3	0	0	0	0	0	0
di cui Campus X	0	0	0	0	4	4	0	4	4
MANAGEMENT TEAM									
CX Living	3	6	9	0	0	0	0	0	0
di cui Campus X	3	6	9	3	4	7	4	3	7
ALTRI DIPENDENTI									
CX Living	90	52	142	0	0	0	0	0	0
di cui Campus X	81	48	129	64	36	100	49	31	80

Nella tabella seguente si confrontano le retribuzioni medie per genere nelle tre principali categorie di dipendenti presenti in azienda: management (dirigenti e quadri), senior professional (impiegati di primo e secondo livello) e professional (impiegati di terzo, quarto livello e apprendisti).

Personale per fascia d'età e livello contrattuale	2025				2024				2023			
	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
CdA												
CX Living	0	1	2	3	0	0	0	0	0	0	0	0
di cui Campus X	0	0	0	0	0	2	2	4	0	2	2	4
MANAGEMENT TEAM												
CX Living	0	7	2	9	0	0	0	0	0	0	0	0
di cui Campus X	0	7	2	9	0	7	0	7	0	7	0	7
ALTRI DIPENDENTI												
CX Living	57	81	4	142	0	0	0	0	0	0	0	0
di cui Campus X	50	75	4	129	45	51	4	100	36	40	4	80

Rapporto media retribuzioni fisse	2025		2024		2023	
	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini
Management	0,90	1,10	0,93	1,07	0,97	1,03
Sr. Professional	1,01	0,99	0,99	1,01	0,98	1,02
Professional	0,98	1,02	1,01	0,99	1,01	0,99

Dalla sua lettura emerge che nel corso dell'ultimo triennio, il rapporto tra le retribuzioni medie dei due generi ha registrato variazioni minime, mantenendosi attorno al valore 1, a dimostrazione della quasi assenza di un gender pay gap. Tale risultato riflette il nostro impegno nella definizione di politiche retributive fair e nella loro corretta e coerente applicazione.

Dopo avere introdotto per la prima volta nel 2023 un Piano di welfare aziendale rivolto a tutti i dipendenti dell'azienda, nell'ultimo anno CX Living ha ampliato il numero e tenore delle iniziative tese a rafforzare il benessere organizzativo e a supportare in modo concreto la qualità della vita dei lavoratori. Il programma comprende infatti un insieme di beni, servizi e prestazioni riconducibili alle tipologie indicate dagli art. 51 e 100, comma 1 del TUIR, Testo Unico delle Imposte sui Redditi (D.P.R. 917/1986).

Il piano è destinato ai lavoratori subordinati operai e impiegati, non in periodo di prova, con contratto a tempo indeterminato, inclusi quindi gli apprendisti.

Attivato nell'aprile 2023 e rinnovato alla sua scadenza nell'aprile 2025, il programma prevede l'assegnazione di un **credito welfare di valore omogeneo per tutti i beneficiari, erogato in due rate semestrali da 600 euro ciascuna**, per un totale di 1.200 euro annui. Il credito può essere utilizzato attraverso una piattaforma dedicata per accedere a una pluralità di beni e servizi, tra cui visite mediche, previdenza complementare, rifornimento carburante, attività ricreative, viaggi, shopping, consentendo a ciascun dipendente di beneficiarne in base alle proprie esigenze personali e familiari.

L'adozione di un piano di welfare muove dalla convinzione che il benessere delle persone non dipenda solo dal reddito, ma dall'equilibrio tra lavoro, vita privata e qualità dell'esperienza quotidiana in azienda.

Per questo, le integrazioni introdotte rispetto alla prima iniziativa hanno avuto l'obiettivo di soddisfare ulteriori esigenze. In questa prospettiva si collocano, ad esempio, le politiche di flessibilità organizzativa, che prevedono la possibilità di svolgere otto giorni al mese di lavoro in modalità smart working, al fine di favorire una migliore conciliazione tra impegni professionali, e vita privata. Allo stesso tempo, l'azienda sostiene alcune esigenze pratiche della quotidianità lavorativa attraverso l'erogazione di **buoni pasto elettronici dal valore di 8 euro al giorno**, riconosciuti sia per le giornate di lavoro in sede, che per le trasferte e le giornate svolte in modalità agile.

Accanto a queste misure, CX Living ha scelto di introdurre anche iniziative che valorizzano la dimensione più personale del rapporto tra individuo e organizzazione. Tra queste rientra **"HAPPY Birthday CXer"**, che riconosce ai dipendenti una giornata di ferie aggiuntiva in occasione del proprio compleanno. Il benessere delle persone passa inoltre anche attraverso la qualità degli ambienti di lavoro e degli spazi condivisi: presso l'Head Office sono quindi messi a disposizione dei dipendenti alcuni servizi pensati per rendere più confortevole la permanenza in ufficio durante la giornata lavorativa, tra cui una cucine attrezzate con microonde, frigorifero, vettovaglie, macchina del caffè a capsule e un depuratore d'acqua per acqua naturale e frizzante, oltre a bidoni per la raccolta differenziata.

L'offerta complessiva di welfare del piano ha una particolare rilevanza sociale, considerata la ricaduta collettiva di azioni rivolte alla tutela di interessi dei destinatari e dei relativi familiari e, si propone di:

- contribuire al miglioramento della qualità della vita dei dipendenti destinatari del piano e dei loro familiari;
- promuovere attività dirette alla tutela della salute, all'istruzione, al tempo libero, all'educazione e all'assistenza;
- rafforzare, in quota parte, il c.d. secondo pilastro del sistema sanitario italiano, rispondendo all'idea di condivisione della responsabilità della tutela della salute tra azienda e lavoratori;

- agevolare la conciliazione tra vita professionale e personale;
- offrire supporto ai dipendenti in ragione dei crescenti dei bisogni sociali;
- favorire il benessere personale e professionale dei lavoratori;
- sostenere l'accesso ai servizi ricreativi, sociali e culturali;
- valorizzare il capitale umano;
- venire incontro alle esigenze personali dei dipendenti, accrescendone il sostegno e la condivisione.

3.1.5 Coinvolgimento e valorizzazione dei dipendenti

L'Azienda dedica particolare attenzione alla costruzione di occasioni di incontro, riconoscimento e partecipazione che rafforzino il senso di appartenenza e favoriscano la condivisione dei valori aziendali. Nel corso del 2025 sono stati promossi diversi momenti pensati per consolidare lo spirito di squadra e creare spazi di confronto tra colleghi. Nel mese di giugno a Roma si è svolta una giornata di team building, concepita come un'opportunità per rafforzare la collaborazione e favorire relazioni informali tra i membri del team. Nel mese di dicembre, invece, la comunità aziendale si è riunita presso la struttura CX Naples | Centrale per la Town Hall annuale e la Festa di Natale: un'occasione per condividere risultati, prospettive di sviluppo e celebrare insieme il percorso compiuto durante l'anno. La volontà di dar vita a un forte senso di appartenenza si esprime fin dai primi momenti di ingresso in azienda. Durante l'onboarding, i nuovi dipendenti vengono accolti con un Welcome Kit che include alcuni strumenti utili per l'attività lavorativa tra cui zaino, block notes, penna, borraccia, computer e telefono aziendale, pensato per accompagnare i primi giorni in azienda e facilitare l'integrazione nel team.

CX Living è inoltre vicina ai propri collaboratori anche in alcuni momenti significativi della vita personale. In occasione della nascita di un figlio, il dipendente riceve a casa una box regalo denominata **"Congrats on the Birth"**, contenente prodotti dedicati alla prima infanzia. Per i neosposi, invece, l'iniziativa **"Congrats on your Wedding"** prevede l'assegnazione di un voucher per due notti con colazione inclusa presso una delle strutture alberghiere CX Campus & Hotel presenti nelle principali province italiane, offrendo così l'opportunità di vivere un momento speciale all'interno dell'universo dell'ospitalità del gruppo e di sperimentare in prima persona gli spazi e i servizi che caratterizzano l'esperienza CX Living.

Infine, l'azienda incoraggia il coinvolgimento diretto dei dipendenti nei processi di crescita organizzativa attraverso il programma di Employee Referral. Grazie a questo strumento, i lavoratori possono segnalare candidati per posizioni aperte e, nel caso in cui la segnalazione si traduca in una nuova assunzione, ricevono un riconoscimento economico secondo quanto previsto dal regolamento interno.

Riuscire ad attrarre giovani talenti interessati a intraprendere una carriera nel settore dell'ospitalità rappresenta una priorità per CX Living, anche in ragione dell'espansione della sua attività.

In questa direzione, l'Azienda ha dunque avviato un **Talent Program sviluppato in collaborazione con ELIS**, ente no profit specializzato in percorsi formativi e di inserimento nel mondo del lavoro, con l'obiettivo di favorire l'occupabilità giovanile e creare un canale strutturato di accesso alle professioni dell'ospitalità.

La collaborazione, avviata nel 2024 e rinnovata nel 2025, ha dato vita a un programma di formazione professionale gratuito rivolto a giovani neodiplomati e neolaureati interessati a sviluppare competenze professionali nel ruolo di Front Office Agent, una figura centrale per l'esperienza degli ospiti e per il funzionamento delle strutture CX.

L'edizione 2025 del programma ha coinvolto 10 partecipanti provenienti da diverse regioni italiane, tra cui 9 ragazze e 1 ragazzo, un dato che evidenzia una significativa presenza femminile e conferma l'interesse crescente delle giovani professioniste verso le opportunità offerte dal settore dell'ospitalità. Il progetto si è articolato in più fasi: la prima è stata dedicata alla formazione, svolta dal 3 marzo al 6 aprile 2025 presso la struttura CX Milan | NoM.

Durante questo periodo i partecipanti hanno potuto vivere un'esperienza pienamente immersiva, soggiornando gratuitamente nella struttura e alternando momenti di formazione teorica e attività pratiche. Il programma didattico, erogato in modalità blended, con lezioni sia in presenza sia online, ha affrontato temi tecnici e competenze trasversali utili all'inserimento nel settore dell'hospitality, offrendo ai partecipanti un primo contatto diretto con il contesto professionale di riferimento.

Al termine del mese, i partecipanti hanno preso parte a una settimana di formazione aggiuntiva curata direttamente dal team CX Living, pensata per favorire un primo contatto con le dinamiche operative dell'azienda e garantire un inserimento coerente con gli standard organizzativi.

Come ultimo step i partecipanti hanno avuto accesso a un periodo di tirocinio presso le strutture CX Campus & Hotel presenti sul territorio nazionale, potendo così mettere in pratica le competenze acquisite e confrontarsi direttamente con il contesto lavorativo.

L'esperienza si è rivelata particolarmente efficace nel facilitare il passaggio dalla formazione al lavoro: per 8 dei 10 partecipanti lo stage si è infatti concluso con l'attivazione di un contratto di apprendistato, segnando l'avvio di un percorso professionale stabile all'interno dell'organizzazione.

Attraverso il Talent Program, CX Living conferma il proprio impegno nella promozione dell'occupabilità giovanile, nella valorizzazione delle competenze e nella creazione di opportunità concrete di crescita professionale nel settore dell'hospitality, contribuendo allo sviluppo di una nuova generazione di professionisti capaci di interpretare l'evoluzione del modello di ospitalità contemporanea.

TALENT PROGRAM	2025	2024
Partecipanti al Talent Program	10	8
di cui assunti con Contratto di Apprendistato	8	6

3.2 Progettualità e iniziative 2025

Campus X accommodation partner della **Hero Battle Cup 2025**, tra sport, sostenibilità e tanti giovani protagonisti. Se ne è parlato sull'Corriere dello sport:

SCAN
ME



All'interno della nostra strategia di sostenibilità, i valori di Inclusione e Community rappresentano un pilastro identitario trasversale a tutte le attività. Concepiamo la Community come uno spazio, al tempo stesso fisico e relazionale, in cui condividere con ospiti e collaboratori valori comuni e promuovere comportamenti concreti orientati alla sostenibilità, come già evidenziato nei paragrafi precedenti.

Allo stesso tempo, dedichiamo grande attenzione alla costruzione di una Community viva e partecipata all'interno delle nostre strutture. Questo rappresenta un elemento distintivo del modello CX Living e un fattore chiave dell'esperienza offerta ai residenti. Per questo, ci avvaliamo di un team dedicato che, anno dopo anno, sviluppa, promuove e coordina un ampio programma di iniziative in ambito ricreativo, sportivo e culturale. Convinti del valore sociale dello sport come strumento in grado di favorire l'interazione, stringere nuove amicizie e rafforzare il benessere personale abbiamo dotato ogni struttura di una palestra con accesso gratuito per tutti gli ospiti. A questo si aggiunge l'organizzazione di diverse attività outdoor, tra cui ciclismo, trekking, sci, beach volley, surf e kayak, per incoraggiare uno stile di vita attivo.

Accanto allo sport, la cultura riveste un ruolo centrale nella nostra visione: rappresenta un motore di apertura, confronto e crescita personale. In questa prospettiva, abbiamo sviluppato una rete di collaborazioni con musei, cinema, teatri e altri luoghi di interesse, facilitando l'accesso dei CXers a esperienze culturali diversificate. Parallelamente, promuoviamo workshop e momenti formativi, sia all'interno delle strutture sia off site, dedicati a tematiche quali fotografia, teatro, pittura e cucina.

Le iniziative descritte, sviluppate originariamente da Campus X e oggi pienamente integrate nel perimetro di CX Living, **sono state rese accessibili gratuitamente per la quasi totalità dei partecipanti grazie al sostegno della Fondazione eXperience**, che continua a svolgere un ruolo centrale nel promuovere progetti ad alto impatto sociale.

Il nostro obiettivo è offrire ai nostri ospiti e soprattutto agli studenti e alle studentesse fuorisede un'esperienza abitativa che vada oltre la semplice ospitalità, configurandosi come un percorso di integrazione, scoperta e crescita personale.

3.2.1 Borse di studio

Parallelamente alle attività culturali e di intrattenimento della Community, ci impegniamo a promuovere il diritto allo studio. In continuità con quanto fatto negli anni precedenti, nel corso del 2025 abbiamo erogato borse di studio sotto forma di esenzione dal pagamento dei canoni di locazione, garantendo l'accesso gratuito all'alloggio a studenti in condizioni di particolare vulnerabilità. In dettaglio:

- **Culture Builds the Future** – Il progetto Culture Builds the Future, promosso dalla Fondazione eXperience in collaborazione con Campus X, nasce con l'obiettivo di offrire a dieci giovani donne afghane, in attesa del riconoscimento dello status di rifugiate politiche, la possibilità di proseguire il proprio percorso universitario in Italia. Il contributo di CX è stato determinante, attraverso l'offerta di alloggio gratuito per l'intera durata degli studi presso le residenze di Roma, Torino e Firenze, per un valore complessivo di circa 300 mila euro. A questo si sono aggiunte borse di studio per il sostegno al vitto e alle spese personali, finanziate da importanti partner istituzionali e privati, tra cui Compagnia di San Paolo, Fondazione Cassa di Risparmio di Torino, Ream SGR, Fondazione EY, Fondation Assistance Internationale e Fondazione Alberto e Franca Riva Onlus e un fondamentale supporto all'inserimento linguistico e culturale garantito dalla Fondazione Emmanuel. Avviato nel dicembre 2021, il progetto ha accompagnato le studentesse in un percorso di progressiva integrazione nella comunità accademica e

sociale. I risultati raggiunti testimoniano l'efficacia dell'iniziativa: dopo le prime due lauree conseguite nel 2023 e altre quattro nel 2024, nel corso del 2025 tutte le dieci studentesse hanno completato con successo il proprio percorso universitario. Oltre al conseguimento del titolo di studio, il progetto ha generato impatti significativi anche sul piano dell'inclusione professionale e sociale. Tra le studentesse laureate nel 2025, Sabera, dopo il conseguimento del titolo in Tourism Management, ha proseguito il proprio percorso all'interno del Gruppo CX Living, partecipando al Talent Program ed entrando a far parte del team come Front Office Agent presso CX Milan | NoM. Un ulteriore riconoscimento del valore sociale del progetto è rappresentato dal conferimento del Sigillo Civico della Città di Torino alla ex studentessa ora attivista Mina, premiata per il suo impegno nel sociale e per il contributo positivo alla comunità locale¹¹.

Questa iniziativa contribuisce all'avanzamento del Piano di Sostenibilità di CX Living

PILLAR II

Filone	Area d'intervento
Facilitazione accesso allo studio	Erogazione borse di studio



¹¹ Mina è infatti oggi co-fondatrice dell'Associazione Studenti Afghani in Piemonte, per l'integrazione degli studenti afghani nei percorsi di studio, e nel 2023 ha promosso la petizione per il "Diritto all'Istruzione in Afghanistan", sottoscritta da oltre 25.000 persone e presentata anche in sedi istituzionali internazionali.

Studiare senza pensieri economici: CampusX riserva il 30% dei posti letto agli studenti più meritevoli e meno abbienti. Se ne è parlato sul Resto del Carlino:



- **UNICORE University Corridors** – A partire dal 2024, siamo partner del programma UNICORE – University Corridors for Refugees, coordinato da UNHCR (l’Agenzia ONU per i Rifugiati) e sviluppato in collaborazione con università italiane e organizzazioni del terzo settore. Nell’ambito dell’iniziativa, abbiamo offerto ospitalità gratuita per due anni a studenti rifugiati selezionati per merito accademico e motivazione personale, provenienti da Paesi quali Sud Sudan, Uganda, Congo e Mozambico. Le attività sono realizzate in collaborazione con Fondazione eXperience, Diaconia Valdese e Caritas Ambrosiana, mentre le università partner, tra cui IUAV, Bocconi, Bicocca e Uni Torino, garantiscono borse di studio accademiche e pocket money mensili, al fine di agevolare la loro esperienza di studio e integrazione nella comunità universitaria italiana. Nel corso del 2025, tra ingressi e uscite, sono stati ospitati complessivamente nove giovani, nelle residenze di Milano NoM, Venezia Mestre e Torino Vanchiglia. In linea con l’approccio adottato nel progetto Culture Builds the Future, il nostro supporto va oltre la dimensione abitativa, perché seguiamo attivamente il percorso di integrazione degli studenti attraverso momenti di confronto e monitoraggio, favorendo il loro inserimento nella Community e nel contesto universitario.

Questa iniziativa contribuisce all’avanzamento del Piano di Sostenibilità di CX Living

PILLAR II

Filone	Area d’intervento
Facilitazione accesso allo studio	Erogazione borse di studio

3.2.2 Ambiente e cittadinanza attiva

- Nel 2025 abbiamo continuato a sviluppare iniziative che mettono in relazione sostenibilità ambientale e coinvolgimento attivo della Community, con l’obiettivo di promuovere comportamenti responsabili e generare così impatti positivi anche oltre i confini stretti della nostra operatività.

Un ruolo trasversale è stato svolto dalla campagna di sensibilizzazione “Eco Mood, CX Style”, i cui 12 principi di “vita sostenibile”, raccolti in un manifesto esposto all’ingresso di ogni struttura, rappresentano un riferimento condiviso per l’intera Community. L’iniziativa, prendendo spunto dalle abitudini quotidiane e dagli stili di vita degli ospiti, mira a orientare i comportamenti verso una maggiore consapevolezza nell’utilizzo delle risorse, nella gestione dei rifiuti, nello stile di vita.

Questa iniziativa contribuisce all’avanzamento del Piano di Sostenibilità di CX Living

PILLAR I

Filone	Area d’intervento
Resources Managment	Raccolta differenziata

S&U MOOD, CX STYLE



LEAVE THE CAR AND SWITCH TO SHARED MOBILITY!

Using **BICYCLES** and **ELECTRIC SCOOTERS** means minimizing CO2 emissions and avoiding traffic, stress and the parking hassle. Alternatively, public transport may be very and **WALKING** is full of benefits for the body and mind.

EX • CX

S&U MOOD, CX STYLE



IF THE GOLDEN RULE OF SUSTAINABLE LIVING IS TO CONSUME LESS BUT YOU LOVE SHOPPING...

Remember there's always the **"SECOND-HAND"** option. Download an app or visit thrift stores in the city plenty of clothes, books, and accessories are waiting for you to come back to life. Many to be careful apps.

EX • CX

S&U MOOD, CX STYLE



RECENT STUDIES SHOW THAT IN ITALY, EACH PERSON USES 220 LITERS OF WATER EVERY DAY.

That's a lot! Cooking, washing, electronic devices, and rotating **WASTE** lots of water. Change what you do: turn water showers, close taps, and reuse water in the kitchen.

EX • CX

S&U MOOD, CX STYLE



EVER HEARD OF FAIR TRADE?

It's a fair trade agreement that benefits both the **ENVIRONMENT** and **PEOPLE** ensuring fair wages for the producers and nature conservation. When you shop look for "fair trade" labels: many products are produced in countries where the business, sustainability and quality, what else?

EX • CX

S&U MOOD, CX STYLE



CONSUMING ENERGY MEANS PRODUCING CO2.

Consuming CO2 means **POLLUTING THE AIR**. That means that air means **WORSE QUALITY OF LIFE** for everyone. How to break this vicious cycle? Reduce energy usage at home: it's the main step. It's easy when there's no need to stand around when they're asleep and it's easy to do it. Turn off the lights, and make sure the energy comes from sustainable sources.

EX • CX

S&U MOOD, CX STYLE



EVERY DAY WE GO THROUGH A ROLLERCOASTER OF POSITIVE AND NEGATIVE EMOTIONS.

Extreme mood swings influence our **MOODS** and some are dangerous, others not, but all are functional. Depending on whether there is a moment to pause or not, feel a moment to **LISTEN TO YOUR BODY** and the emotion you're feeling. And **EMBRACE IT** if it's an uncomfortable situation, try to take it as a lesson and move on. Discontinue it if you feel like someone's controlling you. It's too complicated, isn't it? Well, maybe not. It's what's important.

EX • CX

S&U MOOD, CX STYLE



ADD AN ECO-TOUCH TO YOUR SHOPPING AS A STUDENT ABROAD:

When **SMALL SHOPS** like bakeries, local stores, and farmers' market instead of supermarkets, that's a good thing for the **PLANET** and for **PEOPLE**. They generate less emissions from their own production and packaging. Plus, there's the chance to make friends with the shopkeepers. Sweetest reward.

EX • CX

S&U MOOD, CX STYLE



COUCH, POPCORN, AND A MOVIE ON NETFLIX. PERFECT SITUATION AT ANY TIME OF DAY... or maybe not? Every day and then turning off the TV and **READING A BOOK**.

Reading a book is a great way to **EXPLORE THE WORLD** and learn about **ADVENTURE**. When you're not reading, take them in with your university books. We certainly don't want to be the reason for your next stress.

EX • CX

S&U MOOD, CX STYLE



PLASTIC IN THE SEAS

PLASTIC ON THE ROADS, PLASTIC UNDERGROUND!

Consuming, even just by existing. Try alternative solutions like bamboo, biodegradable plastics, or paper and consider the **REFILL** option: a reusable bottle instead of single-use ones, keyboards, and reusable coffee instead of disposable ones. Take steps instead of plastic ones. And the new staff for information on CO2 projects.

EX • CX

S&U MOOD, CX STYLE



A BIT OF BOREDOM IN FREE TIME IS FINE, BUT WHEN IS IT TOO MUCH? THERE'S AN ALTERNATIVE OPTION, MORE SATISFYING, AND ORIGINAL: VOLUNTEERING

With local organizations. You learn, meet fun, meet people, and make a difference. Sounds interesting, right? Many charities need help. Find them and help. You could be the right person.

EX • CX

S&U MOOD, CX STYLE



STRANGE(R). HAVE YOU EVER THOUGHT ABOUT IT?

Everything we do has an impact. From the way we live, the way we work, the way we play. And sometimes **STRANGENESS** can be interesting. And the **STRANGEST** thing you can do is to be part of a **COMMUNITY** of thousands of young people from **155 DIFFERENT COUNTRIES** with a common goal: to help the world. There are always new ideas and a world of new friends.

EX • CX

S&U MOOD, CX STYLE



TRAVELING IS GOOD FOR THE MIND, SPIRIT, AND BODY. IF YOU CHOOSE SUSTAINABLE TOURISM

The experience will be **MORE EXCITING**. Two types of tours: focus on activities in nature with local experiences, and the other, focus on the community. Both are good for the environment, and support the community-based economy. Place yourself in the middle of these efforts. Find the one that best fits your needs and... go!

EX • CX

- **Sostenibilità nella catena di fornitura**

Privilegiamo aziende dotate di certificazioni ambientali e in grado di offrire materiali a ridotto impatto, con una particolare attenzione a realtà appartenenti a distretti produttivi nazionali e all'artigianato territoriale. A tutti i potenziali fornitori viene richiesta una documentazione sulle prestazioni ESG aziendali e/o dei prodotti e servizi offerti, e la disponibilità di tali informazioni costituisce un elemento preferenziale nel processo di selezione.

Nelle scelte legate agli arredi e alla progettazione degli spazi, valutiamo la durabilità dei materiali, la facilità di manutenzione e la riduzione dell'impatto ambientale lungo il ciclo di vita, oltre al benessere delle persone che vivono gli ambienti. L'organizzazione degli spazi, l'utilizzo della luce naturale e la qualità complessiva degli ambienti sono infatti elementi centrali in un approccio orientato all'environmental well-being. In questa direzione si inserisce il sempre maggiore utilizzo di materiali innovativi e circolari negli arredi e negli elementi di design, come pannelli realizzati con componenti riciclati e riciclabili (**Ecopixel** per gli sgabelli di CX Torino) o soluzioni di design acustico sviluppate da aziende come **Slalom** impegnate nella sostenibilità dei processi produttivi, capaci di coniugare funzionalità, qualità estetica e riduzione dell'impatto ambientale. Anche nella selezione dei fornitori per le uniformi del nostro staff, la scelta del brand **Stanley/Stella** è stata dettata dall'impegno aziendale a non utilizzare prodotti di origine animale lungo il proprio ciclo produttivo, scegliendo esclusivamente risorse rinnovabili e materiali riciclati. Lo stesso orientamento guida anche i servizi offerti nelle strutture Hotel. Per le colazioni, ci siamo affidati a **Negozio Leggero** e altre piccole imprese territoriali, riducendo notevolmente le porzioni monodose. Per le Coffee Station e i prodotti di benvenuto delle camere ad **Altromercato**, **Alternativa3** e **LY Company Italia- Acquainbrick**, tutte realtà note per l'offerta di prodotti biologici, sfusi o con packaging sostenibili, provenienti da filiere trasparenti ed equosolidali. Alcune di queste collaborazioni integrano anche una dimensione sociale, come nel caso dei progetti di sostegno promossi da organizzazioni non profit quali "Pozos Sin Fronteras", impegnata nella realizzazione di pozzi in aree vulnerabili. La scelta di questi partner non risponde quindi esclusivamente a logiche economiche o operative: è una scelta consapevole, dettata dalla convinzione che il valore etico e la sostenibilità debbano porsi al centro delle decisioni aziendali.



Questa iniziativa contribuisce all'avanzamento
del Piano di Sostenibilità di CX Living

PILLAR III

Filone

Fornitori e prodotti

Area d'intervento

Creazione lista criteri ESG minimi
per fornitori e forniture



- **Oasi urbane di biodiversità**

Grazie alla collaborazione con 3Bee e Pestalia, nel 2024, nelle strutture di Torino, Milano, Firenze, Chieti, Roma e Bari sono nate delle oasi urbane di biodiversità: aree verdi progettate per tutelare gli ecosistemi locali e sensibilizzare studenti e ospiti delle strutture alberghiere, sui temi della sostenibilità ambientale. Le oasi ospitano piante aromatiche e alberi adatti all'impollinazione, forniti anche da vivai locali, insieme a cassette per insetti impollinatori come api, farfalle e coccinelle messe a disposizione dalla 3Bee. Ogni spazio è accompagnato da strumenti informativi che ne valorizzano la funzione educativa, favorendo un percorso di maggiore consapevolezza ambientale.

Il progetto è in continua evoluzione: le aree vengono progressivamente arricchite e il loro allestimento prevede il coinvolgimento diretto dei CXers, rafforzando il legame tra esperienza abitativa e responsabilità ambientale.

Questa iniziativa contribuisce all'avanzamento
del Piano di Sostenibilità di CX Living

PILLAR III

Filone

Senso di appartenenza alla
Community CX e al territorio

Area d'intervento

Progetti ESG e di impatto sul
territorio, progetti legati di
benessere psicofisico degli ospiti



- Eco-compattatori**
 Grazie al partenariato con COREPLA (Consorzio Nazionale per la Raccolta, il Riciclo e il Recupero degli Imballaggi in Plastica) e InterZero, leader globale nei servizi di consulenza ambientale e soluzioni zero waste, ogni campus è stato equipaggiato con eco-compattatori personalizzati, progettati per semplificare la raccolta differenziata. I CXers possono così smaltire i rifiuti in plastica in modo responsabile e, accumulando punti per ogni conferimento, guadagnare premi come caffè omaggio nei bar, lavanderie, copisterie CX e gadget realizzati in PET riciclato. Nel solo 2025 sono state raccolte 34.452 bottiglie, pari a 870 kg di plastica. L'iniziativa, ispirata alla green gamification, intende stimolare il coinvolgimento degli utenti, incoraggiandoli a modificare i propri comportamenti e sensibilizzandoli al tema del riciclo.

Questa iniziativa contribuisce all'avanzamento del Piano di Sostenibilità di CX Living		PILLAR II
Filone	Area d'intervento	
Resources Managment	Raccolta differenziata	



- VolunCheers - Aperitivo col volontariato**
 Il progetto, sviluppato in collaborazione con il Terzo Settore, offre ai CXers l'opportunità di entrare in contatto con le realtà associative locali. Durante gli incontri, i partecipanti possono ascoltare le testimonianze di volontari coetanei e scoprire le diverse attività delle associazioni. Nel corso del 2025, solo nei Campus di Trieste e Roma il progetto ha coinvolto circa 60 ospiti e 20 organizzazioni attive in ambiti quali tutela ambientale, inclusione sociale e contrasto alla povertà. L'obiettivo è creare un legame tra gli studenti e le organizzazioni del territorio, fornendo loro informazioni sulle opportunità di volontariato e stimolando l'interesse a partecipare attivamente. In un'atmosfera informale, durante la consumazione di un aperitivo, i ragazzi acquisiscono nuove conoscenze, esplorano come contribuire alla comunità e intraprendere un percorso di coinvolgimento in prima persona.

Questa iniziativa contribuisce all'avanzamento del Piano di Sostenibilità di CX Living

PILLAR II

Filone

Senso di appartenenza alla Community CX e al territorio

Area d'intervento

Progetti ESG e di impatto sul territorio, progetti legati di benessere psicofisico degli ospiti



Nel corso del 2025, la Community CX ha continuato a promuovere iniziative culturali e artistiche con l'obiettivo di favorire momenti di condivisione, espressione creativa e crescita personale. Le attività sviluppate, in parte in continuità con gli anni precedenti e in parte di nuova introduzione, contribuiscono a rafforzare il senso di appartenenza e a valorizzare il ruolo delle strutture come spazi di incontro e scambio.

- **“APERI(CREA)TIVO”** – Aperi(CREA)tivo è un progetto ideato per avvicinare gli studenti all’arte e dare visibilità agli artisti emergenti del territorio. Nato inizialmente presso CX Roma, si sta gradualmente affermando in molte altre strutture. Durante gli incontri nei Campus, gli artisti sono invitati a guidare i partecipanti nella creazione di un’opera d’arte, durante un momento conviviale come quello di un aperitivo.
- **Chocolate experience - alla scoperta del mondo fair trade** – Il progetto, avviato inizialmente in CX Venezia e successivamente esteso ad altre strutture, ha lo scopo di avvicinare i giovani al commercio Equo e Solidale, in collaborazione con Altromercato. Gli incontri prevedono un momento iniziale di approfondimento sui principi del commercio equo e solidale, tra cui trasparenza della filiera, tutela dei lavoratori e sostenibilità ambientale, seguito da una degustazione guidata di diverse varietà di cioccolato. Nel corso del 2025, l’iniziativa ha coinvolto in particolare le strutture di Trieste e Milano NoM, con la partecipazione di circa 100 studenti.

Questa iniziativa contribuisce all'avanzamento del Piano di Sostenibilità di CX Living

Filone	Area d'intervento
Senso di appartenenza alla Community CX e al territorio	Progetti ESG e di impatto sul territorio





- **Librerie condivise** – In collaborazione con Le Chat Noir, associazione di consulenza letteraria e selezione di libri usati, abbiamo avviato un progetto diffuso di librerie condivise all'interno delle strutture CX, con l'obiettivo di promuovere la lettura e favorire forme di scambio spontaneo tra gli ospiti. Il progetto ha preso avvio da un percorso partecipativo che ha coinvolto i CXers nella definizione dei gusti letterari prevalenti, sulla base dei quali sono stati selezionati e distribuiti i volumi. Le librerie, presenti in tutte le strutture, sono state inizialmente allestite con una dotazione compresa tra i 50 e i 100 libri per campus, per un totale di circa 7.000 volumi usati. Oggi sono alimentate attraverso il meccanismo del book crossing, contribuendo a creare spazi che riflettono gli interessi e la personalità delle singole Community.

Questa iniziativa contribuisce all'avanzamento
del Piano di Sostenibilità di CX Living

Filone

Senso di appartenenza alla
Community CX e al territorio

Area d'intervento

Progetti ESG e di impatto sul territorio

3.3 Presenza sul territorio e impatto sociale

La vision di CX Living si fonda sulla volontà di essere non solo un operatore dell'ospitalità tout-court, ma un attore attivo nei territori in cui è presente. Accanto ai servizi rivolti a studenti, viaggiatori e professionisti, promuoviamo iniziative per e con la comunità interna e esterna, apriamo i nostri spazi anche alle realtà locali, perché la generazione di valore sia condivisa anche con gli stakeholder con cui entriamo indirettamente in contatto. In questa prospettiva, la nostra Community è coinvolta in un insieme di progettualità che uniscono inclusione, responsabilità sociale e partecipazione attiva. Nel 2025, in continuità con il sostegno a Libera Contro le Mafie dell'anno precedente, in occasione dell'inaugurazione di CX Naples | Centrale abbiamo rafforzato il legame con il territorio attraverso una donazione a L'Altra Napoli Onlus. Il contributo, pari a circa 7.000 euro, corrisponde simbolicamente a un euro per ogni studente ospitato, è destinato a progetti di rigenerazione sociale seguiti dalla Onlus e basati su arte, musica e cultura, a beneficio di bambini e adolescenti in contesti di vulnerabilità.

Questa iniziativa contribuisce all'avanzamento
del Piano di Sostenibilità di CX Living

PILLAR II

Filone

Senso di appartenenza alla
Community CX e al territorio

Area d'intervento

Progetti ESG e di impatto sul territorio

Parallelamente, con l'adesione al progetto Punti Viola, promosso da DonneXstrada, tutte le strutture attive sono state riconosciute come luoghi sicuri e accessibili alla cittadinanza in cerca di aiuto. Attraverso una formazione dedicata, gli staff a contatto con il pubblico hanno acquisito competenze utili a gestire i primi momenti di supporto a persone in situazioni di rischio, rafforzando il ruolo delle strutture CX come presidi di prossimità sul territorio.

Filone

Senso di appartenenza alla
Community CX e al territorio

Area d'intervento

Progetti ESG e di impatto sul territorio

Il Manifesto della
Comunicazione non Ostile:

SCAN
ME



In coerenza con questo approccio inclusivo, le strutture con offerta alberghiera sono state inoltre riconosciute come "Travel Proud" sulla piattaforma di prenotazione Booking, a testimonianza di un'accoglienza aperta e non discriminatoria verso la comunità LGBTQ+. Il tema del rispetto e della qualità delle relazioni è stato ulteriormente valorizzato con la firma del **Manifesto della Comunicazione Non Ostile**, promosso da Parole O_Stili, avvenuta nel febbraio 2025 presso CX Trieste alla presenza della fondatrice Rosy Russo. L'adesione ai 10 principi etici del Manifesto per noi rappresenta un impegno concreto nella promozione di un linguaggio consapevole e rispettoso, all'interno e all'esterno della Community. Il Manifesto originale si trova in Head Office, mentre tutte le strutture ne hanno una copia esposta in un'area visibile.

Filone

Senso di appartenenza alla
Community CX e al territorio

Area d'intervento

Progetti ESG e di impatto sul territorio

Nel corso dell'anno sono state inoltre promosse iniziative di sensibilizzazione e raccolta fondi, tra cui la distribuzione di uova di Pasqua solidali acquistate da Medici con l'Africa CUAMM. L'iniziativa ha rappresentato un'occasione per coinvolgere attivamente residenti e collaboratori su temi di rilevanza globale, contribuendo al contempo al finanziamento di progetti sanitari a favore delle comunità africane più vulnerabili e rafforzando il senso di responsabilità condivisa all'interno della Community CX.

Filone

Senso di appartenenza alla
Community CX e al territorio

Area d'intervento

Progetti ESG e di impatto sul territorio

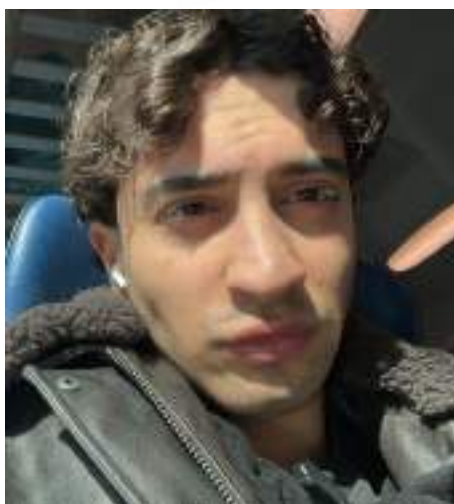
Campus X lancia **SkillBoost Lab**, l'hackathon itinerante per preparare i giovani alle sfide del futuro del lavoro. Se ne è parlato su Forbes:



A partire dalla consapevolezza delle difficoltà che molti studenti incontrano nell'avvicinarsi al mondo del lavoro, nell'ultimo anno abbiamo sviluppato **SkillBoost Lab**, una progettualità pensata per offrire ai nostri ospiti un'esperienza concreta di orientamento e crescita professionale. Attraverso il confronto diretto con aziende e professionisti, il programma consente agli studenti di conoscere realtà aziendali mettendosi alla prova su sfide reali, sviluppando competenze trasversali, capacità di lavorare in team e una maggiore consapevolezza delle proprie attitudini e aspirazioni. Nel 2025 l'iniziativa ha coinvolto 70 studenti provenienti da diverse strutture di tutta Italia, che hanno sviluppato oltre 20 progetti sulla base delle Business Challenge lanciate da partner quali Canva, Forbes e H-Farm. I progetti più meritevoli sono stati selezionati per un hackathon finale organizzato a Milano (le cui spese di alloggio sono state interamente sostenute da CX Living), offrendo ai partecipanti un'ulteriore occasione di confronto e visibilità, oltre al riconoscimento di sconti e abbonamenti premium presso le aziende partner. Lo SkillBoost Lab si configura così come uno spazio di sperimentazione e apprendimento, in cui gli studenti possono acquisire strumenti utili per affrontare con maggiore sicurezza il proprio percorso professionale. Visto il successo della prima edizione, il programma proseguirà nel 2026, con l'obiettivo di ampliare ulteriormente le opportunità di crescita e connessione offerte alla Community CX.

Questa iniziativa contribuisce all'avanzamento del Piano di Sostenibilità di CX Living	
Filone	Area d'intervento
Senso di appartenenza alla Community CX e al territorio	Progetti ESG e di impatto sul territorio





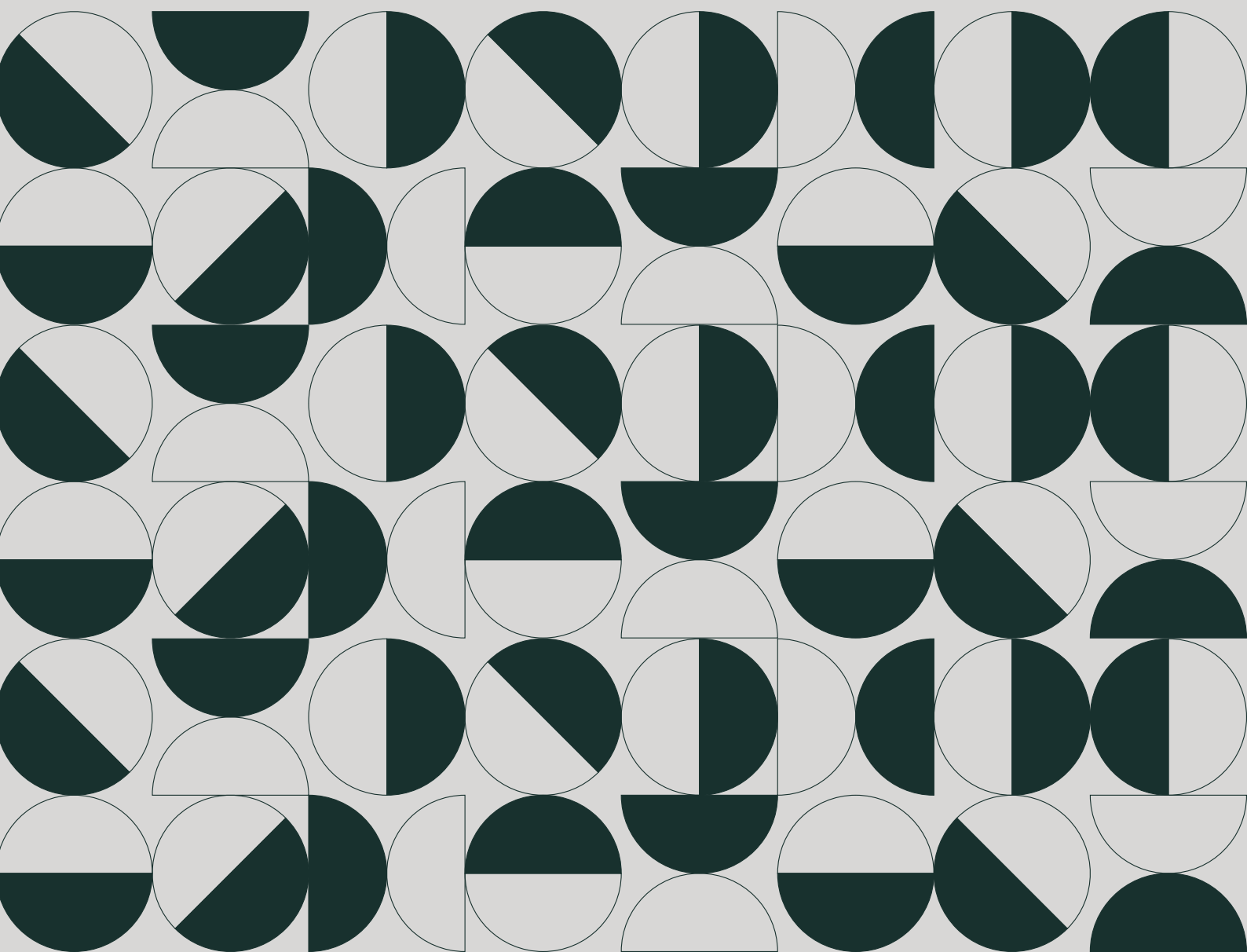
 INTERVISTA

Giuseppe Coltraro

“Vivere in CX significa molto più che avere una stanza: vuol dire **entrare a far parte di una community internazionale, dinamica e stimolante** che ti accompagna ogni giorno nel percorso universitario. Qui ho trovato un ambiente vivace, inclusivo e pieno di energia, dove è naturale creare connessioni autentiche con persone provenienti da tutta Italia e dal mondo. **Ogni incontro diventa un’opportunità di crescita**, ogni conversazione uno scambio di idee, culture e punti di vista diversi. Gli spazi comuni favoriscono davvero la socialità e lo studio, i servizi sono moderni e curati nei dettagli e gli eventi organizzati dalla residenza rendono la quotidianità sempre viva e coinvolgente. **Non è solo un luogo in cui vivere, ma uno spazio che alimenta ambizione, collaborazione e nuove amicizie.** CX è un punto di partenza: non costruisci solo ricordi, ma relazioni e opportunità che ti accompagneranno anche oltre l’università.”

4.

Tutela e rispetto dell'ambiente



Campus X premiato per l'innovazione sostenibile nell'architettura e nel real estate. Se ne è parlato sulla Gazzetta di Milano:

SCAN
ME



La tutela dell'ambiente costituisce un pilastro fondamentale della nostra strategia di sostenibilità. Come CX Living operiamo come operatore specializzato nello sviluppo e nella gestione di progetti immobiliari per conto di investitori terzi, lungo l'intero ciclo di vita degli asset. Questo modello implica che gli interventi di natura strutturale sugli edifici siano spesso subordinati al confronto e all'allineamento con la proprietà, con possibili impatti su tempi e modalità di implementazione delle iniziative di efficientamento. In tale contesto, promuoviamo attivamente soluzioni migliorative, favorendo un dialogo continuo con gli investitori e orientando le scelte verso standard sempre più elevati di sostenibilità.

Negli ultimi anni sono stati avviati numerosi progetti a medio-lungo termine, spesso in collaborazione con altre realtà che condividono i nostri valori.

Il nostro impegno verso la sostenibilità ambientale si manifesta innanzitutto attraverso l'elaborazione e l'attuazione di politiche volte al controllo e all'ottimizzazione dei consumi energetici e idrici, attraverso interventi progressivi di efficientamento e innovazione degli asset. In tale ambito rientrano sia la riqualificazione degli impianti esistenti sia l'introduzione di soluzioni volte a migliorare le prestazioni energetiche degli edifici, insieme allo sviluppo di fonti rinnovabili, con impianti fotovoltaici già installati o in fase di completamento in diverse strutture, come illustrato nei paragrafi successivi del presente capitolo.

A questi interventi si affianca un percorso di certificazione degli edifici, volto a garantire standard elevati di sostenibilità e qualità ambientale. Alcune strutture hanno già ottenuto certificazioni di sostenibilità dell'immobile internazionalmente riconosciute, come la LEED Silver di CX Modena | Crocetta, mentre altre sono coinvolte in processi di certificazione o mantenimento, tra cui BREEAM In-Use per CX Milan | NoM e CX Naples | Centrale.

La mobilità aziendale stessa è stata resa oggetto di pratiche di miglioramento volte a ridurre le emissioni climalteranti: la nuova car policy per i dipendenti prevede infatti, per le auto a noleggio, l'utilizzo esclusivo di veicoli a benzina, ibridi plug-in o elettrici, escludendo le motorizzazioni diesel al fine di contenere le emissioni di CO₂ e di inquinanti atmosferici.

Un ulteriore elemento centrale della nostra strategia ambientale è la corretta gestione dei rifiuti. In tutti i campus abbiamo introdotto sistemi di raccolta differenziata e i residenti ricevono istruzioni dettagliate sulle corrette modalità di loro conferimento all'interno delle isole ecologiche presenti nelle strutture.



4.1 I consumi di energia

L'impegno per una gestione energetica responsabile si traduce, da anni, in un percorso continuo di miglioramento dell'efficienza delle strutture e di riduzione dei consumi. Tra i numerosi progetti avviati rientra la "Procedura energy", che disciplina l'utilizzo dei sistemi di illuminazione e degli impianti di riscaldamento e raffrescamento, definendo orari di accensione e soglie di temperatura volti a contenere i consumi nel rispetto del comfort degli ospiti.

Solo nel biennio 2023-2024, abbiamo sostenuto diversi interventi di riqualificazione energetica, tutti dettati dalla volontà di ridurre il fabbisogno delle nostre strutture. Tra questi, abbiamo completato il programma di relamping delle aree comuni del Campus di Bari, con l'installazione di lampade a LED ad alta efficienza; abbiamo sostituito dieci macchine VRF¹² nel Campus di Roma, migliorando sensibilmente il rendimento complessivo degli impianti; abbiamo avviato l'intervento di sostituzione del gruppo frigo del Campus di Chieti e effettuato lavori di efficientamento su quello del Campus di Venezia Mestre. Nel 2025 gli interventi sono proseguiti lungo la stessa direttrice. A Roma è stata completata la sostituzione di due terzi dell'impianto di climatizzazione VRF con macchine più performanti, intervento che ha già comportato una riduzione dei consumi pari all'11% per l'energia elettrica e al 3% per il gas naturale, e la cui piena conclusione è prevista entro giugno 2026. Sono stati inoltre avviati i lavori di efficientamento dell'impianto termico, con la sostituzione di componenti del sistema solare termico, del suo sistema centrale e dei produttori di acqua sanitaria istantanea: al termine dell'intervento, previsto nel 2026, ci si aspetta un'ottimizzazione nella produzione di acqua calda sanitaria e la conseguente diminuzione del consumo di gas naturale. La completa sostituzione dell'impianto BMS¹³ con un sistema BEMS¹⁴, che consentirà un monitoraggio continuo e ottimizzato dei consumi energetici, inizialmente prevista per il 2025 sarà conclusa invece nel 2026.

Sempre nel 2025, al Campus di Torino Marconi è stata portata a termine l'installazione del cappotto termico, i cui benefici si manifesteranno nelle prossime stagioni invernali, mentre al Campus di Chieti si è conclusa l'installazione dell'impianto fotovoltaico da 131 kW, che porterà a una riduzione dei consumi energetici da rete stimata tra il 12% e il 15%.

Queste azioni si inseriscono in un quadro di obiettivi di medio periodo orientati all'ottimizzazione dei consumi annui per camera. In tale ambito, CX Living interviene sia attraverso azioni strutturali sugli asset, volte a migliorarne in modo duraturo le prestazioni energetiche (tra cui riqualificazione degli impianti, installazione di pannelli solari e isolamento termico), sia mediante misure operative finalizzate alla riduzione dei consumi non indispensabili, come lo spegnimento programmato delle luci negli uffici e l'adozione di linee guida per una gestione responsabile delle stampe. Parallelamente, CX Living punta a riequilibrare la propria combinazione energetica, con l'obiettivo di raggiungere entro il 2028 una quota del 60% di energia da fonti rinnovabili, riducendo al 40% quella di origine fossile, facendo leva principalmente sugli interventi strutturali. Venendo ai consumi d'energia nel triennio 2023-2025, nell'ultimo anno il consumo totale ha raggiunto i 74.135 GJ. Tale incremento è attribuibile all'espansione del perimetro operativo, con l'apertura delle nuove sedi di Modena e Napoli, l'ampliamento del Campus di Torino Vanchiglia e il pieno regime delle strutture di Trieste e NoM, inaugurate negli ultimi mesi del 2024. Per cogliere meglio l'efficienza d'uso dell'energia rispetto alla crescita del business, abbiamo monitorato l'intensità energetica rapportata al fatturato: nel 2025 il valore risulta pari a 1,52 GJ per euro di ricavi, in decremento rispetto all'anno precedente. In parallelo abbiamo analizzato l'intensità energetica per metro quadrato di superficie a pavimento, pari nel 2025 a 0,37 GJ/m², rispetto ai 0,38 nel 2024, indicatore che consente di valutare nel tempo l'efficacia degli interventi di efficientamento sulle nostre strutture. I valori dell'intensità energetica nel triennio 2023-2025 sono riportati nella tabella seguente.

¹² Variable Refrigerant Flow - Flusso di Refrigerante Variabile.

¹³ Building Management System.

¹⁴ Building Management Energy System.

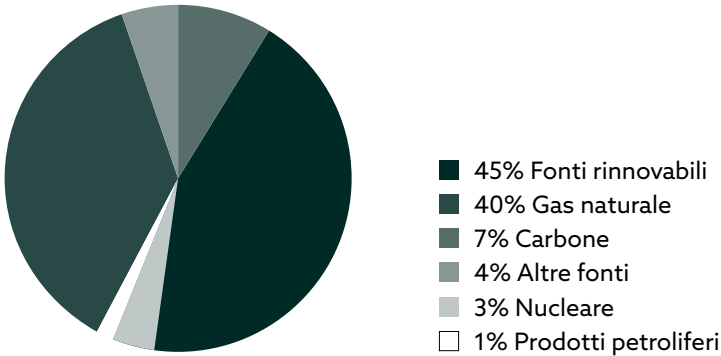
Con riferimento alla composizione delle fonti energetiche, circa il 45% dell'energia elettrica approvvigionata proviene da fonti rinnovabili, mentre il 4% da altre fonti. Il restante 51% è invece rappresentato da energia di origine non rinnovabile¹⁵, di cui si riportano di seguito i dettagli.

Per quanto concerne le altre voci di consumo¹⁶, nel 2025 si è osservato un incremento contenuto rispetto all'anno precedente, pari a circa il 3%.

Intensità energetica	2025	2024	2023
Totale energia consumata (GJ)	74.135	63.688	52.322
Fatturato (mln €)	48,831	36,418	26,006
Superficie occupata (m²)	198.110	167.710	129.507
Energia consumata / Fatturato (GJ/€)	1,52	1,75	2,01
Energia consumata / Superficie occupata (GJ/m²)	0,37	0,38	0,40

Energia Consumata all'interno dell'organizzazione (kWh)	2025	2024	2023
Consumo Energia Elettrica	13.380.037	10.671.238	7.463.580
Consumo Energia derivante da Gas naturale (Riscaldamento, produzione ACS e cottura cibi)	4.319.959	4.404.472	4.412.223
Consumo Energia derivante da Gas da Teleriscaldamento (Riscaldamento, produzione ACS)	1.506.260	1.480.020	1.461.990
Consumo Energia derivante da vapore da cogenerazione	1.386.810	1.135.350	1.196.109
Totale di energia consumata (Kwh)	20.593.066	17.691.080	14.533.901
Totale di energia consumata (GJ)	74.135	63.688	52.322

Standard, metodologie, ipotesi e/o strumenti di calcolo utilizzati: consumi effettivi rilevati da misuratori.
Fattori di conversione utilizzato: 1 SMC = 10,69 kWh.



¹⁵ Fonte è il contratto di fornitura di energia e gas.

¹⁶ Fatta eccezione per l'energia elettrica, il perimetro di rendicontazione varia tra le diverse voci di consumo poiché i campus utilizzano fonti energetiche differenti. Di seguito i perimetri delle voci:

- Consumo Energia derivante da gas naturale (Riscaldamento, produzione ACS e cottura cibi): CX Rome | Tor Vergata, CX Chieti, CX Bari e CX Turin | Vanchiglia, CX Trieste | Giulia;

- Consumo Energia derivante da Gas da Teleriscaldamento (Riscaldamento, produzione ACS): CX Turin | Marconi;
- Consumo Energia derivante da vapore da cogenerazione: CX Florence | Rifredi.

4.2 La risorsa idrica

Un uso responsabile della risorsa idrica è essenziale per la tutela degli ecosistemi naturali e per il benessere delle persone che ne dipendono. Per questa ragione, la gestione dell’acqua rappresenta per noi un ambito di attenzione prioritaria, affrontato con un approccio integrato volto a garantirne un impiego ottimale.

L’acqua che consumiamo proviene dalla rete idrica cittadina ed è restituita alla rete fognaria nel rispetto della normativa vigente. Per ridurre la pressione sulle risorse potabili, per le aree verdi utilizziamo, dove possibile, fonti alternative: al campus di Tor Vergata di Roma, ad esempio, per l’irrigazione da maggio a settembre di circa 5.000 mq ricorriamo a un pozzo artesiano, che contribuisce con circa 25.000 m3 di acqua all’irrigazione stagionale.

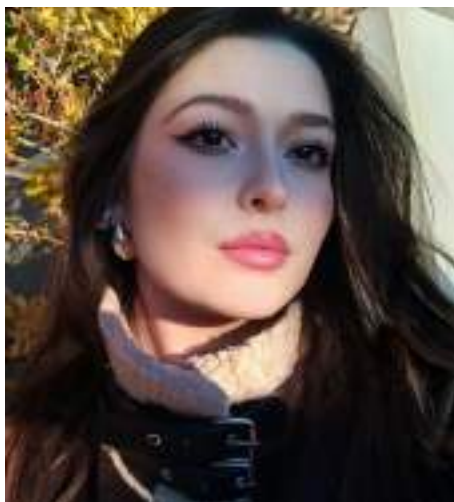
Nel 2025 abbiamo inoltre rafforzato l’attenzione verso la risorsa idrica nell’Head Office, installando un depuratore direttamente al rubinetto per fornire acqua potabile a tutte le persone che vi lavorano. Questa scelta non incide sui volumi complessivi di acqua consumata ma punta a ridurre il ricorso all’acqua imbottigliata da parte del personale, scoraggiando un’abitudine di acquisto evitabile e contribuendo così a diminuire il numero di imballaggi, la quantità di rifiuti prodotti e gli impatti ambientali associati al trasporto e allo smaltimento delle bottiglie.

Nel 2025 i consumi idrici complessivi sono risultati pari a 257.043 m3, in aumento di circa l’8% rispetto all’anno precedente¹⁷, incremento anche questo attribuibile all’espansione del perimetro operativo.

Consumo di acqua in m³	2025	2024	2023
Consumo totale di acqua in tutte le aree (m³)	257.043	237.212	180.327

Intensità idrica	2025	2024	2023
Consumo totale di acqua (m³)	257.043	237.212	180.327
Fatturato (mln €)	48,831	36,418	26,006
Superficie occupata (m²)	198.110	167.710	129.507
Consumo idrico / Fatturato (m³/€)	5,27	6,51	6,93
Consumo idrico / Superficie occupata (m³/m²)	1,30	1,41	1,39

¹⁷ Il dato comprende i consumi dei campus di Modena, Napoli e Torino Vanchiglia calcolati su 4 mesi, in quanto l’inaugurazione delle prime due strutture e la riapertura della terza nel sono avvenute tutte nel settembre 2025.



INTERVISTA

Ilenia Nicole Cristella

"Adoro vivere in CX. Sin da subito mi sono sentita accolta: prima di trasferirmi ho contattato la reception per alcune informazioni e ho ricevuto una risposta immediata, chiara e molto cortese. Quando poi sono arrivata, mi sono innamorata del campus. Offre non solo un alloggio, ma un'esperienza a 360 gradi.

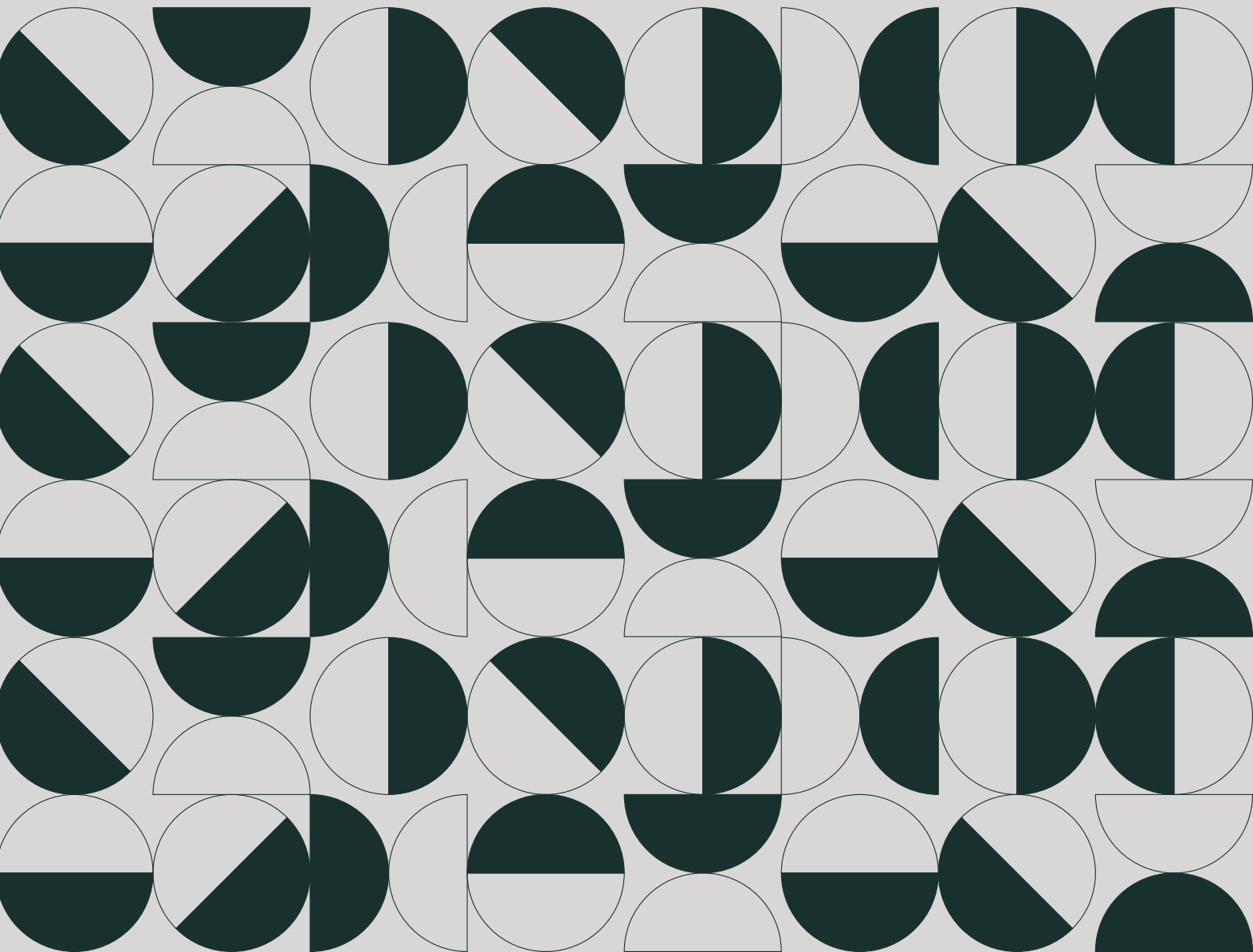
Apprezzo la presenza di una reception attiva 24 ore su 24; la sala biliardo e la sala cinema sono i miei spazi preferiti e, per quanto possa sembrare insolito, trovo bellissima persino la lavanderia.

Ho creato subito molte amicizie, non solo con le coinquiline ma anche con altri ragazzi del campus, italiani e internazionali. CX propone ogni mese diversi **eventi, perfetti per conoscere persone nuove.** Il primo a cui ho partecipato è stata una grigliata sul terrazzo: credo di non essermi mai divertita così tanto con persone appena incontrate che neppure parlavano la mia lingua. Il divertimento, qui, non manca.

Tra gli eventi che ho amato di più ci sono il **"Paint day"**, con una lunga tavolata piena di cavalletti, tele, pennelli e tempere, in cui ci siamo messi a dipingere sorseggiando un calice di vino, e il **"Valentine's Chocolate Lab"**, un pomeriggio dedicato a creare cioccolatini personalizzati guidati da una professionista del settore. Al termine del workshop ognuno è tornato a casa con i propri dolci, un grembiule brandizzato e una visita al museo del cioccolato. Quando ci si trova così bene in un posto come CX, la distanza da casa pesa decisamente meno."

5.

Governance aziendale



5.1 Struttura della governance

La nostra struttura di governance segue il modello tradizionale delineato dal Codice civile, che definisce l'articolazione delle funzioni e delle responsabilità, oltre a sviluppare un adeguato sistema di controllo interno. Essa garantisce l'adozione di scelte gestionali consapevoli e rispettose di una corretta valutazione dei rischi d'impresa. L'attuale Statuto prevede i seguenti Organi di governo:

- **Assemblea dei soci** è l'organo collegiale deliberativo. È presieduta dal presidente del Consiglio di amministrazione e validamente costituita con la presenza di un numero di soci di almeno il 50% del capitale sociale;
- **Consiglio di amministrazione (CdA)** è composto da quattro amministratori, rispettivamente: Presidente del CdA, Chief Executive Officer, Chief Financial Officer e Consigliere della Società (privo di altre funzioni direttive). Ad essi spettano tutti i poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione salvo quanto predisposto dalla legge. Il presidente del CdA non ha un ruolo manageriale all'interno dell'organizzazione.

Il CdA ha il compito di monitorare il generale andamento della società approvando con cadenza annuale il budget economico patrimoniale e il piano pluriennale economico. L'attuale CdA è stato rinnovato a maggio 2023, con un mandato di tre anni.

Requisiti essenziali per la nomina a consigliere di amministrazione sono criteri quali la moralità, l'etica, la riconoscibilità e l'autorevolezza professionale oltre ovviamente alle esperienze e competenze pregresse.

Nell'individuazione dei membri del Consiglio di amministrazione vengono tenuti in considerazione criteri di moralità, etica oltre che di riconoscibilità ed autorevolezza professionale. Vengono altresì tenute in considerazione le esperienze e competenze maturate se rilevanti per la strategia di business.

Il CdA si occupa annualmente dell'approvazione del Piano Strategico aziendale, che include al suo interno le diverse direttrici su cui si sviluppa il piano stesso: budget economico finanziario, investimenti tecnici, piano operativo, human capital, sostenibilità e corporate identity.

Ogni quattro mesi il management aggiorna il CdA sullo stato di avanzamento dei progetti previsti dal Piano Strategico, nonché sull'andamento operativo gestionale delle attività della Società, in incontri che prendono il nome di "Board Update".

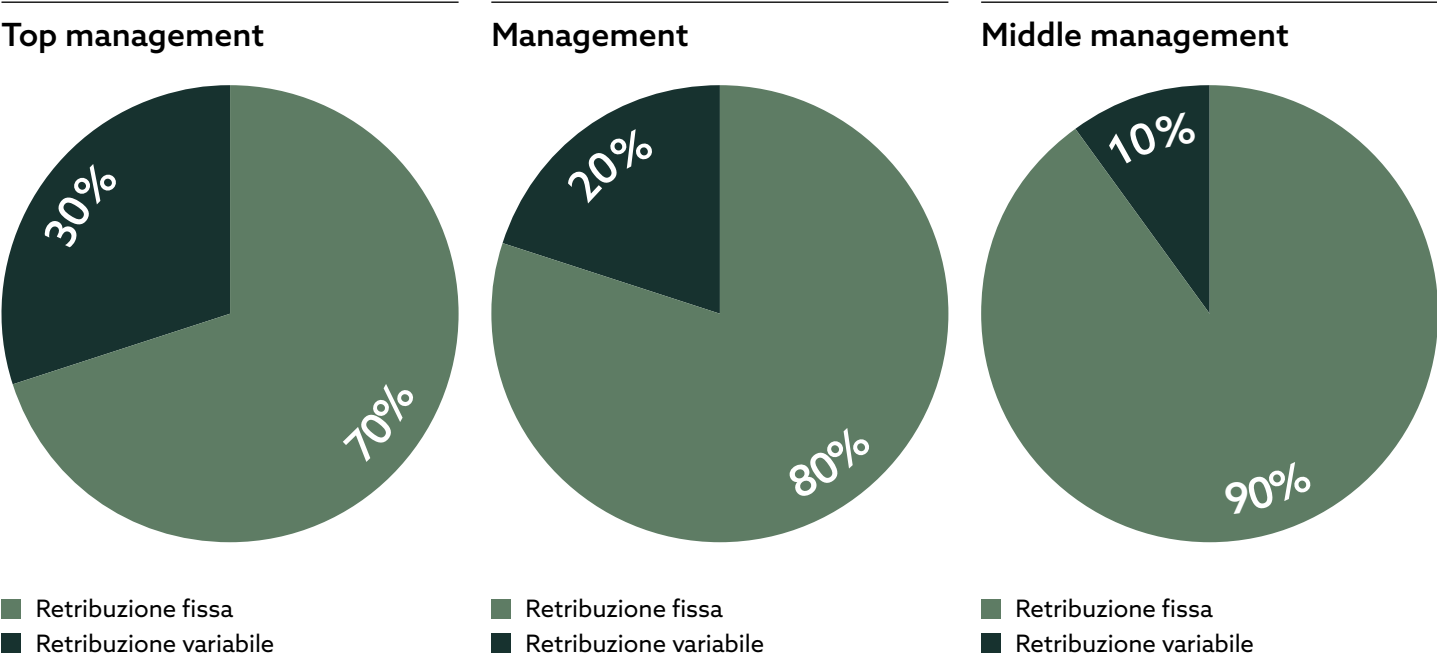
Il forte impegno del CdA nei confronti della sostenibilità è ulteriormente testimoniato dalla nomina di un responsabile per la definizione della Strategia di Sostenibilità (Head of Employee Experience & ESG), che - a diretto riporto dell'Amministratore Delegato - attribuisce a ciascun responsabile di funzione (Head of Department) gli obiettivi di competenza in ambito sostenibilità. Le iniziative promosse e le pratiche adottate in ambito sostenibilità vengono annualmente rendicontate al CdA attraverso una relazione apposita.

All'interno del CdA sono presenti competenze consolidate in ambito sostenibilità, con particolare riferimento al Presidente del CdA. La sua vasta esperienza include numerosi mandati in CdA di Società quotate e una diretta partecipazione a progetti di Sostenibilità Sociale e a organizzazioni del terzo settore.

Attualmente non è previsto un processo di valutazione dell'operato del CdA relativamente a tematiche di sostenibilità. La declinazione, nel 2023, del Piano di Sostenibilità e della relativa scorecard rappresenta un passo in avanti nel monitoraggio dell'avanzamento degli obiettivi fissati e della performance aziendale.

5.2 **Politica di retribuzione del management**

La politica retributiva di CX Living prevede, per tutto il management aziendale, sia una componente fissa che una componente variabile annuale. Il pay mix per le figure manageriali è rappresentato nei grafici seguenti.



La componente variabile della retribuzione è subordinata al raggiungimento di specifici obiettivi aziendali o individuali, declinati dagli obiettivi previsti dal piano industriale, inclusi quelli legati all’implementazione della nostra strategia ESG.

5.3 **Il Codice Etico**

Il Codice Etico rappresenta il codice comportamentale che definisce il corpus di principi verso cui la Società orienta il proprio operare e agire. In quanto tale, si colloca idealmente a monte dell’intero sistema di corporate governance e rappresenta una guida per la gestione delle attività aziendali. Nella sua attuale formulazione il nostro Codice integra espliciti richiami agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell’Agenda 2030 delle Nazioni Unite, rendendo evidente come i valori e le regole che lo compongono si inseriscano in un orizzonte di responsabilità che va oltre i confini aziendali. L’osservanza dei principi e dei valori d’impresa previsti dal Codice è vincolante per tutti coloro con i quali cooperiamo a qualunque titolo: dai dipendenti e collaboratori, ai fornitori, consulenti, partner commerciali e chiunque agisca in nome o per conto della Società. I soggetti destinatari sono tenuti ad attenersi a quanto indicato nel Codice ed eventualmente ad adeguare i propri comportamenti ai principi ivi enunciati, pena le misure disciplinari previste dal Codice stesso della Società.



I principi ivi enunciati sono espressione dell'identità di CX Living. Essi sono stati individuati attraverso un lavoro di condivisione interno e poi formalizzati nel documento, e possono essere così riassunti:

- **inclusività**, basata su un trattamento di equità e di pari opportunità, indipendentemente dalle differenze di genere, religione, razza, nazionalità, orientamento sessuale, status sociale, abilità fisiche ed età, principio che abbiamo volutamente messo in dialogo con gli obiettivi globali sul lavoro dignitoso e sulla riduzione delle disuguaglianze (SDG 8 e SDG 10);
- **valorizzazione delle relazioni umane**, a partire dall'agire con cortesia come forma di intelligenza sociale, come capacità di tener conto delle circostanze e degli stati d'animo dei colleghi attraverso lo sviluppo di uno spirito collaborativo così da contribuire alla costruzione di comunità più inclusive e accoglienti (SDG 11);
- **salvaguardia dell'ambiente**, con l'intento di garantire alle generazioni di domani un mondo migliore, limitando al minimo gli effetti delle proprie attività sull'ambiente naturale, in coerenza con l'obiettivo dedicato alla tutela degli ecosistemi terrestri (SDG 15);
- **responsabilità, onestà e trasparenza**, in conformità a quanto previsto dalla legge e come sviluppo del mindset da assumere nel rapporto con l'esterno e con i dipendenti, riconoscendo il ruolo dell'integrità aziendale nel rafforzare istituzioni più giuste e affidabili (SDG 16).

Il Codice stabilisce inoltre regole chiare in materia di contrasto alla corruzione e al riciclaggio, prevenzione dei conflitti di interesse, rispetto della privacy e dei dati personali, gestione trasparente e veritiera delle informazioni contabili, sicurezza sul lavoro, nonché correttezza nei rapporti con clienti, fornitori e Pubblica Amministrazione.

In coerenza con il Modello 231/2001 adottato, all'Organismo di Vigilanza è affidata la formazione, sensibilizzazione e vigilanza rispetto alla diffusione e la piena applicazione del Codice Etico. Nel rispetto della normativa sul whistleblowing è inoltre attivo un canale riservato per la segnalazione di violazioni o sospetti di condotta non conforme.

Alla luce del nuovo assetto organizzativo, il Codice Etico sarà oggetto di revisione nel prossimo futuro, così da aggiornarne i contenuti alla nuova struttura societaria e mantenerne l'allineamento con l'evoluzione del contesto normativo e degli impegni di sostenibilità già assunti da CX Living.

5.4 Modello di organizzazione, gestione e controllo (231/2001)



Modello
organizzativo
D. Lgs 231/2001

Il valore dell'etica, della correttezza e trasparenza sono un elemento indispensabile per la conduzione delle nostre attività, per tutelare la nostra immagine e per soddisfare le aspettative di azionisti e dipendenti.

L'adozione, nel 2017, del Modello di organizzazione gestione e controllo è stata mossa dall'obiettivo di migliorare il sistema di controllo interno, limitando in maniera significativa il rischio di commissione dei reati previsti dal D.Lgs. 231/01, e beneficiare dell'esimente dalle sanzioni previste dal medesimo decreto.

Alla luce dell'evoluzione societaria che ha portato alla costituzione di CX Living e alla ridefinizione del perimetro organizzativo del Gruppo, è oggi in programma un aggiornamento del Modello 231, volto ad assicurarne la piena coerenza con la nuova struttura, i processi operativi e le responsabilità aziendali. Tale aggiornamento si inserisce in un più ampio percorso di rafforzamento dei presidi di governance e controllo¹⁸.

L'adozione del Modello rappresenta un atto di responsabilità sociale nei confronti dei nostri stakeholder e, al tempo stesso, uno strumento per la loro sensibilizzazione, per favorire una loro piena consapevolezza circa la gravità di condotte scorrette e come queste possano danneggiare la società in generale.

¹⁸ Vedasi anche l'aggiornamento del Codice etico di cui al paragrafo precedente.

5.5 Assetto organizzativo

L'assetto organizzativo individua le figure apicali alle quali spettano le responsabilità operative e di controllo dei processi aziendali. Dal punto di vista strutturale, la nostra organizzazione si articola in una sede legale (citata nel documento come Head Office) e più sedi operative (Strutture), coincidenti con le strutture gestite e dislocate sul territorio nazionale. La sede di Roma funge anche da sede amministrativa, in cui risiede il management che esercita funzioni di indirizzo strategico, coordinamento e controllo dell'intero processo di business.

L'organigramma segue una struttura gerarchica a diretto riporto del **CEO** (che ha la responsabilità della gestione e dei risultati aziendali) e prevede dipartimenti di linea e di staff, che rispettano la seguente articolazione.

Operations

Ha la responsabilità dell'esecuzione di tutte le attività necessarie alla gestione delle strutture, anche attraverso il coordinamento e la gestione dei fornitori esterni, allo scopo di garantire gli obiettivi di qualità del servizio, di redditività e il rispetto degli standard di sicurezza e di prodotto/servizio. Coordina le attività di pre-opening delle nuove strutture in apertura e il relativo handover. Ha inoltre la responsabilità di programmare ed indirizzare le attività di manutenzione ordinaria e straordinaria necessarie al corretto funzionamento delle residenze, definendo e monitorando il budget dei relativi piani. Definisce e monitora i target connessi alla gestione dell'energia. Gestisce i rapporti di natura operativa e manutentiva con le Proprietà delle strutture. Garantisce la gestione di ospiti e residenti supportando l'implementazione del Piano Community. Presidia i rapporti con gli stakeholder locali sia istituzionali che di business. Definisce e monitora l'aderenza agli standard operativi oltre che l'evoluzione dei sistemi tecnologici a servizio dei processi.

Real Estate Development

Valuta le proposte di sviluppo immobiliare, ne definisce i business plan, coordina la fase di negoziazione degli aspetti contrattuali con le terze parti coinvolte. Coordina ed indirizza tutte le attività tecniche propedeutiche all'attività di rinnovamento e all'apertura di nuove strutture. Contribuisce alle attività di progettazione e alla definizione degli standard di interior design. Garantisce il monitoraggio dei lavori di costruzione o ristrutturazione, nel rispetto di un piano di lavoro finalizzato a consegnare le strutture in opening ad Operations in tempo utile per un opening sostenibile. Presidia le fasi di collaudo, la posa degli arredi e degli FF&E. Garantisce l'evasione delle procedure amministrative e burocratiche propedeutiche alla commercializzazione e all'apertura al pubblico delle strutture in coordinamento con Operations.

Commercial

Definisce e guida la strategia di posizionamento e sviluppo del brand, assicurando coerenza e distintività della comunicazione su tutti i canali, digitali e tradizionali. Sviluppa e consolida partnership strategiche, contribuendo alla crescita del business e al rafforzamento del network relazionale e istituzionale della Società. Presidia le attività digitali, inclusi strumenti, advertising e CRM, nonché la gestione dei canali social, assicurando l'efficacia delle iniziative di comunicazione esterna e interna e il coinvolgimento della Community. Definisce e monitora il piano di sviluppo della Community, promuovendo iniziative volte alla fidelizzazione e all'ampliamento del portafoglio clienti. Contribuisce alla crescita dei ricavi attraverso lo sviluppo di strategie commerciali, di pricing e di gestione dell'inventario, supportate da analisi di mercato, benchmarking e monitoraggio dei competitor. Fornisce linee guida, strumenti e coordinamento alle attività di reservation, garantendo coerenza operativa ed efficacia nella gestione delle vendite.

**Administration, Finance
& Controlling**

Garantisce il presidio delle attività di ciclo attivo e passivo, nonché la redazione del bilancio della Società secondo metodologie e modelli conformi, assicurando inoltre le attività di pianificazione e controllo, monitorandone l'attuazione e curandone il periodico aggiornamento. Presidia le attività finanziarie e la pianificazione dei relativi fabbisogni, assicurando il mantenimento della struttura finanziaria target e la minimizzazione dei rischi finanziari. Assicura la determinazione del carico fiscale, la gestione delle attività assicurative e l'ottimizzazione degli assetti partecipativi societari. Contribuisce alla definizione e alla valutazione delle iniziative di investimento, degli accordi di collaborazione e partnership, nonché delle operazioni di acquisizione e cessione di partecipazioni, aziende e rami d'azienda. Garantisce la disponibilità di accordi di fornitura per beni e servizi con partner in grado di assicurare il rispetto dei requisiti qualitativi, dei tempi di consegna e dei costi previsti. Contribuisce alla definizione delle strategie d'acquisto, curandone l'implementazione e verificandone l'efficace attuazione. È responsabile della valutazione preventiva e periodica dei fornitori, promuovendo azioni di ottimizzazione dei costi e di razionalizzazione degli acquisti.

HR, Organization & Sustainability

Ha la responsabilità di definire, sviluppare e aggiornare l'assetto organizzativo della Società, assicurandone coerenza, efficienza e allineamento con gli obiettivi strategici aziendali. In tale ambito, garantisce la diffusione e il rispetto dei valori aziendali, promuovendone l'integrazione concreta in tutti i processi, comportamenti e pratiche operative. Assicura il reperimento, la gestione e lo sviluppo delle risorse umane necessarie al raggiungimento degli obiettivi aziendali, attraverso politiche e strumenti volti ad attrarre, motivare e trattenere i talenti. Promuove attivamente la crescita professionale delle persone, valorizzandone competenze e potenzialità mediante percorsi strutturati di formazione, sia individuale sia collettiva, e favorendo un ambiente di lavoro inclusivo, meritocratico e orientato al miglioramento continuo. Garantisce l'equilibrio e la coerenza delle politiche retributive e di incentivazione, assicurandone la competitività sul mercato e il rispetto dei principi di equità interna, sostenibilità economica e responsabilità sociale. Definisce e guida la strategia di sostenibilità aziendale, coordinando le strutture coinvolte nell'implementazione delle iniziative ESG (Environmental, Social, Governance). Ne assicura l'efficace attuazione attraverso attività di monitoraggio, misurazione e rendicontazione dei risultati, contribuendo alla creazione di valore sostenibile nel lungo periodo per tutti gli stakeholder.

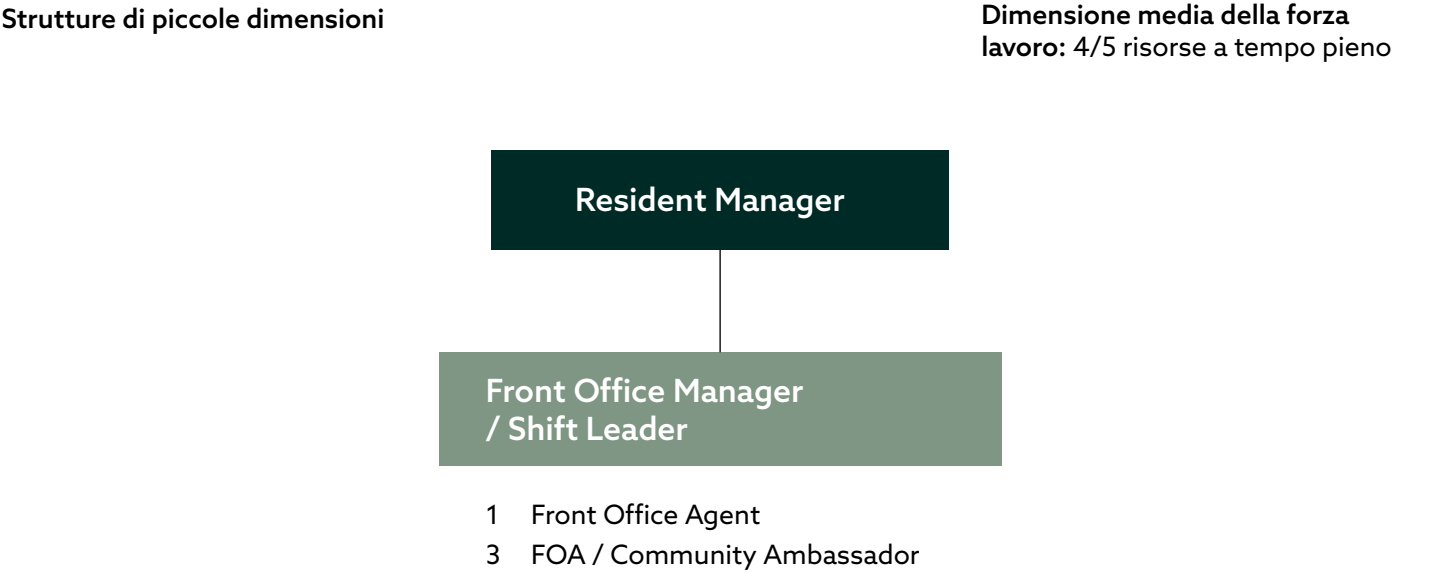
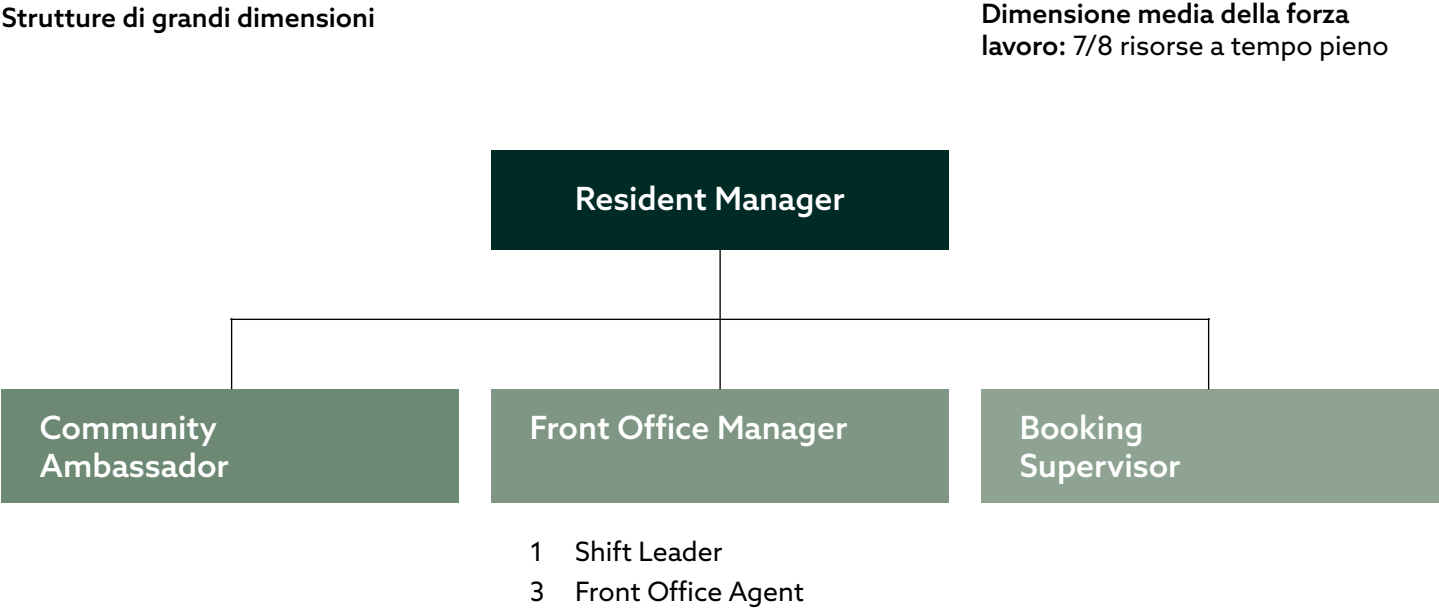
Legal Affairs

Garantisce il presidio e la gestione delle tematiche legali della Società, assicurando il supporto alle funzioni aziendali nella definizione e nell'attuazione delle iniziative strategiche e operative, nel rispetto della normativa vigente e dei principi di governance. Presidia la redazione, negoziazione e gestione dei contratti e delle convenzioni relative all'alloggio e all'utilizzo degli spazi, nonché dei contratti con fornitori e partner, tutelando gli interessi aziendali e mitigando i rischi legali. Gestisce gli aspetti societari e di governance, assicurando il corretto adempimento degli obblighi normativi e il supporto agli organi societari. Cura i rapporti con locatori e la gestione degli asset immobiliari sotto il profilo legale, supportando le iniziative di sviluppo real estate. Assicura il presidio delle tematiche di privacy e protezione dei dati, nonché di proprietà intellettuale, garantendo la conformità normativa e la tutela del patrimonio aziendale. Supporta la gestione dei rapporti con la Pubblica Amministrazione, assicurando il corretto inquadramento normativo delle attività e delle iniziative aziendali.

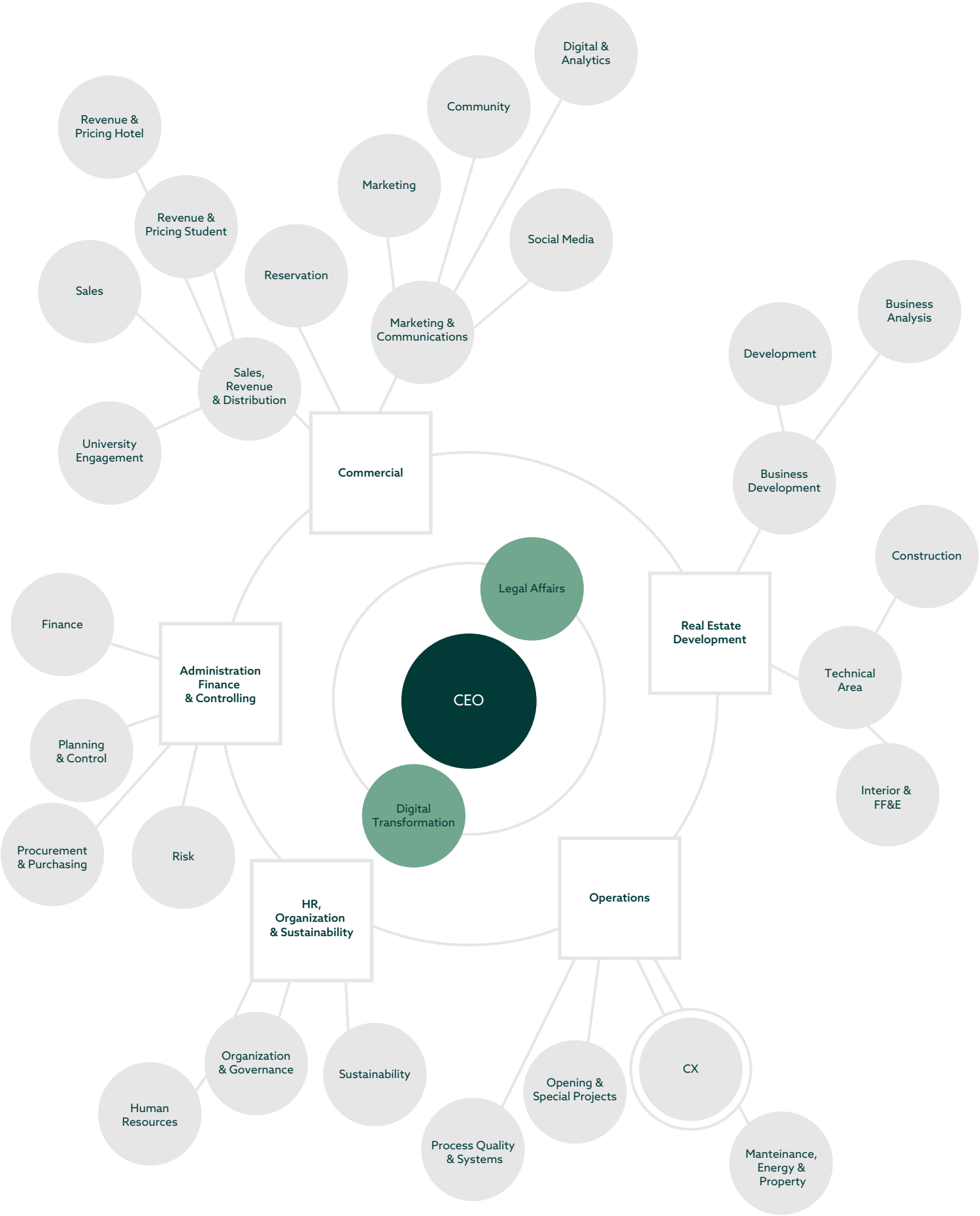
Ha la responsabilità di definire e guidare la strategia di trasformazione digitale di CX Living, assicurando l'evoluzione del framework tecnologico e del patrimonio IT in coerenza con gli obiettivi di business e con le dinamiche del mercato. Rappresenta il punto di riferimento per la governance tecnologica e l'innovazione digitale, contribuendo alla creazione di valore, all'efficienza operativa e alla competitività aziendale. Garantisce l'affidabilità, la sicurezza e la scalabilità dell'infrastruttura IT, supervisionando policy, processi e fornitori esterni, nel rispetto degli standard di servizio e continuità operativa. Collabora con le funzioni aziendali per tradurre le esigenze di business in soluzioni digitali efficaci, favorendo l'integrazione tra tecnologia e processi. Promuove l'innovazione e la digitalizzazione, valutando e introducendo nuove tecnologie in grado di generare impatti concreti sull'organizzazione. Coordina progetti complessi di trasformazione digitale, definendo roadmap e priorità, e monitorando risultati e KPI in ottica di business impact.



L'organizzazione delle strutture operative è affidata a un Resident Manager che coordina un organico la cui dimensione dipende dalla tipologia di struttura. Alcune residenze possono contare su una struttura più snella (composta da 4 o 5 unità) a fronte di quelle di maggiore complessità (che possono raggiungere le 7 o 8 unità).



Organigramma CX





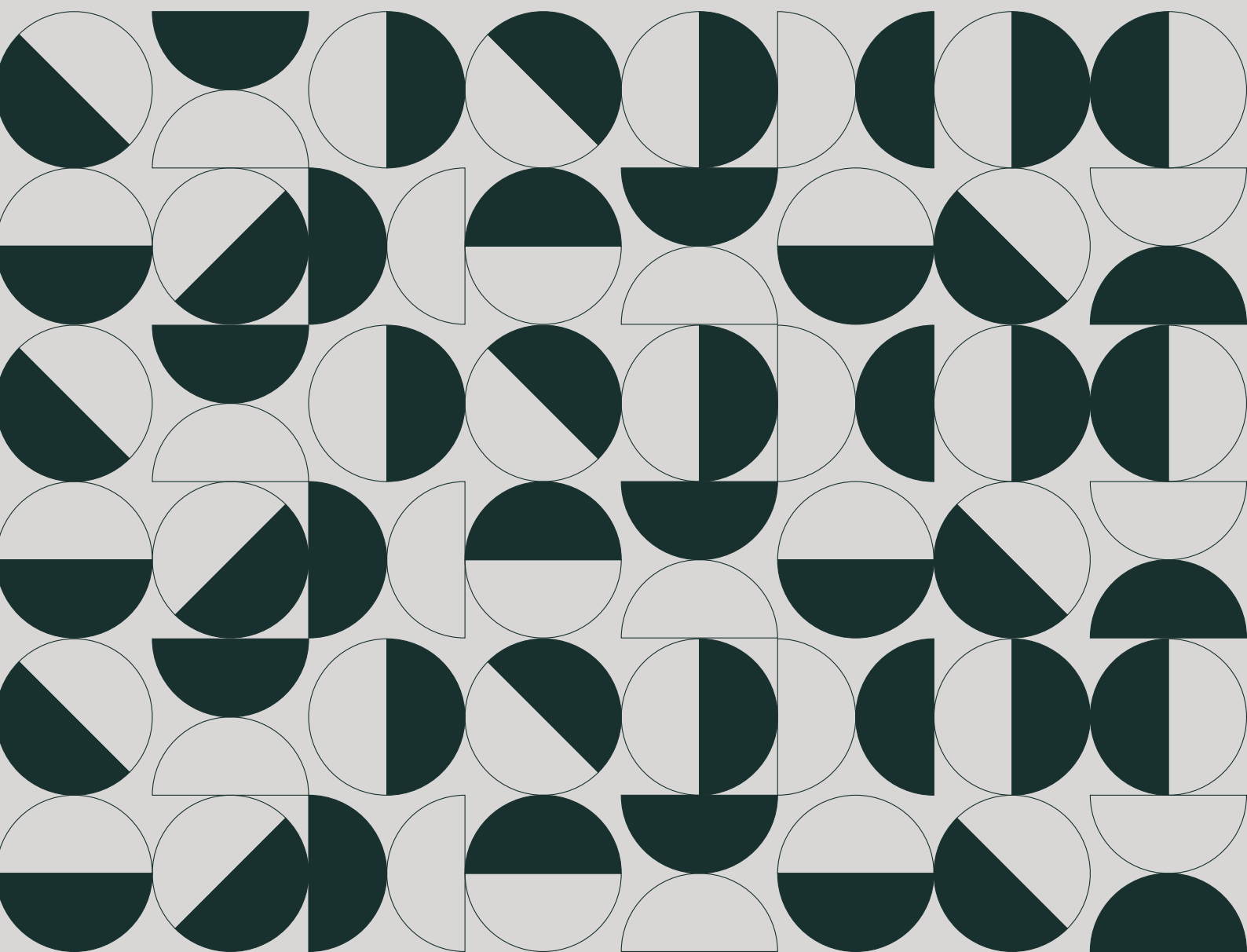
INTERVISTA

Damjan Vuckovic

“Vivere in un **ambiente internazionale** è un aspetto fondamentale della mia esperienza come studente fuori sede. Essere circondato da persone che si stanno integrando in un nuovo Paese crea un **forte senso di connessione**: condividiamo sfide simili e prospettive comuni. Siamo tutti attraversando un periodo di adattamento e chi è in Italia da più tempo condivide consigli e offre un sostegno importante. Ho incontrato studenti provenienti dall’Africa, dall’Asia e da tutta Europa, persino dal mio Paese, la Serbia: questo rende la quotidianità incredibilmente ricca e stimolante. Socializzare è semplice, perché si è costantemente **circondati da persone con background e storie uniche**. Le conversazioni portano spesso a nuove idee e aprono prospettive diverse. In un ambiente così interculturale non mi sento mai giudicato: al contrario, c’è un senso di accettazione, rispetto e apertura che mi fa sentire a mio agio nell’essere me stesso.”

6.

Sostenibilità economica



In continuità con quanto osservato all'inizio dell'anno accademico 2024-2025, nel 2025 si è ulteriormente consolidato il trend di piena occupazione delle camere nonostante la Società avesse applicato significativi incrementi alle tariffe per compensare le dinamiche inflattive sui costi. Si segnala inoltre la soddisfacente crescita anche dell'attività ricettiva ibrida, a cui si aggiunge l'apertura delle nuove residenze di Napoli, Modena e Torino. CX Living ha consolidato nel 2024 ricavi di € 47,8 milioni e un utile di € 2,8 milioni.

Tale risultato non esprime ancora in modo adeguato l'ulteriore rafforzamento operativo, reddituale e patrimoniale che la Società ha perseguito, in continuità con gli esercizi precedenti. La società si è affermata grazie al suo modello di ospitalità ibrida, dove residenze per studenti sono integrate con camere hotel, hostel ed in futuro anche coworking. Un modello di business fondato su procedure dettagliate, sistemi innovativi ed un team professionale e motivato, composto da giovani donne e uomini con un'età media aziendale di 32 anni.

La Società ha comunque mantenuto un'adeguata robustezza patrimoniale e una solida disponibilità di cassa. Maggiori dettagli sull'andamento del 2025 sono disponibili nel fascicolo di bilancio a cui il presente Report è annesso.



6.1 Il Valore Economico Generato e Distribuito

Perché un’organizzazione possa intraprendere un percorso di sviluppo consapevole è fondamentale la interrelazione tra le tre dimensioni della sostenibilità: ambientale, sociale ed economica. La sostenibilità economica, in particolare, determina la capacità di contribuire alla generazione di valore aggiunto per gli stakeholder. Il valore aggiunto rappresenta il risultato che la Società è stata in grado di creare grazie all’attivazione del processo produttivo e soprattutto attraverso il lavoro di tutti coloro che a vario titolo operano nelle diverse sedi operative. Si tratta di una grandezza ottenuta mediante una riclassificazione dei dati contenuti nel conto economico e per questo motivo può essere considerato il principale raccordo contabile tra il bilancio di esercizio ed il Report di Sostenibilità. Il conto economico del Bilancio d’esercizio del 2025 è stato quindi riclassificato per porre in luce il valore economico da noi generato e distribuito ai diversi soggetti che contribuiscono direttamente o indirettamente a produrlo, ovvero agli stakeholder interni ed esterni. Il valore economico generato si riferisce al valore della produzione come da prospetto del conto economico incluso nel documento di Bilancio della Società mentre il valore distribuito raccoglie i costi riclassificati per categoria di stakeholder coinvolti. Dalla differenza tra queste due grandezze viene determinato il valore economico trattenuto, che comprende il risultato dell’esercizio (utile o perdita), oltre ad ammortamenti e accantonamenti.

Valori in €	2025
Valore economico generato	47.850.341
Costi operativi	33.160.235
Costo del personale	7.618.497
Interessi ed altri oneri	933.578
Costi vs PA e imposte	1.037.902
Valore economico distribuito	42.750.212
Valore economico trattenuto	5.100.129
Utile (o perdita) d’esercizio	2.821.352

Il valore economico generato per l'anno 2025 è risultato pari a € 47.850.341. Per l'esercizio 2025 il valore generato è stato così distribuito: i costi operativi rappresentano la spesa sostenuta nei confronti di tutti i fornitori di beni e servizi necessari allo svolgimento dell'attività dell'organizzazione. Questi, nel 2025 ammontano a € 33.160.235, rappresentando il 69,3% del valore economico generato (ovvero la voce più importante dell'aggregato); al personale è attribuita una quota pari a € 7.618.497 (che rappresenta il 15,9% del valore economico generato). Questa categoria è rappresentata dal personale dipendente. La remunerazione della Pubblica Amministrazione, che si riconduce a costi per imposte dirette e indirette e altri tributi, per il 2025 ammonta a € 1.037.902 (il 2,2% del valore economico generato). Questa voce rappresenta quel beneficio economico che la Pubblica Amministrazione trae dal nostro operato, come contribuzione alla copertura della spesa pubblica nazionale. La quota riconosciuta alla categoria dei finanziatori è stata pari a € 933.578 (il 2,0% del valore economico generato). La categoria è rappresentata dal sistema creditizio bancario che immette capitale all'interno dell'organizzazione. La remunerazione di questa categoria avviene principalmente attraverso gli oneri finanziari che maturano sul capitale di credito. Il valore economico distribuito agli stakeholder nel 2025, dunque, è stato pari a € 42.750.212, ed il valore economico trattenuto, invece, nel 2025 è stato pari a € 5.100.129 (pari al 10,7% del totale). Questo valore corrisponde alla somma di ammortamenti, accantonamenti e all'utile di esercizio, quest'ultimo pari a € 2.821.352.



INTERVISTA

**Seyed Mobin
Ghomi Mousavi**

"CX è una community multiculturale e farne parte è un'esperienza davvero arricchente. Ogni giorno hai la possibilità di stringere amicizie con persone provenienti da tutto il mondo ed entrare in contatto con culture diverse. È stimolante scoprire nuovi cibi e confrontarsi con tradizioni e punti di vista differenti. Essere circondati da tanta diversità aiuta anche a crescere personalmente: si imparano ad apprezzare le qualità positive delle persone e si diventa più aperti mentalmente. Allo stesso tempo si sviluppa una migliore comprensione delle differenze e si impara a gestirle con rispetto. Nel complesso, **è un ambiente che amplia gli orizzonti** e aiuta a diventare persone più adattabili ed empatiche."

GRI

Content index

CX Living S.r.l. ha redatto un report in conformità agli Standard GRI per il periodo che va dal 01/01/2025 al 31/12/2025 nella modalità **"with reference"**. Nella seguente tabella è riportata la correlazione tra le informazioni contenute nel Report di Sostenibilità 2025 di CX Living e gli Standards GRI.

Dichiarazione d'uso	Nel presente Report di Sostenibilità sono rendicontate le seguenti informative GRI per il periodo 01/01/2025 - 31/12/2025 di CX Living S.r.l.
GRI 1	GRI 1 - Principi Fondamentali - versione 2021

GRI 2 Informativa Generale 2021

Tema materiale / Disclosure GRI		Riferimenti capitolo / Paragrafo / Ubicazione	Note / Applicazione standard / Omissioni
L'organizzazione e le sue prassi di rendicontazione			
2-1	Dettagli organizzativi	1. Identità e strategia	-
2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	Nota metodologica	-
2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota metodologica	-
2-4	Revisione delle informazioni	3.1 Le risorse umane	Le revisioni delle informazioni sono indicate nel testo.
2-5	Assurance esterna	-	Il Report di Sostenibilità 2024 di Campus X non è stato sottoposto ad assurance esterna. Il documento è stato realizzato con il supporto metodologico di Grant Thornton Consultants S.r.l.
Attività e lavoratori			
2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	1. Identità e strategia	-
2-7	Dipendenti	3.1 Le risorse umane	-
2-8	Lavoratori non dipendenti	3.1 Le risorse umane	-

Tema materiale / Disclosure GRI		Riferimenti capitolo / Paragrafo / Ubicazione	Note / Applicazione standard / Omissioni
Governance			
2-9	Struttura e composizione della governance	5.1 Struttura della governance	-
2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	5.1 Struttura della governance	-
2-11	Presidente del massimo organo di governo	5.1 Struttura della governance	-
2-12	Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	5.1 Struttura della governance	-
2-13	Delega di responsabilità per la gestione di impatti	5.1 Struttura della governance	-
2-14	Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	5.1 Struttura della governance	-
2-15	Conflitti d'interesse	-	Nel periodo di rendicontazione non si sono verificati conflitti di interesse.
2-16	Comunicazione delle criticità	-	Nel periodo di rendicontazione non sono emerse criticità.
2-17	Conoscenze collettive del massimo organo di governo	5.1 Struttura della governance	-
2-18	Valutazione della performance del massimo organo di governo	-	Durante il periodo di rendicontazione il massimo organo di governo di CX Living non è stato soggetto a valutazione delle performance.
2-19	Norme riguardanti le remunerazioni	5.2 Politica di retribuzione del management	-
2-20	Procedura di determinazione della retribuzione	-	Nel periodo di rendicontazione, non è prevista una procedura di determinazione della retribuzione.
2-21	Rapporto di retribuzione totale annuale	-	Per motivi di riservatezza, CX Living non rendiconta il rapporto di retribuzione totale annuale.
Strategia, politiche e prassi			
2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera agli stakeholder	Controllare una volta ricevuta la lettera
2-23	Impegno in termini di policy	2.3 Il piano di sostenibilità di CX Living 2. CX Living e la sostenibilità 5.3 Il Codice Etico	-

Tema materiale / Disclosure GRI		Riferimenti capitolo / Paragrafo / Ubicazione	Note / Applicazione standard / Omissioni
Strategia, politiche e prassi			
2-24	Integrazione degli impegni in termini di policy	5. Governance aziendale	-
2-25	Processi volti a rimediare impatti negativi	-	Attualmente, CX Living non ha ancora implementato dei processi formali volti a rimediare agli impatti negativi in termini di sostenibilità. Tuttavia, si impegna a porre rimedio ad eventuali impatti negativi generati dalla sua attività anche attraverso la predisposizione di appositi processi formali.
2-26	Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	-	Attualmente non sono dei previsti meccanismi formali per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni inerenti a una condotta aziendale responsabile.
2-27	Conformità a leggi e regolamenti	-	Non si segnalano casi di non conformità a leggi e regolamenti e non sono state pagate sanzioni.
2-28	Appartenenza ad associazioni	-	CX Living non è membro di associazioni nazionali e/o internazionali.
Coinvolgimento degli stakeholder			
2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	2.1 Stakeholder engagement	-
2-30	Contratti collettivi	3.1 Le risorse umane	-
GRI 3 Temi materiali			
3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	2.2 Analisi di materialità	-
3-2	Elenco dei temi materiali	2.2.1 La Matrice di materialità	-
3-3	Gestione dei temi materiali	2.3 Il piano di sostenibilità di CX Living	-
Efficientamento energetico			
3-3	Gestione dei temi materiali	4.1 I consumi di energia	-
302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	4.1 I consumi di energia	-
302-4	Riduzione Consumo di Energia	4.1 I consumi di energia	-

Tema materiale / Disclosure GRI		Riferimenti capitolo / Paragrafo / Ubicazione		Note / Applicazione standard / Omissioni
Customer experience				
3-3	Gestione dei temi materiali	1	Identità e strategia	-
Inclusione e accessibilità				
3-3	Gestione dei temi materiali	3.2.1	Borse di studio	-
Tema materiale / Disclosure GRI				
Performance economiche				
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	6.1	Il Valor Economico Generato e Distribuito	-
Acqua				
303-1	Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	4.2	La risorsa idrica	-
303-5	Consumo di acqua	4.2	La risorsa idrica	-
Occupazione e gestione delle risorse umane				
401-1	Nuove assunzioni e turnover	3.1	Le risorse umane	-
404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	3.1.2	La formazione delle risorse umane	-
404-3	Dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	3.1 3.1.2	Le risorse umane La formazione delle risorse umane	-
Salute e Benessere				
403-1	Sistema di gestione salute e sicurezza sul lavoro	3.1.1	Salute e sicurezza sul lavoro	-
403-9	Infortuni sul lavoro	3.1.1	Salute e sicurezza sul lavoro	-
Diversità e pari opportunità				
405-1	Diversità negli organi di governo e tra dipendenti	3.1.3	Diversità e pari opportunità	-
405-2	Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	3.1.3	Diversità e pari opportunità	-
Rapporti con gli istituti Universitari				
413-1	Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	2.3 3.2	Il Piano di Sostenibilità di CX Living Progettualità e iniziative 2024	-

Tema materiale / Disclosure GRI		Riferimenti capitolo / Paragrafo / Ubicazione		Note / Applicazione standard / Omissioni
Sviluppo della community				
413-2	Operazioni con rilevanti impatti effettivi e potenziali sulle comunità locali	3.2	Progettualità e iniziative 2024	-
Digitalizzazione dei servizi e processi aziendali				
NO GRI	Gestione del tema	1.4	Il nostro Modello di Business	-
Certificazioni ESG				
NO GRI	Gestione del tema	2.3	Il piano di Sostenibilità di CX Living	-
Sostenibilità nella catena di fornitura				
NO GRI	Gestione del tema	2.3	Il Piano di Sostenibilità di CX Living	-
		3.2.2	Iniziative solidali	
		3.2.3	Ambiente e cittadinanza attiva	
Attenzione agli sprechi				
NO GRI	Gestione del tema	2.3	Il Piano di Sostenibilità di CX Living	-
		3.2.3	Ambiente e cittadinanza attiva	
Gestione sostenibile dei rifiuti				
NO GRI	Gestione del tema	2.3	Il Piano di Sostenibilità di CX Living	-
		3.2.3	Ambiente e cittadinanza attiva	

Note e appunti

Report di Sostenibilità 2025

CX Living S.r.l.

Via Abruzzi, 25
00187 Roma

Società iscritta al Registro delle Imprese di Milano
Codice fiscale: 07605420962
R.E.A.: 1321584
Partita I.V.A.: 07605420962

Società sottoposta all'attività di direzione
e coordinamento di The Student World S.r.l.

Questo documento è stato realizzato con il supporto
metodologico di Grant Thornton Consultants S.r.l.

Per maggiori informazioni: headoffice@cxliving.it
www.cxliving.com

Roma Tor Vergata

(+39) 06 95222501
hello.rome@cx-place.com

Firenze Rifredi

(+39) 055 5388601
hello.florence@cx-place.com

Bari

(+39) 080 917 6000
hello.bari@cx-place.com

Chieti

(+39) 0871 540677
hello.chieti@cx-place.com

Torino Marconi

(+39) 011 0867200
hello.turinbelfiore@cx-place.com

Torino Vanchiglia

(+39) 011 19464800
hello.turinregina@cx-place.com

Milano Bicocca

(+39) 02 8089 6570
hello.milanbicocca@cx-place.com

Milano NoM

(+39) 02 89 698 219
hello.milannom@cx-place.com

Trieste Giulia

(+39) 040 993 2519
hello.triestegiulia@cx-place.com

Venezia Mestre

(+39) 041 887 6682
hello.venicemestre@cx-place.com

Modena Crocetta

(+39) 059 607 3600
hello.modenacrocetta@cx-place.com

Napoli Centrale

(+39) 081 1980 9560
hello.naplescentrale@cx-place.com

CX LIVING

