



# REPORT DI SOSTENIBILITÀ RELAZIONE DI IMPATTO 2023

Certificazione



Corporation

## CONDIVISIONE

*s. f. [da condiviso, p. pass. del v. condividere]. – 1. Il fatto di dividere, spartire insieme con altri: c. di un appartamento, di un percorso; più spesso fig.: la c. di una preghiera, di una passione, di una visione del futuro<sup>1</sup>*

È la parola del presente, nonostante a volte sia strumentalizzata o banalizzata, la condivisione è quanto tutti noi siamo chiamati a fare quotidianamente, in famiglia, al lavoro, nel tempo libero. È un gesto che richiede un movimento, uno spostamento dall'io all'altro, fisico o anche solo mentale, e quindi racchiude in sé una dimostrazione di interesse, di cura, di attenzione. Con la stessa motivazione Pasticceria Filippi prepara ogni giorno i propri dolci lievitati che saranno poi oggetto di condivisione e con la stessa premura Pasticceria Filippi si prende cura delle persone, della comunità e dell'ambiente che rendono possibile tutto questo. Il racconto della condivisione di Pasticceria Filippi è scritto nello statuto di Società Benefit che l'azienda onora di anno in anno, realizzando progetti di condivisione e raccontando risultati e obiettivi futuri a tutti gli stakeholder, perché davvero come scriveva Christopher McCandless nel libro *Into the Wild*: la felicità diventa reale solo se condivisa.

---

<sup>1</sup> <https://www.treccani.it/vocabolario/condivisione/>

# SOMMARIO

<b>NOTA METODOLOGICA</b>	<b>p. 9</b>	<b>FORZA LAVORO</b>	<b>p. 56</b>
Presentazione del report e criteri di rendicontazione	p. 9	Caratteristiche generali	p. 56
Perimetro di rendicontazione	p. 10	Salute e sicurezza	p. 58
Il processo di redazione, approvazione e pubblicazione	p. 10	Retribuzione, contrattazione collettiva e formazione	p. 58
<b>QUESTA È PASTICCERIA FILIPPI</b>	<b>p. 12</b>	<b>TABELLA DI RACCORDO OBBLIGHI DI INFORMATIVA VSME</b>	<b>p. 59</b>
La nostra storia	p. 12	<b>GLI OBIETTIVI DI BENEFICIO SPECIFICO</b>	
I principi	p. 14	<b>RISULTATI 2023 E OBIETTIVI 2024</b>	<b>p. 63</b>
La mission: una Bontà Sostenibile	p. 17	1. Assunzioni che sviluppino l'inclusione sociale	p. 163
Governance e cultura d'impresa	p. 17	2. Favorire la formazione e la crescita del personale	p. 64
Il modello di business e la catena del valore	p. 20	3. Promuovere la felicità del personale	p. 66
Le certificazioni	p. 23	4. Sviluppare programmi di welfare aziendale	p. 68
L'innovazione e l'ottimizzazione dei processi produttivi	p. 24	5. Favorire le materie prime e l'economia del territorio	p. 69
<b>LA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ</b>	<b>p. 28</b>	6. Affiancare e sostenere i fornitori per migliorare i prodotti in termini di qualità ed etica	p. 72
Il contesto economico italiano	p. 28	7. Utilizzare materie prodotte con metodi sostenibili, verifica e tracciabilità del ciclo di vita	p. 74
La strategia	p. 29	8. Lavorare attivamente per la salvaguardia dell'ambiente	p. 76
Stakeholder engagement	p. 30	<b>VALUTAZIONE ESTERNA</b>	<b>p. 78</b>
Analisi di materialità	p. 32	<b>RICONOSCIMENTI</b>	<b>p. 79</b>
<b>AMBIENTE</b>	<b>p. 43</b>	<b>LA TUA OPINIONE È IMPORTANTE!</b>	<b>p. 82</b>
Energia ed efficienza energetica	p. 43		
Consumi energetici MWh	p. 44		
Emissioni di gas a effetto serra in tonnellate di CO <sub>2</sub> equivalente	p. 47		
Carbon Neutrality	p. 49		
Uso della risorsa idrica	p. 49		
Uso delle risorse ed economia circolare	p. 50		
La gestione dei rifiuti	p. 52		





## HIGHLIGHTS SOSTENIBILITÀ

RISULTATI ECONOMICO-FINANZIARI	Fatturato <b>€ 12.124.217,00</b>	Patrimonio netto <b>€ 6.706.075,00</b>	
	Investimenti <b>€ 1.965.063,17</b>	Donazioni <b>€ 157.183,11</b>	
DATI DI DISTRIBUZIONE	Nr di Paesi di destinazione <b>29</b>	Nr di rivenditori in Italia <b>2180</b>	Nr di importatori esteri <b>60</b>
QUALITÀ DI PRODOTTO E DI PROCESSO	Nr di certificazioni <b>6</b>	Nr verifiche ispettive <b>5</b>	
RISORSE UMANE	Nr di persone <b>102</b>	Nr di donne <b>74</b>	Nr di uomini <b>28</b>
	Nr di infortuni <b>0</b>	Nr di ore totali di formazione <b>2124</b>	
AMBIENTE	Totale energia consumata (luce + gas in MWh) <b>449,295 MWH</b>	Totale energia autoprodotta <b>78,864 MWH</b>	Totale rifiuti <b>43.572,00 KG</b>
	Totale emissioni CO <sub>2</sub> e (scope 1, 2 e 3) <b>329,432 ton CO<sub>2</sub>e</b>	Prelievi idrici <b>938 METRI CUBI</b>	





## NOTA METODOLOGICA

### **Presentazione del report e criteri di rendicontazione**

Il report di sostenibilità di Pasticceria Filippi s.r.l. Società Benefit è redatto in conformità alle nuove linee guida che la Comunità Europea ha definito per la rendicontazione volontaria di sostenibilità delle PMI europee.

Si ritiene utile ricordare come nel novembre 2022 è stata approvata dal Parlamento Europeo la Direttiva EU 2022/2464 (CSRD Corporate sustainability reporting directive), che modifica la precedente Direttiva 2014/95 (recepita in Italia dal D.Lgs 254/2016). La nuova direttiva approvata in via definitiva nel 2023 entra in vigore a partire da gennaio 2024, secondo un calendario di progressiva estensione dell'obbligo normativo e prevede, tra gli altri contenuti, che il report di sostenibilità venga obbligatoriamente collocato all'interno della relazione sulla gestione al bilancio consolidato, in una sezione dedicata. EFRAG, l'ente di natura tecnica incaricato dalla Commissione Europea per lo sviluppo degli standard europei di rendicontazione, ha sviluppato una bozza di standard per la rendicontazione volontaria da parte delle aziende classificate come micro, piccole e medie imprese (non quotate), in modo da dare anche ad esse la possibilità di allinearsi con i criteri di rendicontazione previsti dalla CSRD ed essere in grado di costruire una informativa completa, comparabile e coerente con quanto il mercato chiede a tutta la filiera di restituire in termini di valutazione di impatti, rischi e opportunità.

Pasticceria Filippi non rientra tra i gruppi di imprese che tra il 2024 e il 2028 ricadono all'interno degli obblighi di rendicontazione previsti dalla direttiva europea CSRD. Tuttavia, in qualità di PMI, la società accoglie sin da ora l'opportunità di avviare un percorso di rendicontazione secondo i principi e le linee guida di rendicontazione introdotti dalla bozza di direttiva VSME (Voluntary Standards for non listed SMEs) dedicata appunto alle micro, piccole e medie imprese non quotate.

Si ritiene importante specificare che le linee guida VSME utilizzate per la redazione di questo report sono a livello di bozza aperta a consultazione

e che pertanto potrebbero esserci difformità tra quanto esposto in questo documento e quanto potrebbe essere richiesto in futuro. Nonostante questo, è stato ritenuto utile cercare di adeguarsi il più possibile alle linee guida del VSME anche come esercizio in preparazione di un metodo di rendicontazione futuro nel rispetto degli standard europei in materia.

Come esposto anche all'interno della VSME, l'obiettivo delle linee guida è quello di supportare le micro, piccole e medie imprese nel:

- contribuire a un'economia più sostenibile e inclusiva;
- migliorare la gestione delle questioni di sostenibilità che devono affrontare, ossia le sfide ambientali e sociali come l'inquinamento, la salute e la sicurezza dei lavoratori. Ciò sosterrà la loro crescita competitiva e migliorerà la loro resilienza nel breve, medio e lungo periodo;
- fornire informazioni che contribuiscano a soddisfare la domanda di dati da parte di finanziatori/fornitori di credito e investitori, aiutando così le imprese nel loro accesso ai finanziamenti;
- fornire informazioni che contribuiscano a soddisfare la domanda di dati delle grandi imprese che richiedono informazioni sulla sostenibilità ai loro fornitori.

Il grado di estensione della rendicontazione è libero per le piccole e medie imprese. Forti dell'esperienza maturata con la rendicontazione richiesta alle Società Benefit italiane, Pasticceria Filippi si appresta a rendicontare i primi due moduli (opzione B):

- Modulo Base: racchiude gli obblighi di informativa e le metriche base dedicati alle micro-imprese nonché i requisiti minimi per le altre imprese.
- Modulo Narrativo-Politiche, azioni e Obiettivi (PAT): definisce le informazioni narrative (N1 – N5) relative alle politiche, alle azioni e agli obiettivi (PAT), che, se sussistono, devono essere riportate in aggiunta alle informative del modulo base. Questo modulo è suggerito per le imprese che hanno formalizzato e implementato politiche, azioni e obiettivi. È richiesta anche la valutazione

di materialità quale strumento necessario al fine di determinare i temi materiali e la strategia che ne consegue. Pasticceria Filippi da anni conduce un'analisi di materialità per la valutazione degli impatti che l'azienda genera verso l'esterno e la definizione di azioni da implementare per migliorare la performance aziendale e soddisfare le aspettative degli stakeholder. Al 31 dicembre 2023 non è stata condotta nessuna analisi di materialità finanziaria associata all'individuazione di rischi e opportunità finanziarie reali o potenziali per l'azienda. A conseguenza di ciò, con riferimento al 2023 la società è in grado di rendicontare la materialità di impatto informando tuttavia gli stakeholder sull'inizio delle attività già dai primi del 2024 per attuare un'analisi approfondita degli IRO (impatti, rischi e opportunità) e le relative ricadute sul piano finanziario.

Questo report di sostenibilità assolve anche agli obblighi di rendicontazione previsti dalla legge sulle società Benefit n. 208 del 28/12/2015, Art. 1, Commi 376-384 (Relazione di Impatto), inserendo al proprio interno una valutazione degli impatti dell'azienda nell'esercizio di riferimento (gennaio – dicembre 2023), la definizione degli obiettivi per l'esercizio successivo e il risultato della valutazione indipendente condotta dall'azienda.

La struttura del documento si presenta in linea con la modalità di esposizione dei contenuti definita dallo standard VSME integrando gli obblighi di informativa con un approfondimento più esteso di politiche, azioni, indicatori e obiettivi inerenti alle attività della società benefit. Laddove possibile, i dati illustrati presentano anche lo storico degli indicatori raccolti nel 2022 fine di dare maggiore completezza di informazione ed evidenza dell'impegno al miglioramento assunto da Pasticceria Filippi.

Oltre agli obblighi di informativa, Pasticceria Filippi riporta quanto emerso dall'analisi delle tematiche di sostenibilità rilevanti (temi materiali) coerenti con l'attività di impresa e i relativi impatti. Il processo di analisi, identificazione, valutazione e prioritizzazione dei temi materiali (Analisi di

Materialità) è stato condotto secondo quanto richiesto dai GRI Standards in coerenza con il lavoro svolto nell'annualità precedente, considerando che la bozza dello standard VSME è stata pubblicata nel gennaio 2024. L'eventuale ricorso a stime per alcune delle informazioni quantitative viene direttamente richiamato all'interno del testo del presente documento, a commento dei dati presentati. Al fine di assicurare coerenza e comparabilità delle informazioni, i dati quantitativi presentati relativi ad annualità precedenti soggetti ad errori di calcolo/ valutazione o alla modifica del metodo di misurazione degli indicatori possono essere ricalcolati e ripresentati rispetto a quanto pubblicato nei report precedenti. Tali modifiche, così come le motivazioni ed eventualmente le nuove metodologie applicate, saranno evidenziati all'interno del documento.

### **Perimetro di rendicontazione**

Il perimetro di rendicontazione dei dati e delle informazioni qualitative e quantitative è circoscritto alle performance di Pasticceria Filippi s.r.l. Società Benefit, che ha sede in Italia, consolidate integralmente, per l'intero esercizio di riferimento (periodo dal 01 gennaio 2022 al 31 dicembre 2022), come indicato in tabella.

### **Il processo di redazione, approvazione e pubblicazione**

La raccolta dei dati e delle informazioni necessari per la stesura del report e della relazione d'Impatto ha visto il coinvolgimento dei responsabili delle diverse funzioni di Pasticceria Filippi, coordinati da specialisti in sostenibilità esterni all'azienda abilitati alla funzione.

La Relazione d'Impatto è stata sottoposta all'approvazione del Consiglio di Amministrazione di Pasticceria Filippi prima della sua pubblicazione sul sito internet aziendale ([www.pasticceriafilippi.it](http://www.pasticceriafilippi.it)). Il report non è stato sottoposto ad assurance.

## **FAMIGLIA**

*s. f. [lat. Familia]. – 1. In senso ampio, comunità umana, diversamente caratterizzata nelle varie situazioni storiche e geografiche, ma in genere formata da persone legate fra loro da un rapporto di convivenza, di parentela, di affinità (....) 4. estens. e fig. a. Gruppo o comunità di persone che hanno tra loro vincoli o rapporti di affinità, anche ideale, o che sono associate da interessi o finalità comuni, o che svolgono socialmente determinate attività politiche, economiche, religiose, ecc<sup>2</sup>.*

È uno dei termini di grade attualità, oggetto di contestazioni e discussioni per difenderne l'accezione più stretta o per rivendicarne un'applicazione più ampia. Nonostante tutto, la famiglia resta ancora oggi il centro della società e incarna il bisogno innato dell'uomo di vivere in società, di costruire obiettivi comuni e prodigarsi anche per i propri simili. Non è caso se quindi la storia di Pasticceria Filippi sia una storia di famiglia, di un nucleo familiare che con il lavoro e l'impegno ha allargate le braccia e ha realizzato una famiglia in senso ampio, un ambiente dove le persone si sono rispettate, sostenute, apprezzate, dove tutti concorrono a finalità comuni e dedicano il loro lavoro per il bene della società di cui fanno parte. Da questa visione nasce l'identità dell'azienda, perché l'identità è un concetto relazionale e negoziale, che si plasma dall'unione dell'idea che abbiamo di noi stessi con l'idea che gli altri hanno di noi. Le aziende in particolare devono contare su un'identità collettiva, costruita e riconosciuta da diverse categorie di persone, dentro e fuori le mura dell'organizzazione. Le società benefit, come Pasticceria Filippi, ambiscono ad avvicinare questi due concetti: l'identità e la cultura di impresa, grazie alla condivisione di ciò che è più profondo e, quindi, meno visibile: i valori.

<sup>2</sup> <https://www.treccani.it/vocabolario/famiglia/>



# → QUESTA È PASTICCERIA FILIPPI



## La nostra storia

Pasticceria Filippi è un'impresa artigiana con un'unica sede amministrativa e produttiva a Zanè, a nord della città di Vicenza e ai piedi delle montagne della Pedemontana Veneta, i luoghi dove nel corso della storia sono nate varie eccellenze del Paese Italia: dal Palladio ad Antonio Pigafetta, da Antonio Fogazzaro a Luigi Meneghello, da Mario Rigoni Stern ad Alessandro Rossi, antesignano del concetto di responsabilità sociale di impresa.

Nata nel 1972 da un'intuizione dei coniugi Maria Gasparini e Giuliano Filippi, il laboratorio di pasticceria si evolve nel tempo diversificando la tipologia di prodotti realizzati ed espandendosi sul territorio nazionale ed internazionale fino a raggiungere oggi le dimensioni dell'azienda che si fa conoscere in tutto il mondo per la qualità dei prodotti, la cura nella scelta delle materie prime, l'innovazione nelle ricette e l'organizzazione orientata alle persone e alla soddisfazione del cliente.

La seconda generazione, rappresentata dai figli Andrea e Lorenzo Filippi, porta avanti il progetto imprenditoriale dei genitori dagli anni 2000 con un susseguirsi di successi e traguardi importanti per l'evoluzione stessa del modello di azienda. Tra le tappe più significative, la trasformazione in Società Benefit nel 2016 e sempre nello stesso anno il raggiungimento della certificazione B Corp e della certificazione BRC/ IFS.

L'attenzione agli impatti che l'impresa genera verso l'esterno stimola l'azienda a sviluppare una strategia di sostenibilità che si allarga lungo tutta la catena del valore con iniziative di vario tipo: dalla cura del benessere dei lavoratori, a progetti di co-sviluppo e confronto con i fornitori, dal sostegno al territorio e alla comunità locale, alla tutela dell'ambiente, dalla sensibilizzazione del cliente sulla salute alimentare alla selezione di materie prime di alta qualità e di basso impatto ambientale.

Nel corso degli anni, Pasticceria Filippi investe in innovazione sia di prodotto verso una costante tensione al miglioramento, sia di processo attraverso

certificazioni di qualità e tecnologie in grado di offrire un servizio sempre più sicuro e attento alla qualità del prodotto finale. Non è un caso che quindi dal 2005 i panettoni e le colombe di Pasticceria Filippi sono distribuiti e apprezzati in tutto il mondo, ottenendo anche riconoscimenti e premi di settore. L'abilità nel preservare la tradizione senza rinunciare all'innovazione fanno in modo che la Pasticceria Filippi sia conosciuta in tutta Italia e all'estero per l'eccellenza del suo prodotto e per l'etica e l'approccio sostenibile alle scelte strategiche aziendali.

Anno di fondazione	1972
Entrata nella compagine sociale dei figli Andrea e Lorenzo	2000
Deposito marchio FILIPPI	2001
Lancio del Dolce 100% Olio EVO	2002
Prima fiera - Cibus di Parma	2004
Primo panettone Filippi venduto all'estero	2005
Nascita delle Specialità Filippi alla frutta e al cioccolato	2013
Trasformazione in Società Benefit Ottenimento delle certificazioni BRC/IFS Ottenimento della certificazione B Corp	2016
Primo bonus Nascita erogato	2017
Prima gita aziendale Costruzione nuovo laboratorio	2018
Secondo posto ai Sofi Awards (NY) con il nostro Panettone Classico	2019
Certificazione LEED (green building) del nuovo stabile Apertura nuovo negozio presso la sede di Zanè	2020
50° Anniversario di Pasticceria Filippi Certificazione Azienda Carbon Neutral	2022
Raggiungimento dei 100.4 punti della Certificazione B Corp Primo studio di LCA del panettone classico	2023



# I NOSTRI PRINCIPI

## Famiglia e rispetto

Pasticceria Filippi da sempre respira un clima familiare, dove le Persone trovano uno spazio per realizzarsi sia come lavoratori sia come essere umani. Come in ogni famiglia, è necessario stabilire delle regole per fare in modo che tutto funzioni al meglio e la regola principale che si trova ripetuta in tanti documenti interni all'azienda e che si ritrova poi camminando tra i reparti è il Rispetto. Rispetto dei diritti umani, delle diversità, delle esigenze personali e aziendali. E non esiste rispetto se non c'è ascolto e la volontà di fare in modo che ognuno possa esprimersi liberamente e possa trovare nel proprio lavoro il modo per sentirsi realizzato e felice.

## Tradizione e innovazione

Pasticceria Filippi ha capito da tempo che non esisterebbe tradizione senza innovazione e allo stesso modo che non può esistere innovazione senza tradizione. Perché la tradizione abbandonata a sé stessa è destinata a morire non trovando opportunità di esprimersi nella quotidianità di tutti noi, diventando di conseguenza un concetto obsoleto e riservato ai pochi. Allo stesso modo la vera innovazione non può prescindere dal conoscere quanto di più prezioso abbiamo, la tradizione che essendo il risultato di un lungo processo di perfezionamento offre un punto di partenza saldo per poter iniziare a immaginare ciò che ancora non esiste.

## Qualità e coerenza

Offrire un prodotto di alta qualità implica un lavoro enorme di ricerca di equilibrio applicato a tutti gli aspetti: dalla combinazione di ingredienti che garantiscono un ottimo profumo, al gusto, alla morbidezza e consistenza del dolce lievitato. L'esperienza di 50 anni di attività ha fatto in modo che Pasticceria Filippi raggiungesse questo equilibrio ideale e lo preservasse nel tempo, alzando di anno in anno l'asticella. Proprio grazie a questo percorso la garanzia di qualità si è intrecciata con i principi di sostenibilità tanto cari all'azienda e che pertanto devono trovare spazio di espressione anche nelle scelte qualitative del prodotto. È un circolo virtuoso in cui la coerenza con la mission aziendale e con i principi di sostenibilità si espande fino a inglobare anche tutti gli aspetti di qualità, che a loro volta trovano nella sostenibilità margine di miglioramento continuo.

## Condivisione e comunicazione

I dolci delle feste sono indubbiamente il modo migliore per creare momenti di condivisione e di convivialità. Pasticceria Filippi allarga questo concetto anche alla propria attività di azienda benefit che si impegna a condividere valori e risultati in massima trasparenza con tutti i portatori di interesse affinché si diffonda la cultura del mangiare sano e del produrre in modo sostenibile. Le iniziative messe in atto coinvolgono tutti con strumenti di comunicazione dedicati: ai clienti attraverso il packaging ricco di informazioni, la trasparenza degli ingredienti, le campagne pubblicitarie; i lavoratori attraverso momenti formativi dedicati e che offrono opportunità di approfondimento; i fornitori chiamati a riflettere a loro volta sugli impatti che generano e sul contributo che possono offrire a tutta la catena del valore con valutazioni e incontri formativi.







## LA MISSION: UNA BONTÀ SOSTENIBILE



*La nostra missione è portare nelle case di tutti la gioia di stare insieme e di far assaporare gusti autentici attraverso un prodotto realizzato con ingredienti accuratamente ricercati e selezionati nel rispetto della nostra tradizione artigiana.*

*Ci impegniamo ad offrire una bontà a tutto tondo, sostenibile nei confronti del Pianeta.*

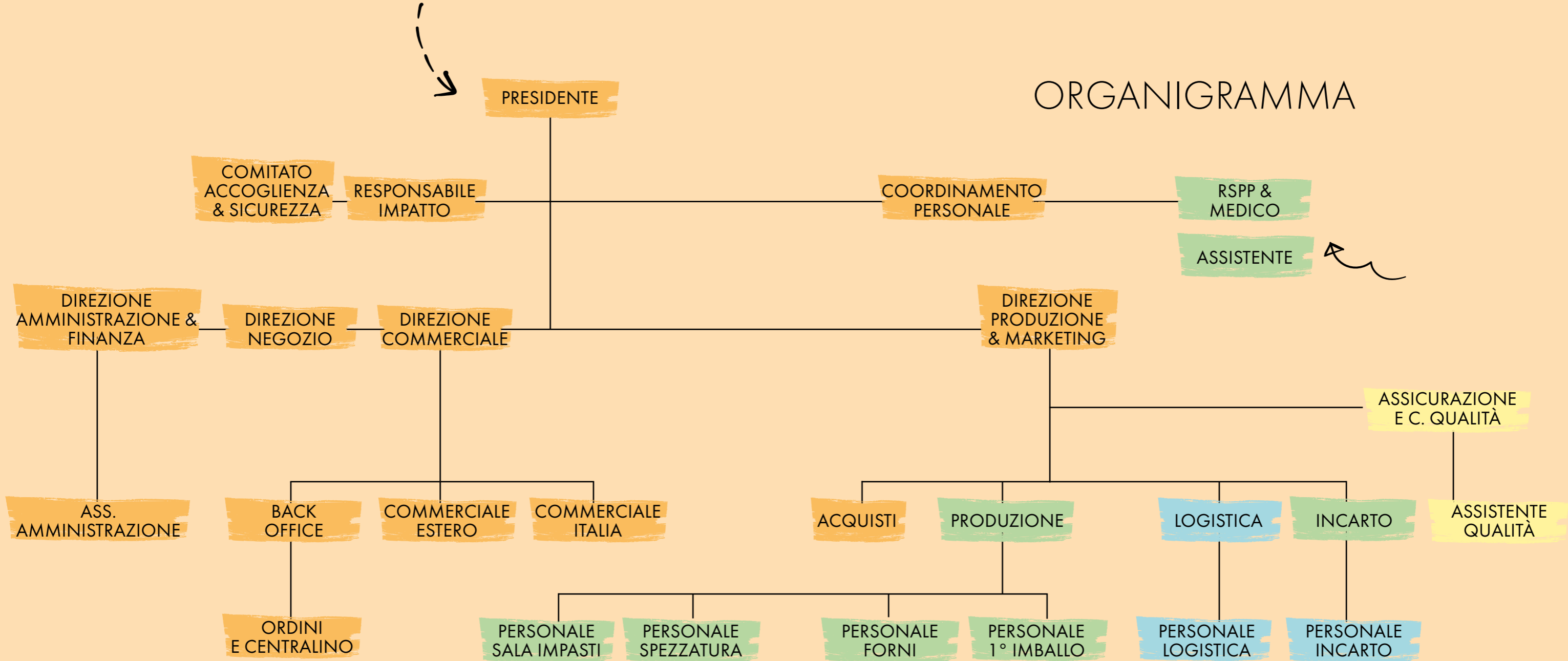
*Ci prendiamo cura dei nostri lavoratori e ci lasciamo ispirare dall'innovazione per sostenere uno sviluppo economico rigenerativo del territorio e della società.*

### **Governance e cultura d'impresa**

Il successo di Pasticceria Filippi è da ricondurre al potenziale e all'impegno delle persone che ne fanno parte. Per questo motivo, con la trasformazione in Società Benefit nel 2016 il vertice aziendale prese la decisione di formalizzare una promessa verso

le persone in azienda: Promuovere la Felicità del personale, sviluppare l'inclusione sociale e favorire la formazione e la crescita personale. Questi sono i primi tre obiettivi di beneficio specifico inseriti a Statuto dall'azienda e che pongono subito un focus sul cuore della strategia di sostenibilità di Pasticceria Filippi.

# ORGANIGRAMMA



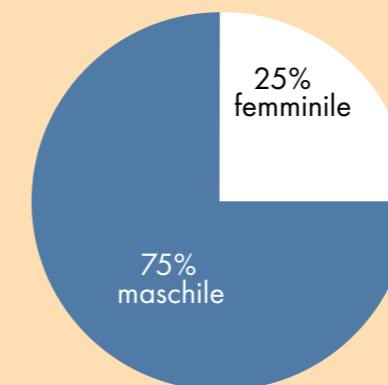
## La direzione dell'impresa

è affidata al consiglio di amministrazione composto da 4 membri, tutti soci indipendenti dell'azienda e parte della famiglia Filippi.

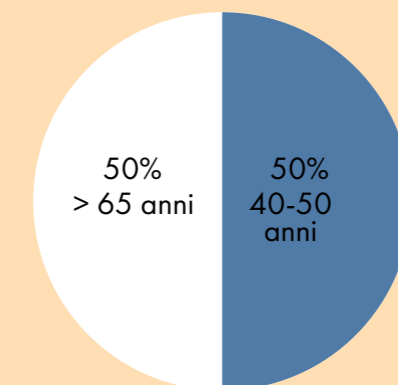


COMPONENTI DEL CDA	FUNZIONE	COMPETENZA ED ESPERIENZA
Giuliano Filippi	Presidente	Finanza e amministrazione di impresa
Maria Gasparini	Vice presidente Direttore HR Controllo di produzione	Leadership Pianificazione di produzione
Andrea Filippi	Responsabile di impatto Controllo di produzione	Innovazione e sostenibilità Leadership Pianificazione strategica Digitalizzazione
Lorenzo Filippi	Direttore amministrativo	Risk management, Leadership Pianificazione strategica Cyber security/IT

## D & I NEL CDA



Genere - nr di persone



Età - nr di persone



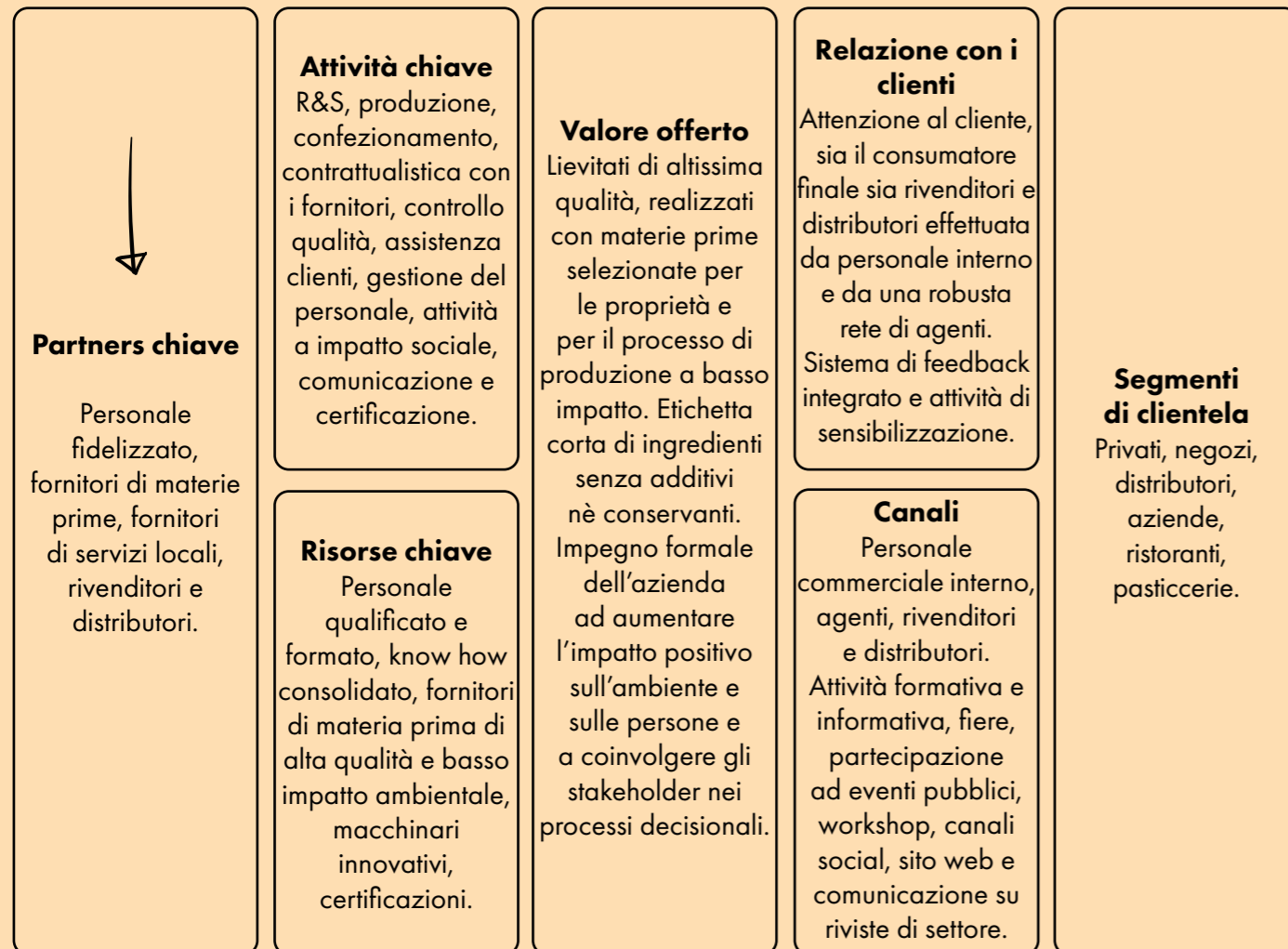
# IL MODELLO DI BUSINESS E LA CATENA DEL VALORE

Pasticceria Filippi è un'azienda artigiana produttrice di panettoni e colombe, dolci da forno stagionali venduti principalmente in Italia ed esportati anche all'estero in 28 Paesi nel mondo, dall'Asia alle Americhe.

Il modello di business di Pasticceria Filippi è radicato sulle relazioni a lungo termine con la quasi totalità della catena di fornitura, instaurando così rapporti di fiducia e di mutuo aiuto che consentono all'azienda di poter produrre da oltre 50 anni un prodotto di altissima qualità apprezzato in tutto il mondo.

Lo schema del Business Model Canvas (BMC) permette di evidenziare in modo rapido e semplice come l'azienda crea valore, sia da un punto di vista delle componenti materiali-organizzative sia delle componenti immateriali-umane, in linea con la mission aziendale e i valori dell'azienda in relazione alle tematiche di sostenibilità. Il BMC di Pasticceria Filippi è strutturato nei 7 riquadri di seguito rappresentati:

## ----- IL MODELLO DI BUSINESS -----



Tradizione e innovazione si concretizzano nella proposta di valore offerta da Pasticceria Filippi, riuscendo a soddisfare i palati più sofisticati senza rinunciare alla semplicità e alla genuinità delle materie prime utilizzate.

Ascoltare il mercato è certamente un elemento chiave del successo dell'azienda, che grazie ad una rete fitta e solida di persone riesce a raccogliere le aspettative sia in termini di prodotto sia in termini di immagine aziendale. Il consumatore del 2023 non si accontenta più infatti di un sapore eccellente,

della morbidezza e della freschezza del prodotto acquistato, ma vuole anche sapere come l'azienda che lo produce si pone nei confronti delle tematiche ambientali e sociali ormai alla portata di tutti.

La risposta di Pasticceria Filippi è forte grazie ad un know how interno frutto di una vita di famiglia dedicata al prodotto e alla collaborazione di tutti gli stakeholder.



# GLI HOTSPOT ALL'INTERNO DELLA VALUE CHAIN

# LE CERTIFICAZIONI

## FORNITORI DI MATERIE PRIME

Sono aziende che hanno contribuito alla crescita e allo sviluppo dell'azienda nel tempo. La maggior parte ha sede entro 300 km dallo stabilimento di Pasticceria Filippi. Seguono altissimi standard produttivi e partecipano attivamente al processo di transizione ecologica dell'azienda.

## RETE DI VENDITA

Ufficio commerciale che gestisce mercato italiano ed estero tramite una rete di agenti, importatori e rivenditori. Vendita tramite punto vendita in azienda e sito web.

- Distribuzione in 29 Paesi
- 2180 rivenditori in Italia
- 60 importatori nel mondo

## IL PERSONALE INTERNO

Con il 73% di presenza femminile, la forza lavoro di Pasticceria Filippi è il cuore dell'azienda, portando avanti una tradizione di produzione e la cura nei dettagli che solo un approccio artigiano può dare. A una crescente presenza fissa in azienda, si affianca un gruppo ormai consolidato di personale stagionale che supporta la produzione nelle campagne di Natale e di Pasqua.

## ALTRI FORNITORI

Pasticceria Filippi ha saputo costruire negli anni una rete solida di fornitori di servizi (consulenze, manutenzioni, materie sussidiarie, ecc.) che sono divenute parte della strategia dell'azienda, lavorando fianco a fianco con rispetto e garantendo la continuità e la qualità desiderate.

Numerose sono le associazioni del territorio che collaborano in modo continuativo con l'azienda in un rapporto di scambio di benefici consapevoli che solo dall'unione ne può derivare un grande risultato a tutti.

## INTERAZIONE CON LA COMUNITÀ

Il segreto della bontà dei prodotti Filippi sta nella semplicità e nella ricerca continua di miglioramento sia di processo sia di prodotto nella ricetta svolta internamente in azienda.

## RICERCA E SVILUPPO

## Certificazione



Le certificazioni scelte da Pasticceria Filippi avvalorano l'impegno che l'azienda da sempre ripone nei confronti dei propri stakeholder interni ed esterni. In un contesto economico in cui le affermazioni sono facili da fare, ma non sempre facili da dimostrare, la terzietà degli enti di certificazione aiuta Pasticceria Filippi a misurare le intenzioni, a monitorare i progressi e a raggiungere con responsabilità e motivazione obiettivi migliorativi. Dal 2016 Pasticceria Filippi è parte del movimento delle

B Corp, credendo che un diverso tipo di economia non solo sia possibile, ma necessario, e che le imprese possano guidare il cambiamento. Ottenere il marchio B Corp è un processo impegnativo e richiede alle aziende di soddisfare alti standard di performance sociale e ambientale, responsabilità e trasparenza. L'impegno delle aziende B Corp nel creare valore per tutti gli stakeholder (persone, comunità, clienti e ambiente) così come per i soci/azionisti, ha valenza legale essendo vincolato alla trasformazione o costituzione dell'organizzazione in Società Benefit, ovvero ad accogliere uno status giuridico che impone ai soci di inserire nell'oggetto sociale una duplice finalità: oltre a ricercare il profitto, l'attività di impresa è finalizzata a generare benefici verso altri stakeholder.



La tutela dell'ambiente e in particolare la lotta al cambiamento climatico sono il cuore di ogni strategia ESG, riconoscendo infatti l'importanza di

contenere l'innalzamento delle temperature come auspicato dall'agenda 2030 dell'ONU, problema che mette a rischio la sopravvivenza dell'uomo e di tantissime specie animali e vegetali sul Pianeta Terra. Riconoscendo l'urgenza di prendere una posizione attiva in questo panorama, Pasticceria Filippi si è impegnata formalmente a misurare e a ridurre le proprie emissioni di CO2 in atmosfera, compensando con crediti di carbonio certificati le emissioni che l'azienda non riesce ad eliminare.



L'attenzione alla questione ambientale risale al 2020, quando Pasticceria Filippi decide di progettare il nuovo stabilimento produttivo secondo i parametri del sistema di certificazione ambientale LEED (Leadership in Energy & Environmental Design) e ottiene la certificazione che valuta e promuove la sostenibilità nelle costruzioni e nell'ambiente edilizio.



Gli standard BRC e IFS stabiliscono i requisiti per la gestione della sicurezza alimentare, l'igiene e il controllo di processo nella produzione di prodotti alimentari, così come misure di prevenzione di pericoli specifici per la filiera produttiva. Con queste due certificazioni Pasticceria Filippi vuole assicurare qualità e sicurezza dei prodotti per i consumatori.



# L'INNOVAZIONE E L'OTTIMIZZAZIONE DEI PROCESSI PRODUTTIVI



Efficienza dei processi, centralità della persona e orientamento alla sostenibilità sono le colonne portanti dell'impegno di Pasticceria Filippi sul fronte dell'innovazione, affidato a una direzione aziendale dedicata. È il vertice aziendale che da anni porta avanti un progetto ambizioso di ristrutturazione della produzione, a partire dalla costruzione del nuovo stabilimento certificato LEED fino ad una organizzazione dei reparti produttivi, delle linee e delle attrezzature, con l'obiettivo di migliorare la qualità organolettica dei lievitati, mantenendo intatta l'etichetta corta di ingredienti e la naturalità del prodotto e garantendo un alto livello di benessere interno per il personale addetto ai reparti produttivi. La direzione, direttamente coinvolta in attività di ricerca&sviluppo e acquisti tecnici, è la struttura che risponde alle istanze di un contesto competitivo complesso e di una domanda sofisticata, la cui missione è di agire attraverso due leve principali: accrescere la capacità di impiegare le nuove tecnologie per la produzione e lievitazione dei dolci, migliorare l'efficienza e la flessibilità del lavoro e quella operativa delle strutture produttive. In particolare, la direzione gestisce la produzione di panettoni e colombe durante le due campagne produttive annuali, quella di Pasqua che impegna i primi 3-4 mesi dell'anno e quella di Natale, la più rilevante in termini di fatturato, che impegna i mesi da luglio a dicembre.

Il piano di ottimizzazione dei processi produttivi messo in atto negli ultimi anni, si pone come obiettivi:

- La necessità di efficientare la produzione per ridurre il fabbisogno energetico del prodotto e quindi il suo impatto ambientale;
- L'esigenza di misurare e monitorare dati di produzione;
- L'ammodernamento di alcuni processi di lavorazione per garantire una costanza nella qualità del prodotto finale e ridurre pertanto gli sprechi;
- Il miglioramento dell'ergonomia di alcuni passaggi di lavorazione che sono divenuti più agevoli da parte del personale interno riducendo i rischi di affaticamento.

Il piano di industria 4.0 prima e transizione 4.0 poi è stato di certo una spinta in questa evoluzione dell'azienda che si appresta ad essere un esempio di innovazione e di virtuosismo per tutto il settore. Non è un caso se i due soci in azienda incaricati ad attuare l'innovazione e la digitalizzazione, siano anche le figure cruciali in azienda per la funzione di sostenibilità, con un approccio di open innovation per lo sviluppo di progetti di sostenibilità sociale, ambientale ed economica.







## **RESPONSABILITA'**

*s. f. – 1.a. Il fatto, la condizione e la situazione di essere responsabile: assumersi, prendersi la responsabilità delle proprie azioni; ... fare una dichiarazione, impegnarsi sotto la propria responsabilità; (...) 2. La dote e la caratteristica di essere responsabile, di comportarsi responsabilmente: avere, dimostrare responsabilità<sup>3</sup>.*

Parola di grande attualità in un mondo in cui nessuno ormai vuole più essere responsabile di nulla, ci si arroga il diritto di decidere e di giudicare senza volersi poi assumere alcun onere delle proprie azioni o delle parole pronunciate. Ed è proprio in questo contesto di grandi proclami e di promesse fatte per stupire che Pasticceria Filippi si inserisce con un approccio fondato sui principi di coerenza, trasparenza e verificabilità. Un impegno, quello di Pasticceria Filippi, che trova supporto nelle certificazioni, nelle politiche e nelle piccole attività che nel tempo producono grandi impatti, consapevoli che ogni azienda possiede una parte di responsabilità nel garantire che la propria attività di impresa possa generare prosperità senza compromettere il futuro delle generazioni che verranno. La responsabilità di Pasticceria Filippi assume quindi i toni di una promessa: essere buoni per tutti!

<sup>3</sup> <https://www.treccani.it/vocabolario/responsabilita/>



# LA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ

## Il contesto economico italiano

Nel 2023, l'economia italiana ha mostrato segni di cauto ottimismo con un contributo positivo sia dalla domanda interna che esterna, nonostante alcune contrazioni in settori specifici. Il PIL (Prodotto Interno Lordo) italiano ai prezzi di mercato è stato pari a 2.085.376 milioni di euro correnti, con un aumento del 6,2% rispetto all'anno precedente <sup>4</sup>. In termini di volume, il PIL è cresciuto dello 0,9% <sup>5</sup>. Molti indicatori riportano segni positivi: +4,7% <sup>6</sup> per gli investimenti fissi lordi, +1,2% dei consumi finali nazionali, -0,5% le importazioni di beni e servizi contro un +0,2% per le esportazioni; il valore aggiunto ha registrato aumenti in volume del +3,9% nelle costruzioni e del +1,6% nei servizi, contro al calo del -2,5% nell'agricoltura, silvicoltura e pesca e del -1,1% nell'industria <sup>7</sup>. Questi dati riflettono un percorso di recupero economico, tuttavia il contesto rimane di forte incertezza, con variabili geopolitiche che influenzano la situazione economica globale e italiana. Le previsioni per l'economia italiana nel 2024 indicano una crescita moderata. Secondo le ultime stime dell'ISTAT pubblicate il 3 agosto 2023, il PIL italiano dovrebbe crescere dell'1,1% nel 2024. Questa crescita sarà sostenuta

principalmente dal contributo della domanda interna al netto delle scorte (+0,9 p.p.), mentre il contributo della domanda estera netta sarà più contenuto (+0,2 p.p.) <sup>8</sup>. L'inflazione, che era stata un problema significativo, dovrebbe diminuire. Le proiezioni degli esperti dell'Eurosistema indicano che l'inflazione scenderà dal 5,4% nel 2023 al 2,7% nel 2024, al 2,1% nel 2025 e all'1,9% nel 2026. La Banca Centrale Europea ha mantenuto invariati i tassi ufficiali, con l'intenzione di ridurre gradualmente i reinvestimenti dei titoli in scadenza acquistati durante l'emergenza pandemica nella seconda metà del 2024 <sup>9</sup>.

Anche per il settore alimentare italiano le previsioni per il 2024 indicano una crescita moderata, nonostante il 2023 abbia segnato un trend positivo, registrando un aumento del fatturato del +6,7% <sup>10</sup>. Questa tendenza è prevista continuare anche nel 2024. Secondo il Food Industry Monitor, si stima un aumento dei fatturati del 5,7 <sup>11</sup>. Il settore ha mostrato resilienza di fronte ad un'inflazione persistente e alle pressioni sui prezzi. Le aziende che puntano su innovazione e sostenibilità sono previste per essere premiate nel 2024 <sup>12</sup>.



## La strategia

La strategia di Pasticceria Filippi si radica nella misurazione degli impatti effettuata in autonomia dall'azienda, sulle traiettorie segnate dagli obiettivi di beneficio specifico scritti nel 2016 e che ancora oggi trovano ambito di attuazione, così come nella valutazione di B Lab, ente privato no profit, utilizzando i criteri del B Impact Assessment (BIA). Il piano di sviluppo dell'azienda nasce quindi come strategia di sostenibilità, non adattando i contenuti di un piano di sviluppo alle sollecitudini del mercato, ma al contrario partendo dalla valutazione della performance sociale e ambientale d'impresa per poi sviluppare obiettivi a breve, medio e lungo termine che coinvolgano tutte le aree: dal commerciale, alla produzione, agli acquisti, all'amministrazione, eccetera.

Nell'ottica di creare valore condiviso per tutti gli stakeholder - le persone, le comunità, il territorio e l'ambiente - la strategia di Pasticceria Filippi richiede l'assunzione di impegni sui temi della tutela dell'ambiente, attraverso un costante lavoro di miglioramento dell'impatto del prodotto, a monte lavorando con i fornitori per creare una filiera sempre più sostenibile, e a valle offrendo un packaging a basso impatto, e di efficientamento produttivo, dal sito produttivo a tutti i macchinari utilizzati; e sul tema della formazione e della sensibilizzazione rivolte internamente a tutti i lavoratori ed

esternamente verso la comunità. Queste sono le bussole nel percorso per affrontare lo scenario in continuo mutamento. Per realizzare gli impegni riportati nei prossimi paragrafi, il capitale umano rappresenta l'elemento distintivo per lo sviluppo dell'azienda. Per questo motivo, Pasticceria Filippi ogni anno realizza attività a beneficio delle persone attraverso la formazione, il benessere personale, la salute e sicurezza in azienda. Tutto il personale di Pasticceria Filippi è coinvolto nella definizione della strategia aziendale: il vertice aziendale, guidato dal responsabile di impatto, si riunisce periodicamente, con una frequenza trimestrale, per il monitoraggio degli obiettivi e la definizione delle attività da implementare; tutti i lavoratori sono chiamati a prioritizzare le proposte aziendali e a suggerirne di alternative, non soltanto attraverso il questionario di materialità (somministrato una volta l'anno) ma soprattutto utilizzando i sondaggi, i sistemi di segnalazione anonima, gli incontri formativi e il dialogo costante attivato internamente tra lavoratori e superiori.

L'implementazione delle attività è poi affidata a varie persone interne in azienda coordinate da una società specialista di settore con competenze in ambito ESG in grado di erogare formazione e di assicurare che le azioni siano svolte tempestivamente e con il focus sugli obiettivi della strategia di sostenibilità.

<sup>4</sup> <https://www.istat.it/it/archivio/294373>

<sup>5</sup> <https://www.istat.it/it/archivio/294373>

<sup>6</sup> <https://www.istat.it/it/archivio/294373>

<sup>7</sup> <https://www.istat.it/it/archivio/294373>

<sup>8</sup> <https://www.economia-italia.com/economia-italiana-previsioni-stime-crescita>

<sup>9</sup> <https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/economia-italiana-in-breve/2024/index.html>

<sup>10</sup> <https://www.almalaboris.com/organismo/blog-lavoro-alma-laboris/67-export-management/5562-boom-dell-industria-alimentare-italiana-nel-2023-l-analisi-di-coldiretti.html#:~:text=Nel%202023%2C%20l'industria%20alimentare,%25%20rispetto%20all'anno%20precedente.>

<sup>11</sup> <https://www.foodindustrymonitor.com/report/>

<sup>12</sup> [https://www.repubblica.it/economia/rapporti/osserva-italia/trend/2024/04/15/news/retail\\_alimentare\\_nel\\_2024\\_verranno\\_premiate\\_le\\_aziende\\_che\\_puntano\\_su\\_innovazione\\_e\\_sostenibilita-422531258/](https://www.repubblica.it/economia/rapporti/osserva-italia/trend/2024/04/15/news/retail_alimentare_nel_2024_verranno_premiate_le_aziende_che_puntano_su_innovazione_e_sostenibilita-422531258/)

## Stakeholder engagement

Gli stakeholder sono tutte quelle persone o gruppi di persone che possono influenzare o essere influenzati sotto tutti i punti di vista dalle attività e dalle scelte dell'azienda. Significa che possiedono o potrebbero possedere nei confronti di Pasticceria Filippi un interesse non solo economico, ma anche legato ad impatti, rischi o opportunità.

Non tutti gli stakeholder influenzano o sono influenzati dall'azienda allo stesso modo: alcuni di essi risultano essere più rilevanti di altri, nutrendo aspettative o incarnando potenzialità differenti che l'azienda deve essere in grado di identificare, prioritizzare e ricondurre ad operazioni di coinvolgimento dedicate. Il coinvolgimento e il confronto con gli stakeholder (stakeholder engagement) consente infatti non soltanto di avere un riscontro in merito a come viene valutato l'operato dell'azienda, ma di comprendere esigenze e aspettative di diverse categorie di pubblico per essere

nelle condizioni di definire strategie e obiettivi di business efficaci, secondo una prospettiva che sappia cogliere cambiamenti in atto, rischi e opportunità.

Il percorso di sviluppo di una strategia di coinvolgimento per Pasticceria Filippi ha avuto inizio con l'identificazione dei portatori di interesse più significativi, di seguito elencati:

- I clienti
- La comunità
- I fornitori
- I lavoratori
- I soci

Pasticceria Filippi ha coinvolto nel corso del 2023 ognuna di queste categorie di stakeholder sottoponendo un questionario di materialità oppure organizzando workshop di discussione per raccogliere da ognuna una valutazione sull'importanza e l'attenzione che Pasticceria Filippi dovrebbe porre ai diversi temi materiali individuati e quindi definire la migliore strategia di sostenibilità per l'anno seguente.

STAKEHOLDER	INTERESSE CON PASTICCERIA FILIPPI	MODALITÀ DI ENGAGEMENT	STRUMENTI
Clienti	Il gruppo clienti include sia i consumatori finali in grado di giudicare la bontà e la qualità dei dolci da forno, sia i rivenditori e importatori che veicolano la qualità del prodotto e i valori dell'azienda ai consumatori.	<p><b>Informazione</b></p> <p><b>Ascolto e coinvolgimento</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informativa sul packaging del prodotto e sul catalogo</li> <li>• Canali social e sito web</li> <li>• Questionario di materialità</li> <li>• Riunione agenti</li> <li>• Partecipazione ad eventi pubblici</li> </ul>
Comunità	Pasticceria Filippi sa di essere parte di un territorio e di una comunità, che si impegna a tutelare e sviluppare per il bene delle persone e l'ambiente. Con enti e associazioni del territorio Pasticceria Filippi organizza occasioni di inclusione e collaborazione (Cooperativa Il Graticolato, progetto Energia Donna di Women For Freedom). Attraverso donazioni e sponsorizzazioni contribuisce allo sviluppo di organizzazioni ed associazioni che a loro volta si impegnano nella tutela del territorio e della biodiversità o nei confronti di soggetti appartenenti a categorie svantaggiate.	<p><b>Informazione</b></p> <p><b>Ascolto e coinvolgimento</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Giornata di porte aperte dello stabilimento e somministrazione del questionario di materialità</li> <li>• Canali social e sito web</li> <li>• Partecipazione ad eventi pubblici.</li> </ul>

STAKEHOLDER	INTERESSE CON PASTICCERIA FILIPPI	MODALITÀ DI ENGAGEMENT	STRUMENTI
Fornitori	Sono uno dei pilastri della catena del valore, in quanto contribuiscono direttamente alla creazione di panettoni e colombe di eccellente qualità. Pasticceria Filippi crede nell'importanza di un rapporto di fiducia e di sinergia con i fornitori significativi al fine di creare una catena di fornitura solida e sostenibile.	<p><b>Formazione e sensibilizzazione</b></p> <p><b>Ascolto e coinvolgimento</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La Giornata della Bontà Sostenibile è occasione di dialogo diretto, confronto e trasferimento di nozioni utili per lo sviluppo di strategie condivise.</li> <li>• Workshop per la valutazione delle materialità</li> <li>• Canali social e sito web</li> </ul>
Lavoratori	Altro pilastro dell'azienda, i lavoratori includono tutte le persone che rendono possibile la creazione di valore da parte della società. Pasticceria Filippi è assolutamente consapevole dell'importanza dei lavoratori e ne cura la crescita professionale e personale con attività formative, oltre a coinvolgerli direttamente nella definizione della strategia, ad esempio rilevando le preferenze per le donazioni e le attività di beneficio alla comunità e all'ambiente.	<p><b>Formazione e sensibilizzazione</b></p> <p><b>Ascolto e coinvolgimento</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Appuntamenti formativi generali e percorsi individuali</li> <li>• Questionario delle materialità</li> <li>• Monitor dedicato alla comunicazione</li> <li>• Canali social e sito web</li> </ul>
Soci	Maria, Giuliano, Andrea e Lorenzo sono le persone che si impegnano ogni giorno a fare in modo che Pasticceria Filippi continui a sfornare panettoni e colombe nel rispetto delle persone che ci lavorano, dell'ambiente e della comunità di cui fa parte.	<p><b>Informazione, formazione</b></p> <p><b>Ascolto e coinvolgimento</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incontri trimestrali di allineamento e pianificazione</li> <li>• Formazione e informazione</li> <li>• Analisi di impatti, rischi e opportunità</li> </ul>



## Analisi di materialità

L'analisi di materialità è uno studio realizzato con l'obiettivo di identificare i temi materiali per l'organizzazione, ovvero tutte quelle tematiche rilevanti per l'azienda e per i suoi stakeholder. Il processo di identificazione degli argomenti significativi per l'azienda parte da una valutazione interna degli impatti e si estende poi ai portatori di interessi ascoltando le loro aspettative e accogliendo la loro visione delle responsabilità e delle opportunità che riguardano l'organizzazione nel suo insieme.

Gli impatti costituiscono gli effetti che un'organizzazione ha o potrebbe avere a livello economico, ambientale e sociale, come conseguenza delle proprie attività o delle relazioni di business e commerciali. Nella definizione e nell'analisi dei temi materiali il contesto di riferimento gioca un ruolo chiave: scenari mutevoli e rapidi cambiamenti influiscono significativamente sugli impatti generati dai temi materiali, sia sulla loro natura che sulla loro rilevanza. Gli impatti delle

attività di un'impresa sull'ambiente e sulle persone possono avere conseguenze positive e negative anche sull'operatività o la reputazione, generando conseguenze di medio e lungo termine anche sul piano finanziario. Il percorso di analisi degli impatti diventa quindi uno strumento necessario per identificare eventuali rischi e opportunità ad essi connessi, in quanto possono influire sul valore dell'impresa, sulle relazioni con i propri stakeholder e sulla competitività nel mercato di riferimento. Si evidenzia che la Direttiva EU 2022 / 2464 (CSRD Corporate Sustainability Reporting Directive) ha introdotto il nuovo concetto di doppia materialità. Secondo tale approccio, vengono definiti come temi materiali:

- ambiti e tematiche di governance, ambientale e sociale sui quali l'impresa, attraverso la propria attività, ha un impatto rilevante (impact materiality);
- aspetti che possono avere impatti significativi sullo sviluppo, le prestazioni e, di conseguenza, sul valore finanziario di un'impresa (financial materiality).

## Processo di analisi dei temi materiali



L'analisi dei temi materiali si concretizza nell'elaborazione delle matrici che incrociando la valutazione dell'azienda con quella di ciascun gruppo rappresentativo di stakeholder, o aggregazione di più gruppi per affinità, danno evidenza delle priorità da perseguire e da considerare nello sviluppo della strategia futura. L'identificazione dei temi materiali di Pasticceria Filippi condotta nel 2022 è stata utilizzata anche nel 2023 in modo da poter misurare la rispondenza alle priorità evidenziate nel 2022 e dare seguito

ad attività avviate nel 2022 e che hanno visto un ulteriore sviluppo nel 2023. A seguito dell'entrata in vigore della nuova direttiva europea per la rendicontazione (CSRD) e della pubblicazione dello standard volontario per le PMI europee (VSME) Pasticceria Filippi si pone come obiettivo la revisione dell'analisi nel 2024 e un aggiornamento della strategia.

I temi materiali individuati da Pasticceria Filippi coprono le 3 macroaree ESG ovvero ambientale, sociale e di governance e sono i seguenti:

AMBITO	TEMA MATERIALE	DESCRIZIONE POLITICHE E AZIONI	SDG	METRICHE E IMPATTI
Governance	Etica aziendale, Legalità e tematiche ESG	Predisporre adeguati presidi di controllo interno e diffondere nell'organizzazione una cultura aziendale fondata sull'integrità, l'etica professionale e l'onestà per costruire rapporti di fiducia con gli stakeholder e condurre correttamente le attività con trasparenza, in particolare nella lotta alla corruzione attiva e passiva. Improntare i processi di acquisto su comportamenti precontrattuali e contrattuali orientati al pieno rispetto della legalità e della trasparenza e adottare criteri di selezione, valutazione e monitoraggio dei fornitori in grado di misurare la loro performance sociale e ambientale, al fine di garantire alti livelli di funzionalità e qualità degli approvvigionamenti e mitigare eventuali rischi ESG.	8;17;12	AFFIANCARE E SOSTENERE I FORNITORI PER MIGLIORARE I PRODOTTI IN TERMINI DI QUALITÀ ED ETICA
	Supporto allo sviluppo socioeconomico del territorio	Dare un contributo al benessere socioeconomico locale attraverso l'attivazione di impatti diretti e indiretti sul territorio (approvvigionamento materie prime e servizi da fornitori locali, occupazione della popolazione locale...) e l'avvio o il sostegno ad attività a scopo sociale che rispondano ai bisogni espressi dalla società individuati altresì mediante il dialogo e la collaborazione con il Terzo Settore.	12	FAVORIRE LE MATERIE PRIME E L'ECONOMIA DEL TERRITORIO

AMBITO	TEMA MATERIALE	DESCRIZIONE POLITICHE E AZIONI	SDG	METRICHE E IMPATTI
Sociale	Qualità e customer experience	Realizzare prodotti dolciari attraverso un'attenta selezione delle materie prime, l'adozione di tecnologie produttive sviluppate internamente, e una costante innovazione imprenditoriale dell'azienda. Adempiere a tutti i requisiti di sicurezza alimentare e legalità del prodotto allo scopo anche di rispettare la salute del consumatore, anche il più vulnerabile. Fornire al cliente un'esperienza di qualità che vada oltre il consumo del prodotto, costruendo anche una relazione di fiducia mediante l'attivazione di canali di ascolto di aspettative, consigli, esigenze e soddisfazione dei clienti sui prodotti è la chiave per il successo di Pasticceria Filippi.	3;12	USO DELLE RISORSE ED ECONOMIA CIRCOLARE  UTILIZZARE MATERIE PRODOTTE CON METODI SOSTENIBILI, VERIFICA E TRACCIABILITA' DEL CICLO DI VITA
	Salute e sicurezza sul lavoro	Tutelare la salute, sicurezza e integrità psicofisica delle persone, anche con riferimento alla qualità dei luoghi di lavoro, incoraggiando lo sviluppo di una solida cultura interna e aderendo ai più alti standard nazionali e internazionali sul tema.	3	SALUTE E SICUREZZA
	Formazione e sviluppo del personale	Garantire ai propri dipendenti lo sviluppo continuo delle conoscenze e competenze e l'opportunità di raggiungere il pieno potenziale grazie a percorsi formativi tesi ad assicurare la crescita e il rafforzamento del know-how in linea con le esigenze espresse dagli stessi e dal mercato, anche per gestire al meglio eventuali cambiamenti di business/organizzativi.	8; 4	RETRIBUZIONE, CONTRATTAZIONE COLLETTIVA E FORMAZIONE  FAVORIRE LA FORMAZIONE E LA CRESCITA DEL PERSONALE
	Welfare e benessere del personale	Offrire ai dipendenti strumenti e modelli di lavoro moderni e flessibili in grado di rispondere a specifici bisogni personali e garantire equilibrio tra vita privata e vita lavorativa (es. iniziative di lavoro agile, trattamenti economici di miglior favore connessi alla tutela della maternità e paternità, erogazione di benefit nel campo della sanità, ecc.).	3;10	PROMUOVERE LA FELICITA' DEL PERSONALE  SVILUPPARE PROGRAMMI DI WELFARE AZIENDALE

AMBITO	TEMA MATERIALE	DESCRIZIONE POLITICHE E AZIONI	SDG	METRICHE E IMPATTI
Sociale	Tutela dei Diritti Umani in azienda e delle Pari opportunità	Garantire la tutela dei Diritti Umani e la promozione di comportamenti non discriminatori, la valorizzazione di elementi di diversità (in termini di diversi livelli di età, genere, conoscenze ed esperienze) che favoriscano lo sviluppo di una cultura d'impresa e la risposta a nuove sfide e opportunità del mercato. Garantire le pari opportunità nello sviluppo delle carriere dei singoli, promuovendo percorsi di crescita professionale a tutti i dipendenti indipendentemente dalle loro caratteristiche personali (età, genere, orientamento sessuale, disabilità, origine etnica, nazionalità, opinioni politiche e credenze religiose) secondo i principi di imparzialità e non discriminazione.	8	CARATTERISTICHE GENERALI  ASSUNZIONI CHE SVILUPPINO L'INCLUSIONE SOCIALE
Ambiente	Educazione ambientale a dipendenti e fornitori	Sviluppare la cultura del rispetto dell'ambiente e adottare soluzioni concrete per la gestione efficiente delle risorse energetiche, delle risorse idriche e del riciclo/riuso dei rifiuti, educando e stimolando gli stakeholders a mitigare il proprio impatto ambientale. Organizzazione di giornate di formazione specifica in temi di sostenibilità ambientale, valutazione performance ambientali dei fornitori e invito a partecipare percorsi di autovalutazione delle proprie performance ambientali e sociali.	12	FAVORIRE LA FORMAZIONE E LA CRESCITA DEL PERSONALE  AFFIANCARE E SOSTENERE I FORNITORI PER MIGLIORARE I PRODOTTI IN TERMINI DI QUALITA' ED ETICA
	Minimizzare l'impatto ambientale dei propri processi	Gestione efficiente delle risorse energetiche, delle risorse idriche, dei rifiuti e delle materie prime acquistate in ottica di economia circolare; acquisto di energia rinnovabile, installazione di impianti fotovoltaici, efficientamento degli edifici aziendali secondo protocollo LEED, organizzazione della raccolta differenziata e riduzione rifiuti prodotti.	12; 13	AMBIENTE  UTILIZZARE MATERIE PRODOTTE CON METODI SOSTENIBILI, VERIFICA E TRACCIABILITA' DEL CICLO DI VITA  LAVORARE ATTIVAMENTE PER LA SALVAGUARDIA DELL'AMBIENTE



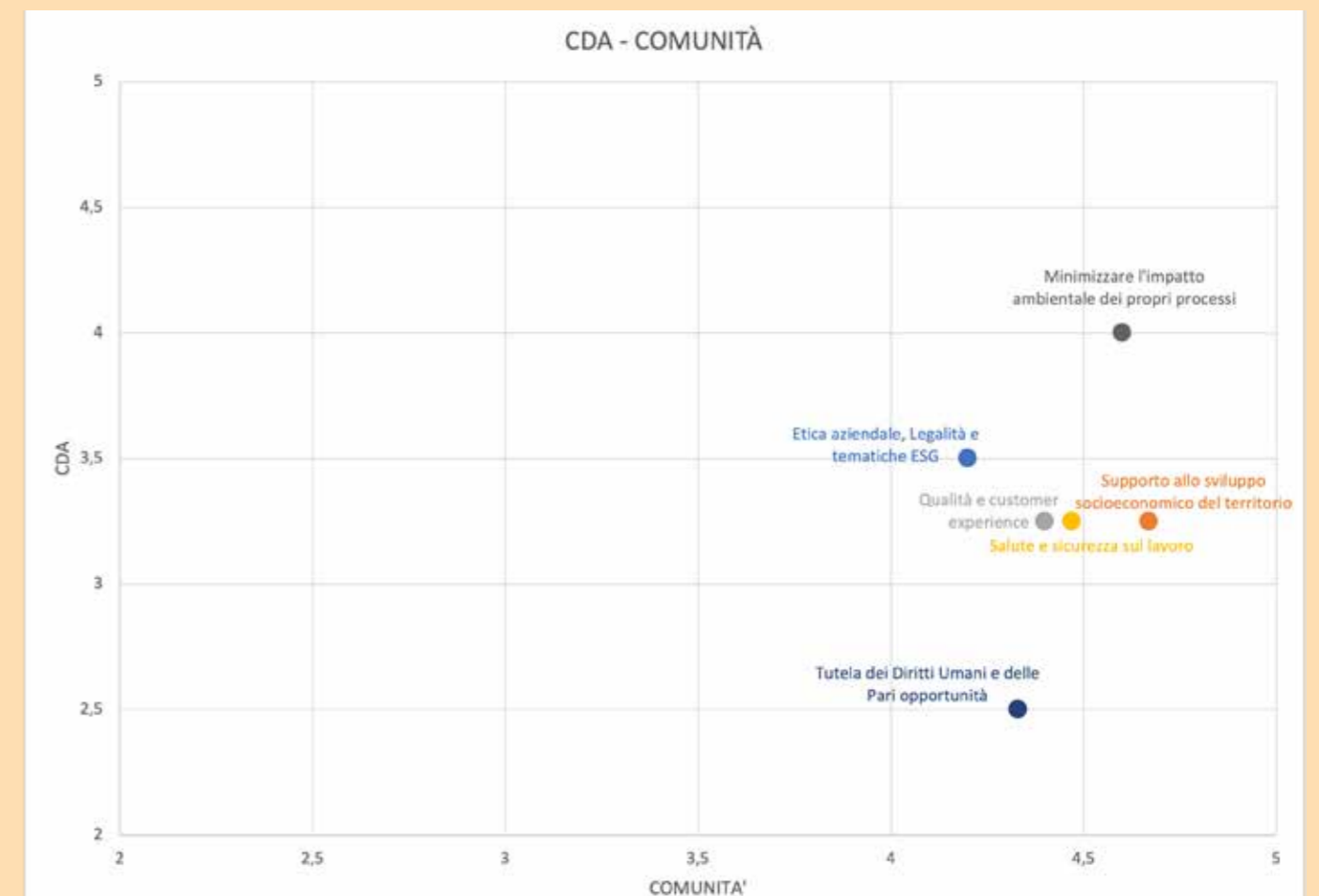
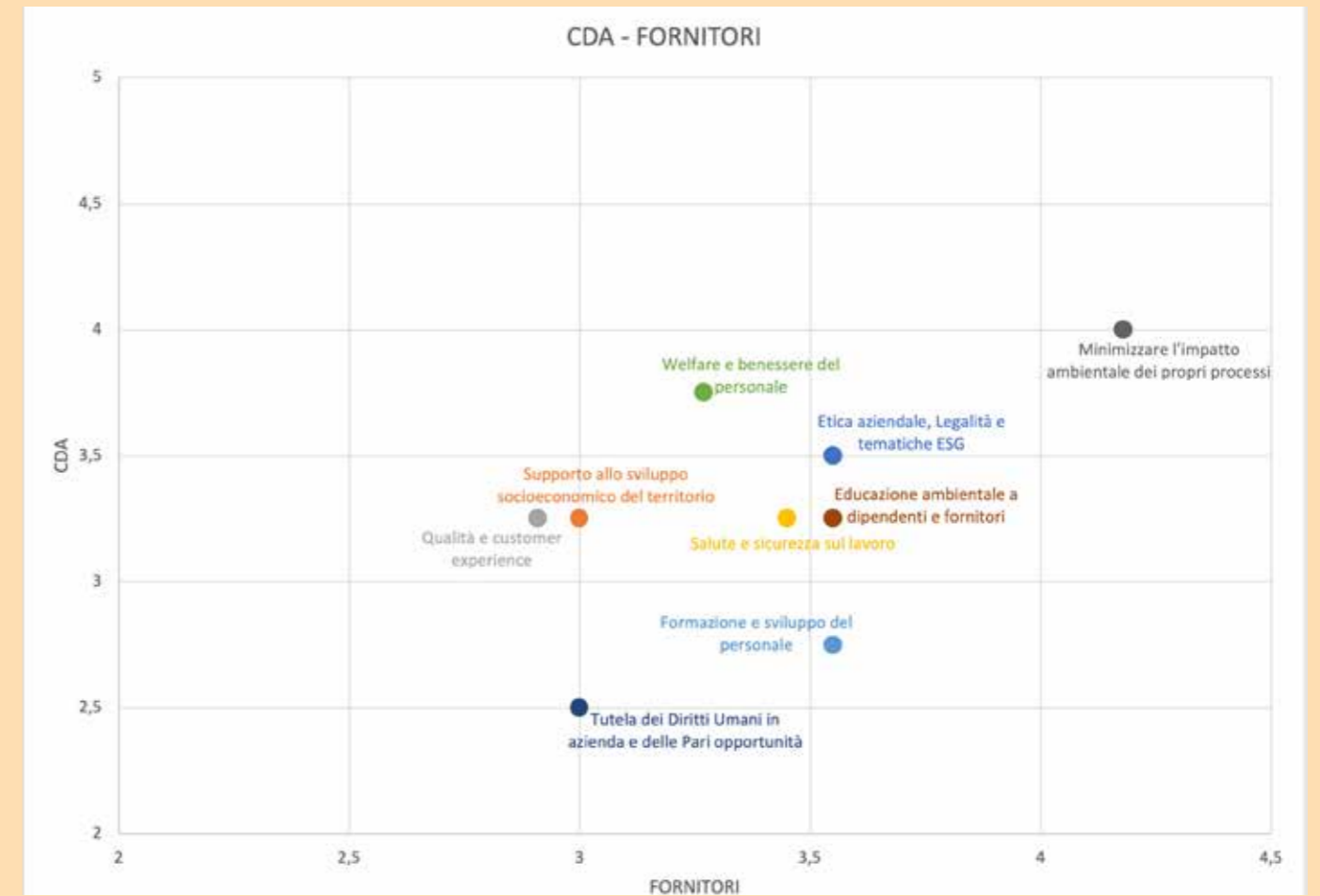
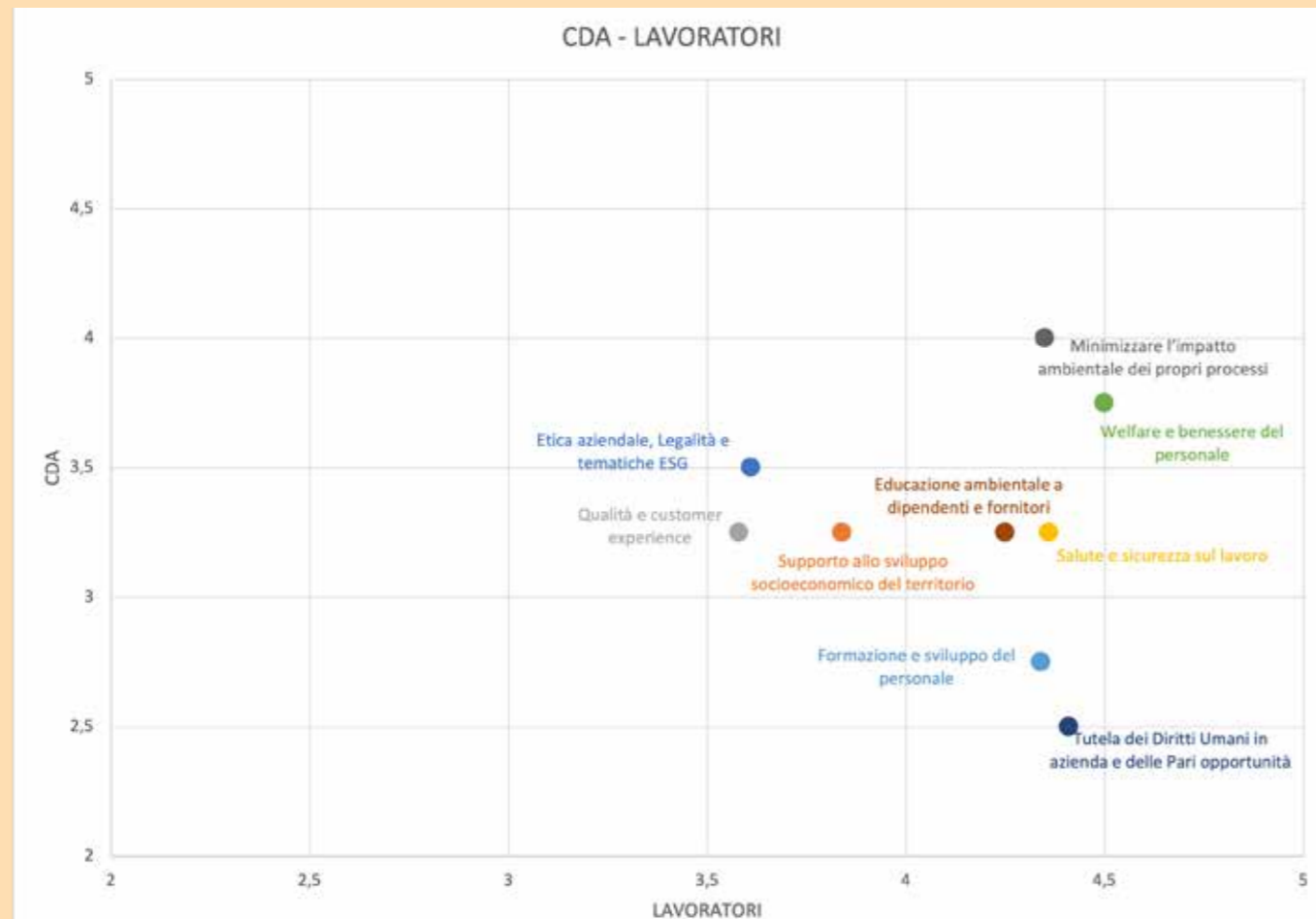
Questi temi significativi sono stati valutati inizialmente da ogni membro del CDA assegnando un punteggio da un minimo di 1 a un massimo di 5 in base a quanto il tema è considerato rilevante per Pasticceria Filippi dal loro punto di vista. La media dei punteggi ha fornito la prima valutazione di materialità di impatto che è stata poi incrociata con quella degli altri stakeholder.

I principali stakeholder ai quali è stata sottoposta l'analisi di materialità nel corso del 2023 sono stati i seguenti:

- Dipendenti
- Fornitori significativi
- Comunità
- Clienti

Ad ognuno di loro è stato chiesto di assegnare un punteggio (con lo stesso sistema utilizzato dal CDA) ai temi materiali proposti interrogandosi quanto, secondo la propria opinione e il proprio punto di vista, Pasticceria Filippi avrebbe dovuto considerare, migliorare ed investire in quel particolare tema nel futuro a breve-medio termine.

Le valutazioni di ogni stakeholder sono state incrociate con quelle del CDA creando così molteplici matrici di materialità.





Le azioni che derivano dai dati incrociati dalle analisi delle valutazioni dei temi materiali di ciascuno gruppo rappresentativo di stakeholder con la valutazione interna del consiglio di amministrazione, sono integrate nella definizione degli obiettivi di beneficio specifico che Pasticceria Filippi persegue, misura e monitora di anno in anno.

La sezione "Gli Obiettivi di beneficio specifico – risultati 2023 e obiettivi 2024" sviluppata in coda a questo report ne offre una descrizione completa e dettagliata attraverso indicatori di prestazione qualitativi e quantitativi (GLI OBIETTIVI DI BENEFICIO SPECIFICO - RISULTATI 2023 E OBIETTIVI 2024)

Sotto il profilo finanziario, Pasticceria Filippi ha avviato un processo di valutazione interna in termini di rischi e opportunità legate ai temi materiali. L'analisi degli effetti reali o potenziali, negativi o positivi sulle attività di impresa sarà sviluppata nel corso del 2024 in risposta a quanto previsto dallo standard VSME, che essendo stato appreso a gennaio 2024 non è stato preso in esame nelle analisi condotte nel corso dell'anno 2023.





## **TERRA**

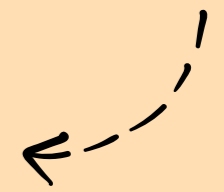
*s. f. [lat. tērra]. – 1. a. In astronomia e geofisica, il pianeta su cui noi viviamo, il terzo dei pianeti del sistema solare in ordine di distanza dal Sole [...] c. Il globo terrestre, con riferimento ai suoi abitanti, e quindi gli uomini stessi in quanto vi abitano [...] 2. Con sign. più ristretto, la parte compatta, solida, della superficie terrestre, la massa che emerge dalle acque [...] d. Il materiale costitutivo del terreno in quanto contiene gli elementi necessari per la nutrizione delle piante, e destinato perciò alla coltivazione<sup>13</sup>.*

Definizione che comprende tutto il nostro Pianeta, quale elemento del sistema solare, così come della materia di cui è composto in superficie e che ci rende possibile la vita. Terra è vita, è potenziale di nascita ed evoluzione, e come tale dovremmo ricordarci ogni giorno della sua importanza per averne cura. Pasticceria Filippi riconosce il ruolo centrale dell'impresa nel garantire che la sua attività di impresa non crei danno alla Terra e ha definito obiettivi di riduzione dei propri impatti sfidanti e mirati a garantirne la sopravvivenza anche per le generazioni future.

---

<sup>13</sup> <https://www.treccani.it/vocabolario/terra/>





Bozen / Bolzano, 29.02.2024



Jahr / Anno 2023

## Urkunde Certificato

### PASTICCERIA FILIPPI SRL

wird mit 100 % **grüner Energie** von **Alperia** versorgt.  
Mit dieser Urkunde wird bestätigt, dass das Unternehmen zertifizierten sauberen Strom aus erneuerbaren Energiequellen bezieht und damit einen wichtigen Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz leistet.

utilizza **energia verde** di **Alperia**. Col presente certificato si attesta che l'azienda contribuisce in modo sostanziale alla protezione del clima e dell'ambiente facendo uso di energia elettrica pulita proveniente al 100% da fonti energetiche rinnovabili.

CEO Alperia Smart Services

Alessandro Randon

*wir sind  
südtiroler  
energie  
siamo  
l'energia  
dell'alto adige*

Il cambiamento climatico si sta imponendo in modo sempre più evidente. L'alluvione in Emilia Romagna del 2023 e a Vicenza nei primi mesi del 2024 sono solo due dei tantissimi episodi di calamità naturale che esprimono come la natura si stia muovendo per trovare nuovi equilibri a compensazione degli squilibri causati dall'attività umana. Le politiche per affrontare questa crisi consistono principalmente nella mitigazione e nell'adattamento. Un cammino che si prospetta decisamente in salita e con non pochi ostacoli, ma che deve essere affrontato con coraggio e perseveranza.

Proteggere l'ambiente significa in primo luogo misurare gli impatti dell'attività aziendale e l'efficacia delle azioni di mitigazione intraprese, a cominciare dalla riduzione delle emissioni.

### Energia ed efficienza energetica

Pasticceria Filippi si impegna a operare secondo logiche e prospettive di tutela dell'ambiente, realizzate con attività di prevenzione e di riduzione di possibili impatti connessi alle attività di impresa, secondo un approccio che considera l'intero ciclo di vita. L'attuazione di tali impegni prevede in particolare:

- utilizzo responsabile delle risorse naturali e ottimizzazione dei consumi di fonti energetiche;
- contenimento e riduzione degli impatti ambientali, con particolare riferimento alla gestione dei rifiuti;
- scelta di attrezzature e processi a basso impatto ambientale;
- sensibilizzazione e coinvolgimento della filiera produttiva.

Nell'ambito energetico, l'impegno di Pasticceria Filippi si traduce nelle seguenti azioni:

- adottare soluzioni tecniche a basse emissioni climalteranti;
- perseguire una gestione efficiente dei consumi energetici in tutti i processi aziendali;
- incrementare l'utilizzo di fonti rinnovabili;
- implementare sistemi di monitoraggio per gli usi energetici più significativi, quali la climatizzazione degli ambienti e la cottura di panettoni e colombe;
- trarre beneficio dalle nuove tecnologie.

Pasticceria Filippi valuta l'energia come una risorsa strategica essenziale per poter offrire valore ai propri clienti; risulta pertanto indispensabile gestire la fase di transizione energetica verso un futuro a basse emissioni e un approvvigionamento energetico più sicuro.

Non risultano al momento disponibili i dati relativi ai consumi di energia al di fuori dell'organizzazione, in particolare per quanto riguarda la filiera di fornitura e la logistica. Nel 2023, rispetto al 2022, si segnala che il consumo di energia elettrica è aumentato del 26,35%, il consumo di energia elettrica autoprodotta da pannelli fotovoltaici è aumentata del 20,51% mentre il consumo di gas naturale per tonnellata di prodotto si è ridotto del 27,02%.

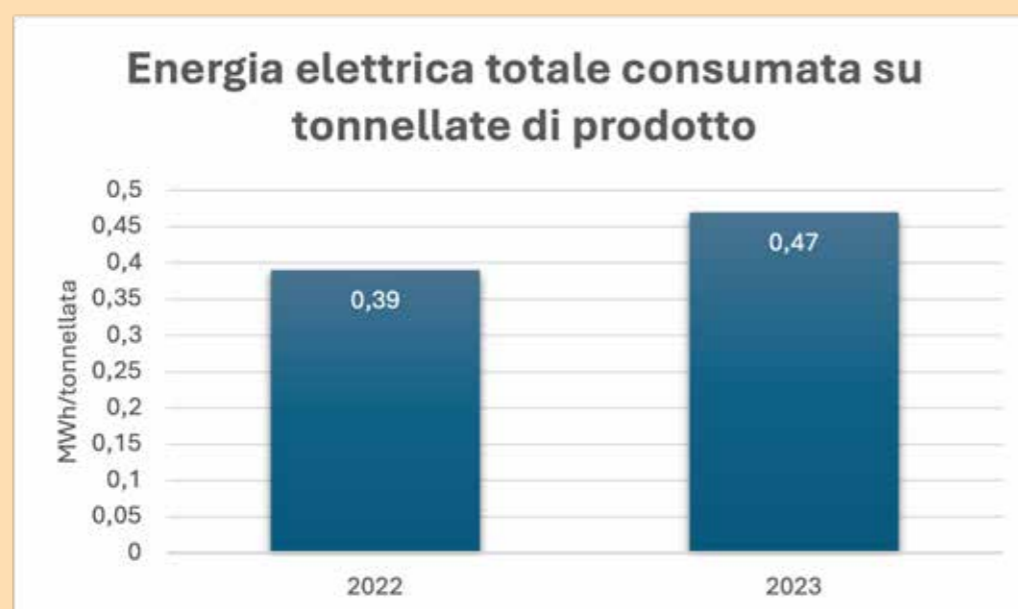
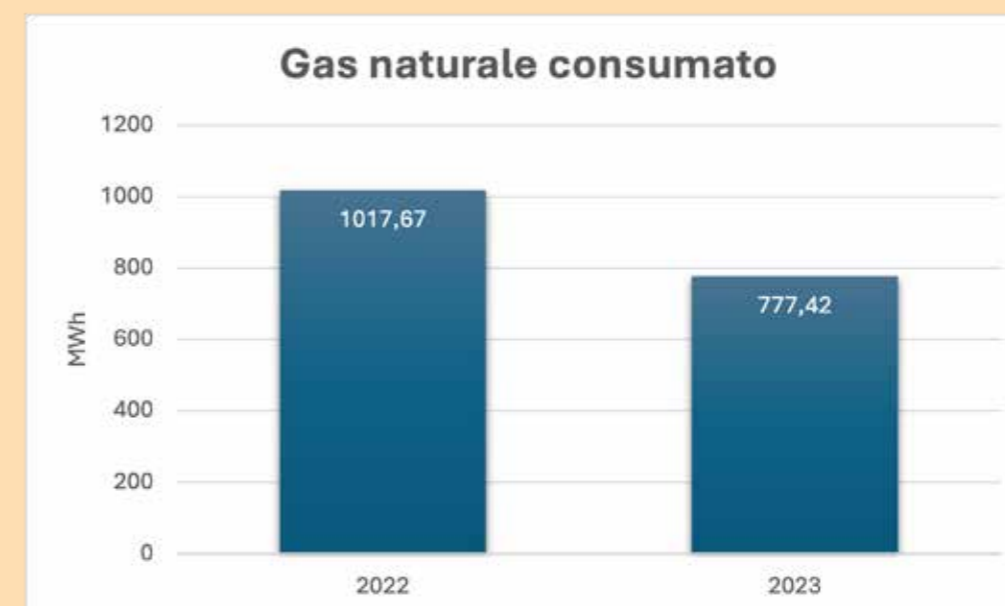
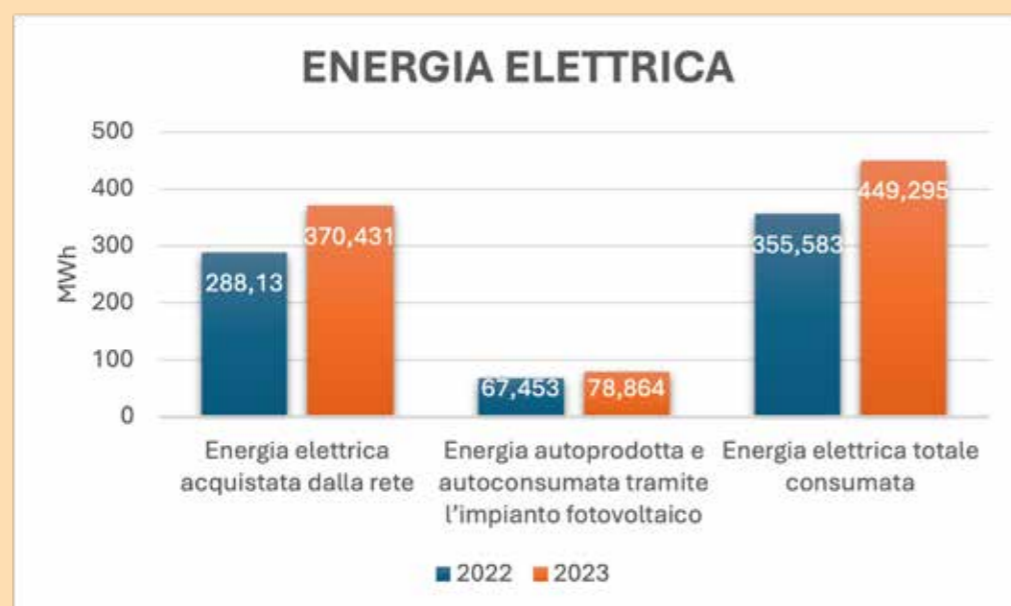
L'aumento del consumo di energia è certamente imputabile alle nuove celle di controllo della temperatura installate in azienda che consentono di aumentare la qualità del prodotto e ridurre gli scarti. La scelta è stata presa con la previsione di poter efficientare il processo produttivo dato l'aumento notevole di capacità produttiva che nel 2023 non è stata saturata. Anche per il 2023 tutta l'energia elettrica acquistata da Pasticceria Filippi è certificata quale energia verde dal fornitore Alperia. Inoltre, nel settembre 2023 è entrato in funzione il nuovo impianto fotovoltaico che potenzia i pannelli precedentemente installati sul tetto dello stabilimento produttivo. Le previsioni già dal 2024 sono pertanto di aumento del consumo dell'energia autoprodotta in modo da abbattere la quota di acquisto di energia elettrica. La riduzione del consumo di gas invece è attribuita all'investimento in un nuovo forno che potenzialmente dovrebbe riuscire ad aumentare la quantità di prodotto cotto a parità di consumi e tramite questo efficientamento produttivo risultare in una riduzione dei consumi. Il lungo collaudo e messa in funzione del forno nel primo anno non consentono di beneficiare subito dell'investimento; tuttavia, si stima che la bontà degli investimenti realizzati tra il 2022 e il 2023 si potrà verificare nel medio-lungo periodo, pertanto, gli obiettivi di riduzione fissati dall'azienda hanno scadenza nel 2027. I dati di consumo sono parametrati sulla quantità di prodotto realizzato espresso in tonnellate.



## Consumi energetici MWh

ENERGIA ELETTRICA	2022	2023	DIFFERENZA CON ANNO PRECEDENTE
Energia elettrica acquistata dalla rete	288,130	370,431	<b>+28,56%</b>
Energia autoprodotta e auto consumata tramite l'impianto fotovoltaico	67,453	78,864	<b>+20,51%</b>
Energia elettrica totale consumata	355,583	449,295	<b>+26,35%</b>
Energia elettrica totale consumata su tonnellate di prodotto	0,39 MWh/tonn	0,47 MWh/tonn	<b>+20,51%</b>

GAS	2022	2023	DIFFERENZA CON ANNO PRECEDENTE
Gas naturale consumato (Sm <sup>3</sup> )	97.790,50	74.705,00 <sup>14</sup>	<b>-23,61%</b>
Gas naturale consumato (MWh) <sup>15</sup>	1.017,67	777,42	
Gas naturale consumato (MWh) per tonnellata di prodotto	1,11	0,81	<b>-27,02%</b>



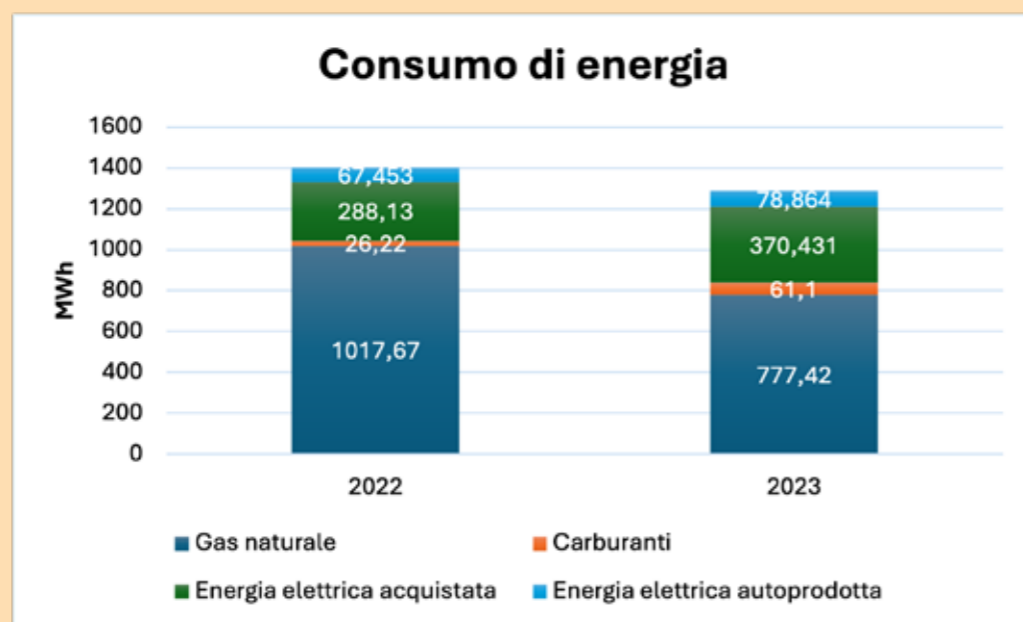
<sup>14</sup> Dato stimato e oggetto di discussione nel 2024 a causa del malfunzionamento del contatore.

<sup>15</sup> Calcolato seguendo:

[https://cdn.cdp.net/cdp-production/cms/guidance\\_docs/pdfs/000/000/477/original/CDP-Conversion-of-fuel-data-to-MWh.pdf?1479755175](https://cdn.cdp.net/cdp-production/cms/guidance_docs/pdfs/000/000/477/original/CDP-Conversion-of-fuel-data-to-MWh.pdf?1479755175)

COMBUSTIBILI <sup>16</sup>	2022	2023	DIFFERENZA CON ANNO PRECEDENTE
Litri gasolio	2613,00	5034,91	<b>+92%</b>
MWh gasolio	26,22	50,52	
Litri benzina	/	1161,98	/
MWh benzina	/	10,58	/

COMBUSTIBILI <sup>16</sup>	2022 Consumo di energia (MWh)	2023 Consumo di energia (MWh)
Combustibili fossili	1.043,89	838,52
Energia elettrica totale	355,583	449,295
% energia elettrica proveniente da fonti green	100%	100%
% energia elettrica autoprodotta sul totale	18,97%	17,55%
Energia consumata totale	1.399,47	1.287,82



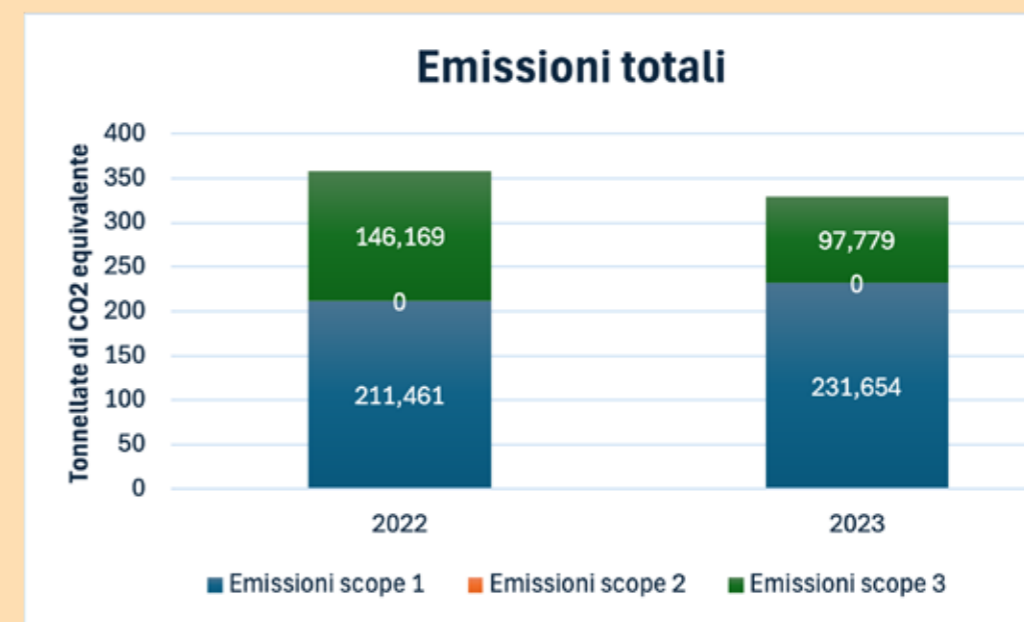
<sup>15</sup> Calcolato seguendo:  
[https://cdn.cdp.net/cdp-production/cms/guidance\\_docs/pdfs/000/000/477/original/CDP-Conversion-of-fuel-data-to-MWh.pdf?1479755175](https://cdn.cdp.net/cdp-production/cms/guidance_docs/pdfs/000/000/477/original/CDP-Conversion-of-fuel-data-to-MWh.pdf?1479755175)

## Emissioni di gas a effetto serra in tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente

Anche per il 2023 Pasticceria Filippi ha affidato alla competenza di Climate Partner<sup>17</sup> il calcolo della propria impronta di carbonio di organizzazione (Corporate Carbon Footprint) prendendo in considerazione lo scope 1 (emissioni da fonti di proprietà o controllate), scope 2<sup>18</sup> (emissioni derivanti dalla generazione di energia acquistata) e scope 3 parziale (emissioni derivanti dalla catena del valore). Il calcolo è stato effettuato in conformità alle direttive

del Greenhouse Gas Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard (Protocollo GHG). Le emissioni di CO<sub>2</sub> vengono calcolate mediante dati sui consumi e fattori di emissione. Ove possibile vengono utilizzati dati primari, o in alternativa dati secondari raccolti da fonti riconosciute. I fattori di emissione derivano da banche dati scientifiche e riconosciute come ecoinvent e DEFRA. realizzato espresso in tonnellate.

EMISSIONI (TONNELLATE DI CO <sub>2</sub> EQUIVALENTE)	2022	2023	DIFFERENZA CON ANNO PRECEDENTE
Emissioni scope 1	211,461	231,654	<b>+4,48%</b>
Emissioni scope 2	0	0	/
Emissioni scope 3	146,169	97,779	<b>-36,20%</b>
Emissioni totali	357,044	329,432	<b>-7,73%</b>
Emissioni totali per tonnellata di prodotto	0,39	0,34	<b>-12,00%</b>



<sup>17</sup> <https://www.climatepartner.com>

<sup>18</sup> Calcolato utilizzando il metodo market-based. Utilizzando il metodo location-based, il totale delle emissioni ammonta a 117.392,33 kg di CO<sub>2</sub>.



	2022		2023	
	Kg CO <sub>2</sub>	%	Kg CO <sub>2</sub>	%
<b>SCOPE 1</b>	<b>211.461,12</b>	<b>59,1</b>	<b>231.653,64</b>	<b>70,3%</b>
<b>Emissioni dirette generate dall'azienda</b>	<b>204.391,57</b>	<b>57,2</b>	<b>215.539,07</b>	<b>65,4</b>
Riscaldamento (auto-generato)	201.711,53	56,4	152.279,99	46,2
Perdite di refrigerante <sup>19</sup>	2.680,04	0,7	63.259,09	19,2
<b>Emissioni prodotte dal parco auto aziendale</b>	<b>7.069,55</b>	<b>2,0</b>	<b>16.114,57</b>	<b>4,9</b>
<b>SCOPE 2</b>	<b>0,00</b>	<b>0,0</b>	<b>0,00</b>	<b>0,0</b>
<b>Energia elettrica acquistata per fabbisogno interno</b>	<b>0,00</b>	<b>0,0</b>	<b>0,00</b>	<b>0,0</b>
<b>SCOPE 3</b>	<b>146.168,90</b>	<b>40,9</b>	<b>97.778,52</b>	<b>29,7</b>
Acquisto di beni e servizi (stampe, dispositivi elettronici, gastronomia, carta per l'ufficio, acqua, database esterni)	5.442,13	1,5	5.248,86	1,6
<b>Emissioni generate da combustibili per la produzione di energia elettrica</b>	<b>46.148,00</b>	<b>12,9</b>	<b>37.918,85</b>	<b>11,5</b>
Rifiuti prodotti dall'azienda	3.745,36	1,0	4.270,16	1,3
Viaggi di lavoro	3.428,35	1,0	6.297,27	1,9
Spostamento dei dipendenti da e verso il luogo di lavoro	87.405,05	24,4	44.043,39	13,4

Rispetto al 2022 si è ottenuta una diminuzione delle emissioni complessive nonostante un aumento dei consumi di energia elettrica. La diminuzione significativa è stata ottenuta dallo scope 3 e nello specifico le emissioni dovute al pendolarismo dei dipendenti.

<sup>19</sup> Sono comprese le quantità di gas refrigerante ricaricate negli impianti refrigeranti già esistenti e le aggiunte nelle nuove celle refrigeranti.

## Carbon Neutrality

Anche nel 2023 Pasticceria Filippi ha compensato le proprie emissioni con l'acquisto di crediti di carbonio certificati provenienti da progetti di compensazione sviluppati da Climate Partner. Compensando le emissioni generate, Pasticceria Filippi Srl diventa climate neutral. Per garantire che tutte le emissioni vengano compensate all'interno dei confini del

sistema stabiliti, al risultato complessivo viene aggiunto un margine di sicurezza pari al 10%. In questo modo è possibile compensare eventuali incertezze legate all'utilizzo di valori derivanti da database, oppure ipotizzati o stimati. Al seguente link si trova l'etichetta rilasciata da Climate Partner e ulteriori informazioni riguardo la Corporate Carbon Footprint: <https://climate-id.com/en-gb/FYFKKP>.

## Compensazione di CO<sub>2</sub>

	KG CO <sub>2</sub>
<b>Risultato complessivo</b>	<b>329.432,16</b>
non ancora Carbon Neutral	329.432,16
già Carbon Neutral	0.00
<b>Emissioni di CO2 da compensare, incluso margine di sicurezza di 10%</b>	<b>362.375,38</b>

## Uso della risorsa idrica

Nonostante Pasticceria Filippi operi all'interno del settore alimentare, la quantità di acqua utilizzata per la produzione di panettoni e colombe è irrisoria rispetto alle tonnellate di prodotto immesso sul mercato.

Per rendicontare il consumo di acqua secondo quanto stabilito dallo standard VSME è importante distinguere tra prelievo idrico ovvero la quantità di acqua prelevata all'interno dei confini dell'impresa dalla rete idrica pubblica e il consumo idrico ovvero la quantità di acqua prelevata all'interno dei confini

dell'impresa che non viene scaricata, ma è utilizzata nel processo produttivo e quindi incorporata nei prodotti dell'azienda.

Nel caso di Pasticceria Filippi l'acqua prelevata è utilizzata come ingrediente dell'impasto dei propri prodotti, per la pulizia dei locali e delle attrezzature di lavoro e per i servizi igienici destinati ai dipendenti. Il consumo idrico è quindi rappresentato solo dall'acqua utilizzata per la preparazione degli impasti, ma per motivi di segretezza delle ricette il dato viene omesso dalla rendicontazione del seguente report.

	2022	2023
Prelievi idrico in m <sup>3</sup>	1035	938



L'uso prevalente di acqua prelevata dalla rete idrica pubblica è attribuibile ai servizi di pulizia ed igienico-sanitari, con conseguente scarico nella rete idrica pubblica.

Pasticceria Filippi si impegna a fare un uso parsimonioso dell'acqua che preleva dalla rete pubblica in quanto è consapevole dell'importanza di questo bene specialmente nelle zone ad elevato stress idrico o durante i periodi di siccità. L'area geografica in cui è ubicata Pasticceria Filippi è considerata a medio-alto stress idrico secondo il WRI's Aqueduct Water Risk Atlas<sup>20</sup>.

## Uso delle risorse ed economia circolare

La produzione di Pasticceria Filippi consiste in prodotti alimentari, nello specifico dolci da forno, che vengono quindi consumati o sono ad ogni modo compostabili, senza generare alcun rifiuto destinato allo smaltimento

al di fuori del packaging che li accompagna.

La strategia orientata alla sostenibilità di Pasticceria Filippi è focalizzata nell'ottimizzazione dei vari componenti del packaging, al fine di assicurarne un facile smaltimento indirizzato completamente al riciclo. Le innovazioni e applicazioni sviluppate dall'azienda in collaborazione con i fornitori di materie sussidiarie hanno prodotto nel tempo molti risultati ad impatto positivo sull'ambiente. Allo stesso modo, l'azienda si impegna in una costante campagna di informazione e sensibilizzazione del consumatore per assicurare che ogni materiale sia smaltito in modo opportuno.

L'impatto del prodotto tipico di Pasticceria Filippi, il panettone da 1 kg, è stato misurato con uno studio di LCA<sup>21</sup> e i risultati sono stati analizzati e discussi internamente dal vertice aziendale al fine di implementare nella strategia aziendale di tutela dell'ambiente ed azioni mirate alla riduzione dell'impatto sull'ambiente.

Il packaging di un panettone classico è composto da:

COMPONENTE	MATERIALE	% IN PESO SUL PESO TOTALE DEL PACKAGING
Pirottino	100% riciclabile carta	3,0%
Sacco primo imballo plastica	100% riciclabile plastica	3,5%
Carta	100% riciclabile carta	9,8%
Fondello	100% riciclabile carta	7,8%
Nastro gros grain	100% riciclabile plastica	3,7%
Pendaglio	100% riciclabile carta	1,0%
Etichetta ingredienti	100% riciclabile carta	1,3%
Shopper	100% riciclabile carta	17,5%
Scatola (1 ogni 6 panettoni)	100% riciclabile carta	31,2%
Tramezza interno scatola (1 ogni 6 panettoni)	100% riciclabile carta	9,3%
Pallet a perdere 80x120 (1 ogni 150 panettoni)	100% legno FSC	11,8%

Secondo i principi dell'economia circolare e al fine di ridurre al minimo lo spreco alimentare, i panettoni e le colombe sfornati di colore o forma non in linea con lo standard richiesto dall'azienda stessa per essere classificati di prima scelta, ma assolutamente commestibili, sono venduti sul mercato a prezzo ridotto come prodotti di seconda scelta oppure donati

all'associazione "Da spreco a risorsa ODV" affinché ne venga fatta una distribuzione mirata e in linea con la scadenza del prodotto. Nel 2023 Pasticceria Filippi ha donato oltre 60.000€ di prodotti classificati come seconda scelta risultati dalle prove di collaudo del nuovo forno.

<sup>20</sup> [https://www.wri.org/applications/aqueduct/water-risk-atlas/#/?advanced=false&basemap=hydro&indicator=bws\\_cat&lat=45.74117260804578&lng=11.613235473632812&mapMode=view&month=1&opacity=0.5&ponderation=DEF&predefined=false&projection=absolute&scenario=optimistic&scope=baseline&threshold&timeScale=annual&year=baseline&zoom=10](https://www.wri.org/applications/aqueduct/water-risk-atlas/#/?advanced=false&basemap=hydro&indicator=bws_cat&lat=45.74117260804578&lng=11.613235473632812&mapMode=view&month=1&opacity=0.5&ponderation=DEF&predefined=false&projection=absolute&scenario=optimistic&scope=baseline&threshold&timeScale=annual&year=baseline&zoom=10)

<sup>21</sup> software utilizzato Simapro – dati inseriti ref.2022





## La gestione dei rifiuti

La corretta gestione dei rifiuti è strettamente connessa alla loro persistenza nell'ambiente, alla loro quantità in progressivo aumento, all'eterogeneità dei materiali e all'eventuale presenza di sostanze pericolose. Per questo motivo la prevenzione nella produzione dei rifiuti deve essere affiancata ad attività di raccolta differenziata e riciclo dei materiali. I rifiuti urbani sono gestiti attraverso le società alle quali i comuni hanno affidato, in via esclusiva, la gestione del servizio pubblico di igiene ambientale comprensivo di tutte le attività di raccolta e gestione dei rifiuti solidi urbani. In genere, le principali tipologie di rifiuti considerati urbani per quantità e/o qualità sono le seguenti:

rifiuti indifferenziati, rifiuti organici mentre plastica, carta/cartone e vetro sono gestiti separatamente da Pasticceria Filippi e seguono un iter di destinazione al riciclo.

Pasticceria Filippi monitora e registra la quantità di rifiuti prodotti identificati secondo il Catalogo Europeo dei Rifiuti dal corrispondente codice CER. I rifiuti vengono mantenuti separati tra loro per facilitare il ritiro e lo smaltimento o il riciclaggio da parte dei gestori incaricati.

Per la tipologia di lavoro svolto da Pasticceria Filippi, non si utilizzano sostanze tossiche o pericolose.

Nella tabella seguente si riportano i kg di rifiuti prodotti nel 2022 e 2023 suddivisi secondo il proprio codice CER.



CATEGORIA DI RIFIUTO	RIFIUTI PRODOTTI IN KG 2022	RIFIUTI PRODOTTI IN KG 2023	DESTINAZIONE
150101 Carta e cartone	31.940	34.270	Riciclaggio
150102 imballaggi in plastica	2.170	1.500	Riciclaggio
170401 rame, bronzo, ottone	-	-	-
150104 Imballaggi metallici	2.210	1.620	Riciclaggio
170405 ferro e acciaio	2.900	-	-
170604 materiali isolanti diversi da quelli di cui alle voci 17 06 01 e 17 06 03	1.900	-	-
170107 miscugli di cemento, mattoni, mattonelle e ceramiche	1.140	-	-
170802 materiali da costruzione a base di gesso	919	-	-
150106 Imballaggi in materiali misti	970	6.090	Riciclaggio
170402 alluminio	-	-	-
170407 metalli misti	-	-	-
191202 metalli ferrosi	-	-	-
160214 - apparecchiature fuori uso, diverse da quelle di cui alle voci da 16 02 09 a 16 02 13	-	-	-
160216 - componenti rimossi da apparecchiature fuori uso	-	80	Smaltimento
080318 - toner per stampa esauriti	-	12	Smaltimento
<b>Totale rifiuti (Kg)</b>	<b>44.149</b>	<b>43.572,00</b>	
<b>Variazione</b>	<b>-32%</b>	<b>-1,31%</b>	
<b>Totale Kg rifiuti/Kg. Prodotto</b>	<b>48,33</b>	<b>45,49</b>	
<b>Variazione</b>	<b>-34,12%</b>	<b>-5,88%</b>	

Il totale dei rifiuti annui destinati ad essere rigenerati e preparati per essere riutilizzati è di 43.480 Kg.





## **PERSONA**

*s. f. [lat. persōna, ...]. – 1. a. Individuo della specie umana, senza distinzione di sesso, età, condizione sociale e sim., considerato sia come elemento a sé stante, sia come facente parte di un gruppo o di una collettività [...] 5. Nel linguaggio filos., l'individuo umano in quanto è ed esiste, ossia intende e vuole, e sperimenta e crea, desidera e ama, gioisce e soffre, e attraverso l'autocoscienza e la realizzazione di sé costituisce una manifestazione singolare di quanto può considerarsi essenza dell'uomo, nella sua globalità intellettuale e creativa, e come soggetto cosciente di attività variamente specificate<sup>22</sup>.*

Come tante parole semplici, anche questa racchiude al suo interno più significati che ne determinano il potenziale e il valore. Il sistema economico centrato sul profitto ha svilito il ruolo della persona nella società e nel lavoro, riducendola ad una mera risorsa da acquistare, sfruttare e poi smaltire. Nella visione delle società benefit e delle aziende certificate B Corp come Pasticceria Filippi, la persona riacquista la sua dignità riconoscendone non solo il valore strategico ma soprattutto il valore umano che conduce l'azienda a guardare il proprio esistere all'interno di un contesto con occhi carichi di emozioni, di responsabilità e di sogni in grado di sovvertire l'ordine consolidato e creare innovazione e soluzioni migliorative.

-----  
<sup>13</sup> <https://www.treccani.it/vocabolario/persona/>



# FORZA LAVORO

## Caratteristiche generali

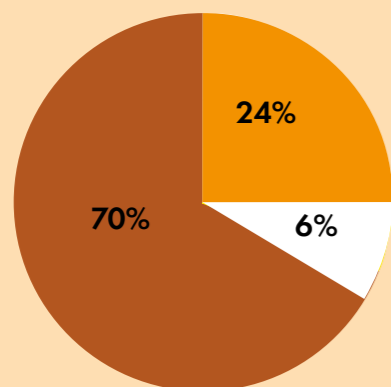
Per le tipologie di prodotti realizzati e venduti, il lavoro di Pasticceria Filippi non è equamente distribuito nel corso dell'anno, ma subisce incrementi significativi nei periodi antecedenti il Natale e la Pasqua. Allo stesso modo, ci sono dei periodi dell'anno in cui la produzione è quasi del tutto ferma. Il lavoro stagionale di questo tipo ha per forza di cose un'influenza sui lavoratori dell'azienda. In Pasticceria Filippi, infatti, la forza lavoro è composta da lavoratori assunti con contratto a tempo indeterminato e lavoratori assunti con contratti stagionali tramite agenzia interinale. È nella

politica di Pasticceria Filippi impegnarsi nel cercare di favorire la permanenza stagione dopo stagione delle stesse persone per fare in modo, nonostante la tipologia di contratto sia per sua natura temporaneo, di garantire stabilità a quei lavoratori che desiderano rimanere a lavorare in Pasticceria Filippi e allo stesso tempo limitare spese in termini economici, di tempo e di produttività per la formazione di nuovi lavoratori ogni stagione.

Nella tabella seguente sono riportate le caratteristiche generali di tutti i lavoratori impiegati da Pasticceria Filippi nel periodo di tempo compreso tra il 1° gennaio 2023 e il 31 dicembre 2023.

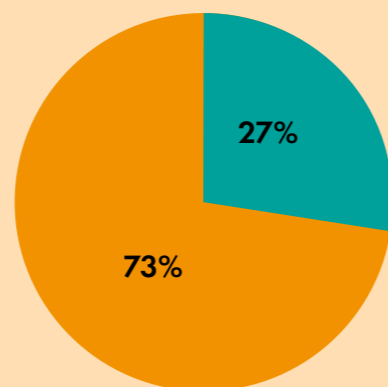
Tipo di contratto	Totale	Uomini <sup>23</sup>	Donne	Stranieri <sup>24</sup>	>50 anni	< 25 anni
Indeterminato	25	15	10	3	7	3
Determinato	6	1	5	1	3	0
Stagionale	71	12	59	20	38	5
<b>Totale</b>	<b>102</b>	<b>28</b>	<b>74</b>	<b>24</b>	<b>48</b>	<b>8</b>

Tipo di contratto



■ indeterminato ■ determinato ■ stagionale

Genere



■ femmine ■ maschi

<sup>23</sup> Informazione sul genere ottenuta da documenti d'identità

<sup>24</sup> Sono considerati stranieri i lavoratori aventi nazionalità diversa da quella italiana





## Salute e sicurezza

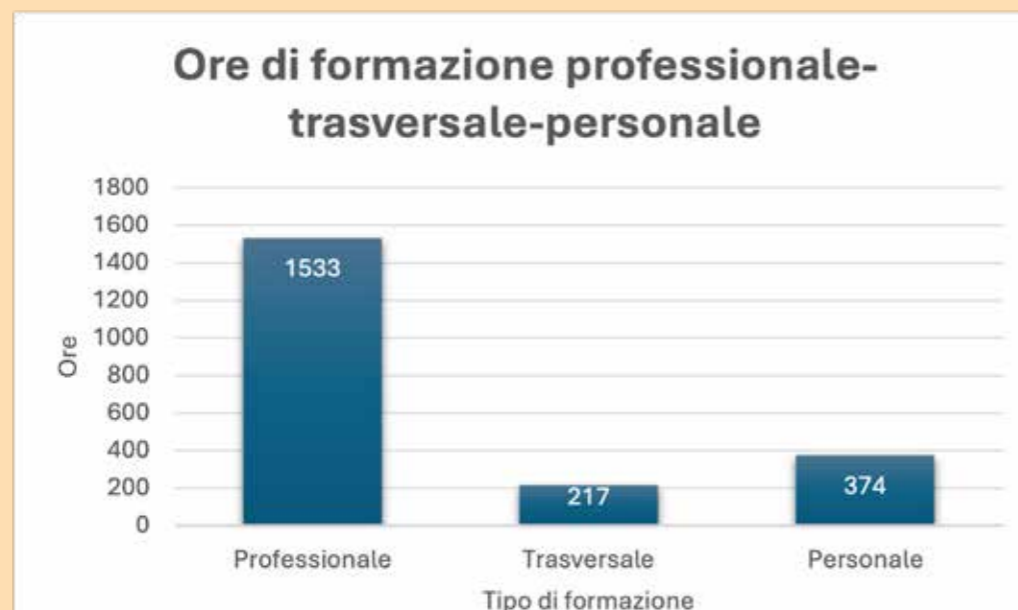
Nel 2023 non si sono registrati infortuni e decessi dovuti ad infortuni e malattie professionali sul lavoro relativi ai dipendenti di Pasticceria Filippi. Anche per il 2024 l'azienda si impegna ad attuare politiche e azioni interne con l'obiettivo di prevenire gli infortuni.

## Retribuzione, contrattazione collettiva e formazione

Tutti i lavoratori di Pasticceria Filippi sono coperti da contratti collettivi nazionali di lavoro del settore artigiani.

Nel 2023 sono state erogate un totale di 2124 ore di formazione divise in:

- **Formazione professionale:** include tutti i corsi di formazione per lo sviluppo di competenze inerenti alla propria mansione;
- **Formazione trasversale:** sviluppa competenze definite "soft skills" che aiutano ogni lavoratore ad attivare capacità riflessive e comportamentali per muoversi all'interno del contesto aziendale anche se non specifico per la propria mansione;
- **Formazione personale:** apporta competenze e informazioni fruibili nella gestione privata della propria vita e che non necessariamente comportano un beneficio per l'attività lavorativa all'interno dell'azienda.



# TABELLA DI RACCORDO OBBLIGHI DI INFORMATIVA VSME

OBBLIGO DI INFORMATIVA	PARAGRAFO
Informativa B1 – Criteri per la redazione	<a href="#">NOTA METODOLOGICA p.9</a>
Informativa B 2 - Pratiche per la transizione verso un'economia più sostenibile	<a href="#">Governance e cultura d'impresa GLI OBIETTIVI DI BENEFICIO SPECIFICO - RISULTATI 2023 E OBIETTIVI 2024 p.17</a>
B 3 - Energia ed emissioni di gas a effetto serra	<a href="#">Energia ed efficienza energetica p.43</a>
B 6 - Acqua	<a href="#">Uso della risorsa idrica p.49</a>
B 7 - Uso delle risorse, economia circolare e gestione dei rifiuti	<a href="#">Uso delle risorse ed economia circolare p.50</a>
B 8 - Forza lavoro - Caratteristiche generali	<a href="#">Caratteristiche generali p.56</a>
B 9 – Forza lavoro - Salute e sicurezza	<a href="#">Salute e sicurezza p.58</a>
B 10 – Forza lavoro - Retribuzione, contrattazione collettiva e formazione	<a href="#">Retribuzione, contrattazione collettiva e formazione p.58</a>
Obbligo di informativa n. 50	<a href="#">Analisi di materialità p.32</a>
Informativa N 1 - Strategia: modello aziendale e iniziative di sostenibilità	<a href="#">Il modello di business e la catena del valore p.20</a>
Informativa N 2 - Questioni rilevanti di sostenibilità	<a href="#">Analisi di materialità p.32</a>
Informativa N 3 - Gestione delle questioni rilevanti di sostenibilità	<a href="#">Analisi di materialità GLI OBIETTIVI DI BENEFICIO SPECIFICO - RISULTATI 2023 E OBIETTIVI 2024 p.63</a>
Informativa N 4 - Principali portatori di interessi	<a href="#">Stakeholder engagement p.30</a>
Informativa N 5 - Governance: responsabilità in materia di sostenibilità	<a href="#">Governance e cultura d'impresa p.17</a>







## **SOCIETA'**

*s. f. [lat. societas -atis, der. di socius «socio»]. – 1. In senso ampio e generico, ogni insieme di individui (uomini o animali) uniti da rapporti di varia natura e in cui si instaurano forme di cooperazione, collaborazione, divisione dei compiti, che assicurano la sopravvivenza e la riproduzione dell'insieme stesso e dei suoi membri [...] 2. a. In senso più limitato, associazione, organizzazione di persone che si riuniscono per cooperare a un fine comune<sup>25</sup>.*

Parola che negli ultimi 50 anni ha perso la sua componente di finalità comune, divenendo una somma di individualità. Le società benefit recuperano il significato autentico del termine riportando il focus sul senso di essere società: la cooperazione, la divisione dei compiti e l'impegno a raggiungere un fine comune, che nel loro caso è un fine di beneficio comune e cioè che reca un vantaggio a tutti. Torna il senso dell'economia civile che considera "il mercato e la società, i «luoghi dell'economico» sono luoghi di una relazione che si fonda sulla fiducia negli altri, sono luoghi di reciprocità, fraternità, gratuità: beni relazionali, beni comuni tesi al «conseguimento della felicità pubblica<sup>26</sup>» e si consolida l'idea per la quale il bene personale e il bene collettivo si intersecano e insieme producono un bene ancora più grande. Questa ricerca del bene collettivo traspare in ogni ambito della sostenibilità realizzata da Pasticceria Filippi, dalla questione ambientale alla cura delle persone, al supporto alla comunità e alle associazioni del territorio fino ad una concezione estesa di azienda che accoglie la catena del valore. Le società benefit si mettono al servizio della comunità che diventa il fulcro di tutta l'attività economica.

<sup>25</sup> <https://www.treccani.it/vocabolario/societa/>

<sup>26</sup> Genovesi, Dragonetti, Zamagni





# GLI OBIETTIVI DI BENEFICIO SPECIFICO RISULTATI 2023 E OBIETTIVI 2024

## 1. Assunzioni che sviluppino l'inclusione sociale

L'impatto che Pasticceria Filippi vuole avere rispetto alle tematiche di Diversity & Inclusion (D & I) è quello di contribuire ad eliminare i pregiudizi ed ogni forma di discriminazione nei confronti delle persone, garantendo pari opportunità a tutti senza distinzione di sesso, etnia, genere o orientamento sessuale sul lavoro

così come nella vita di tutti i giorni. Allo stesso tempo si vuole contribuire all'inserimento o al re-inserimento nel mondo del lavoro di persone fragili, in situazioni difficili o appartenenti a categorie svantaggiate che potrebbero trarre beneficio dal lavoro sia in termini di autostima e riconoscimento delle proprie capacità, sia sotto forma di indipendenza economica, nonché psicologica, come uno strumento di riscatto ed emancipazione.

OBIETTIVO 2023	RISULTATO	OBIETTIVI 2024
Mantenimento della recruiting policy adottata nel 2022.	La recruiting policy è stata applicata per tutte le assunzioni nel 2023 con l'obiettivo di un processo di selezione del personale senza pregiudizi.	Aggiornamento della Recruiting Policy
Adozione di policy interne specifiche dedicate alle pari opportunità e alla non discriminazione.	Sensibilizzazione interna ai lavoratori tramite incontri formativi e l'uso del maxi-monitor.	Attività di sensibilizzazione e informazione interna ed esterna.
Cercare nuovi partner per sviluppare strategie di assunzione focalizzate a supportare l'occupazione di persone in difficoltà o comunque appartenenti alle categorie più fragili.	Avviato il progetto "Energia Donna Plus <sup>27</sup> " con Women For Freedom.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proseguo del progetto "Energia Donna Plus" con Women for Freedom</li> <li>• Avviamento di un nuovo progetto per l'inserimento in azienda di lavoratori stranieri per favorirne l'indipendenza economica e l'integrazione nella comunità.</li> </ul>

Nel 2023 è stato avviato il progetto "Energia Donna Plus" in collaborazione con l'associazione Women For Freedom. Obiettivo principale del progetto è sostenere donne che a causa della pandemia si trovano in situazioni di particolare disagio economico, sociale e umano, fornendo un trampolino di lancio per rientrare nel mercato del lavoro che possa permettere loro di ripartire con maggiore fiducia in loro stesse e nelle loro capacità per rafforzare la loro inclusione sociale. L'attività di progetto prevede percorsi di inserimento

lavorativo e di preparazione al conseguimento della patente B. Nel 2023 è stato possibile attivare il progetto strutturando gli accordi con i comuni limitrofi all'azienda, tramite gli uffici dedicati all'assistenza a persone in difficoltà, e avviare una prima selezione di possibili candidati. Il progetto continuerà anche nel 2024 in quanto in linea con l'obiettivo di Pasticceria Filippi e con l'auspicio di riuscire a trovare un match tra l'offerta aziendale e le disponibilità delle figure identificate.

<sup>27</sup> <https://www.womenforfreedom.org/progettiitalia/>



## 2. Favorire la formazione e la crescita del personale

L'impatto che Pasticceria Filippi vuole avere è quello di contribuire ad aumentare le competenze professionali, le capacità trasversali e la crescita personale dei propri dipendenti anche oltre il

lavoro, nella consapevolezza che persone formate e preparate non solo aumentano la prestazione lavorativa e rispettano più facilmente gli standard di sicurezza personale e alimentare implementati, ma possono anche trovare maggiori stimoli nel lavoro così come nella vita privata, risultano più felici e realizzate.

OBIETTIVO 2023	RISULTATO	OBIETTIVI 2024
Assicurare il completamento di una valutazione individuale per il personale a tempo indeterminato completa di eventuali suggerimenti di miglioramento. Da quanto emerso dalle valutazioni del 2022 è stato deciso di attivare un percorso di coaching con un professionista esperto del tema per individuare criticità di comunicazione interna ai reparti e tra reparti diversi e trovare modalità di miglioramento dei processi e della soddisfazione.	Valutazione individuale realizzata per tutto il personale a tempo indeterminato e determinato. Realizzazione del percorso di coaching con un consulente esterno per migliorare la comunicazione interna e l'interazione tra reparti.	Effettuare una valutazione delle soft skills del personale aziendale.  Approfondire le dinamiche di gruppo e individuali con un percorso guidato da un professionista con lo scopo di aumentare il benessere personale e il senso di squadra.
Distribuire in misura corretta ed efficiente le ore di formazione alle varie figure aziendali in modo da assicurare una preparazione opportuna in riferimento alla mansione e alle responsabilità, auspicando ad aumentare il totale di ore di formazione erogate.	Le ore di formazione sono aumentate.	Mantenere un monte ore di formazione pari o superiore a quanto erogato nell'annualità precedente.
Organizzare appuntamenti formativi dedicati a: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Approfondire la conoscenza delle materie prime utilizzate in azienda</li> <li>• Abbinare le bevande alcoliche e non ai prodotti Filippi</li> <li>• Competenze informatiche</li> <li>• Conoscenze sulla tutela dell'ambiente</li> </ul>	Obiettivo raggiunto.	Dedicare tempo di lavoro ad incontri di formazione professionale, trasversale e personale: <ul style="list-style-type: none"> <li>• corso di panificazione</li> <li>• corso di approfondimento sui grandi lievitati</li> <li>• formazione sul tema "curarsi con una sana alimentazione"</li> <li>• corso sulla gestione del tempo approfondire tematiche legate ad aspetti sociali, diversità e inclusione.</li> </ul>
Offrire posti a stakeholder esterni dove possibile nei corsi di formazione personale che si svolgeranno nel 2023.	L'azienda ha messo a disposizione i propri spazi per un incontro dedicato a temi di salute e medicina.	Organizzare almeno 1 incontro dedicato alla cultura aperto alla comunità e agli stakeholder esterni.

Un'azienda funziona bene se le persone al suo interno sanno come dialogare in modo costruttivo e fluido. Pasticceria Filippi è un'azienda dove tutti i processi sono ancora presidiati da persone che necessitano quindi di strumenti e guide per imparare a gestire le criticità e riconoscere l'importanza del lavoro di squadra. Nel 2023 è stato portato a termine un percorso di coaching con un consulente esterno per migliorare il lavoro di squadra e la collaborazione in azienda rivolto a tutte le figure aziendali con responsabilità nei reparti di produzione, incarto e negli uffici.

Nel 2023 sono state erogate un totale di 2124 ore complessive di formazione rispetto alle 668 del 2022 suddivise in:

- 1533 ore di formazione professionale;
- 217 ore di formazione su competenze trasversali;
- 374 ore di formazione personale.

Nel corso del 2023 sono stati portati a termine:

1- Il corso formativo, a cui hanno partecipato più della metà dei lavoratori, dal titolo "Da un altro punto di vista" condotto da due professionisti del settore alimentare: un sommelier che ha condotto un approfondimento sugli abbinamenti tra bevande alcoliche e analcoliche con quattro diverse tipologie di colomba, esaltando il sapore e i profumi di ingredienti specifici tramite assaggi mirati; e uno

chef che ha riprodotto il percorso per creare un impasto ideale per la colomba classica, illustrando la storia e le proprietà nutritive e caratterizzanti di ogni ingrediente, arricchendo la narrazione con la manipolazione e l'assaggio degli ingredienti. L'incontro ha voluto far scoprire a ogni lavoratore di Pasticceria Filippi il valore degli ingredienti che manipolano ogni giorno, restituendo informazioni utili sia come approfondimento personale sia come strumento di conoscenza approfondita del frutto del loro lavoro.

2- È stato completato, per 3 lavoratori, un corso Excel al fine di aumentare le proprie competenze in materia su richiesta dei lavoratori.

3- In occasione del consueto incontro formativo di fine anno tutti i lavoratori sono stati invitati ad ascoltare gli interventi di diversi relatori: un approfondimento economico-finanziario sugli investimenti curato da Lorenzo Filippi, direttore amministrativo dell'azienda; la presentazione del piano Welfare a cura dell'associazione Artigiani di Vicenza, formazione sul Codice Etico aziendale e sulla sostenibilità aziendale a cura di Julia Faccin della società di consulenza Progesto srl S.B., e le testimonianze dei membri delle associazioni SLA mai soli e Women for Freedom con un approfondimento sulle attività che producono sul territorio e i benefici che loro generano grazie ai contributi di aziende come Pasticceria Filippi.

### 3. Promuovere la felicità del personale

Pasticceria Filippi assume un impegno costante nel rendere l'ambiente di lavoro un luogo sicuro e sano per le persone che ci lavorano, e uno spazio in cui ci si possa esprimere senza paura, si instaurino rapporti di collaborazione e comunicazione personale solidi e sinceri e ci si senta partecipi, informati e coinvolti su ciò che riguarda l'azienda. In linea con i principi condivisi da tutte le aziende certificate B Corp, Pasticceria Filippi riconosce il ruolo centrale dei

lavoratori: un lavoratore felice sarà un lavoratore più efficiente e responsabile, un consumatore più attento, una persona più incline a restituire ciò che di positivo ha ottenuto anche all'esterno, verso il prossimo, attivando un circolo di mutuo beneficio. Il carattere artigianale di Pasticceria Filippi ha da sempre custodito questo obiettivo, attivando una gestione aziendale come una famiglia allargata fondata sull'ascolto, sul supporto, sulla gioia di stare insieme.

»→ L'incontro formativo di fine anno a chiusura della campagna di Natale 2023 ha fornito una opportunità ideale per organizzare una compilazione guidata del questionario di rilevazione della soddisfazione e del benessere dei lavoratori. Con la raccolta del 2022 l'azienda aveva infatti intercettato alcune riluttanze alla compilazione del questionario sia per mancanza di interesse nel tema, sia per timore di poter essere rintracciati dalla raccolta dei dati sociodemografici richiesta in testa al questionario. Si è preferito pertanto discutere assieme l'importanza di raccogliere le risposte dei lavoratori in occasione della riunione generale, confermando la gestione esterna dei dati raccolti al fine di mantenere il pieno anonimato e sottolineando la scelta facoltativa di indicare i dati sociodemografici, funzionali solamente a identificare alcune esigenze comuni tra categorie omogenee di persone. Questa modalità di somministrazione del questionario si è rivelata pertanto corretta. Dalle risposte raccolte la percentuale di lavoratori soddisfatti tra quelli che hanno risposto alle domande è risultata del 92%, quindi molto elevata rispetto al 63% raccolto da un campione più ridotto di persone nel 2022. All'interno dello stesso questionario i lavoratori hanno trovato una sezione dedicata all'indicazione di una loro preferenza sulla tipologia di associazioni e progetti che l'azienda dovrebbe sostenere in futuro e una valutazione dei temi materiali.

»→ È stato installato nel vano scale all'ingresso dello stabilimento un maxi-monitor per aggiornare con cadenza settimanale i lavoratori su novità, obiettivi, risultati, eventi, policy e curiosità inerenti alle attività aziendali. Lo strumento è stato pensato come strumento democratico funzionale a raggiungere tutti, a prescindere dal turno di lavoro e fornendo una quantità importante di informazioni attraverso brevi messaggi facilmente leggibili e graficamente intriganti. Questa attività è funzionale ad attivare una buona informazione delle persone, alla base di ogni processo di coinvolgimento.

OBIETTIVO 2023	RISULTATO	OBIETTIVI 2024
Garantire occupazione per entrambe le campagne di produzione a tutto il reparto incarto.	Obiettivo raggiunto	- Mantenimento della stessa gestione contrattuale. - Su input del personale, organizzare il lavoro del reparto incarto su due turni per favorire una gestione migliore del tempo di lavoro rispetto alle esigenze personali.
Mantenimento delle politiche in essere per garantire delle linee di comunicazione anonime e sicure per segnalare eventuali problematiche da affrontare.	Raggiunto	Mantenimento delle politiche in essere per garantire delle linee di comunicazione anonime e sicure per segnalare eventuali problematiche da affrontare.
Si ritiene opportuno attivare un percorso di costruzione del team più profondo per migliorare aspetti organizzativi e comunicativi all'interno dei reparti e tra reparti diversi.	Avviamento percorso di coaching	Ulteriore approfondimento con un professionista esperto di organizzazione aziendale per attivare processi di miglioramento del clima aziendale e di efficientamento.
Effettuare almeno 1 rilevazione della soddisfazione e del benessere dei lavoratori nel corso dell'anno e ottenere una maggiore partecipazione dei lavoratori.	Effettuata 1 rilevazione con tutti i lavoratori presenti alla riunione di fine anno, ottenendo quasi la totalità di partecipazione.	Effettuare almeno 1 rilevazione della soddisfazione e del benessere dei lavoratori, coinvolgendo il numero maggiore possibile di persone.
Affiggere in ingresso all'azienda dei cartelloni che comunicano appuntamenti, iniziative aziendali, notizie curiose e impegni condivisi.	Installazione di un monitor informativo	Utilizzo del maxi-monitor per attività informative ma anche per raccogliere feedback attraverso sondaggi con QR code proiettato, con lo scopo di coinvolgere e soddisfare le aspettative.





#### 4. Sviluppare programmi di welfare aziendale

Il programma di welfare aziendale è uno strumento fondamentale per riuscire a contribuire al benessere dei lavoratori e delle loro famiglie. L'impatto generato da questa attività è diretto per i lavoratori, che Pasticceria Filippi estende anche ai lavoratori interinali

sebbene non direttamente assunti dall'azienda in quanto operativi per brevi periodi di picco produttivo. L'aumento del costo della vita e l'inflazione hanno modificato notevolmente la capacità di spesa di tutte le persone, pertanto interventi aziendali a sostegno anche dell'economia domestica sono fondamentali per incontrare le aspettative e le esigenze del personale lavorativo.

OBIETTIVO 2023	RISULTATO	OBIETTIVI 2024
Rinnovo Bonus Nascita € 1500 cadauno.	Nessun bonus erogato	Rinnovo Bonus Nascita € 1500 cadauno
Riconfermare il premio welfare e attivare una piattaforma Welfare per la gestione del credito assegnato dall'azienda ai lavoratori.	Premio Welfare esteso a tutto il personale.	Mantenimento del premio welfare attraverso la piattaforma TreCuori.
Mantenimento del contributo aziendale volontario versato al fondo TFR dei lavoratori iscritti a Solidarietà Veneto	Politica implementata.	Mantenimento
Riconferma dell'estensione della polizza Sani-in-veneto al nucleo familiare dei lavoratori dipendenti.	Politica implementata.	Mantenimento

» È stato riconfermato il premio welfare ed attivata la piattaforma Tre Cuori attraverso la quale i dipendenti possono utilizzare la cifra depositata per ognuno di loro come supporto al reddito per esempio convertendola in buoni pasto, buoni carburante o utilizzandola come rimborso per spese mediche. La piattaforma Tre Cuori permette anche di spendere la somma in negozi del territorio per sostenere l'economia locale.

» Con l'accordo di Welfare Aziendale, al fine di valorizzare lo strumento del fondo di previdenza complementare per sostenere il futuro pensionistico dei propri dipendenti, l'azienda si propone volontariamente di aumentare la quota di contribuzione carico ditta che diventa pertanto del 2,80%. A tutti i dipendenti che aderiscono al Fondo di Previdenza Contrattuale "Solidarietà Veneto" l'azienda ha provveduto a aumentare la contribuzione a proprio carico. Le % di contribuzione totali sono 1,80% (previsto dal CCNL) + 1% (Accordi di Welfare) per un di 2,8% da calcolarsi sulla retribuzione utile del TFR.

#### 5. Favorire le materie prime e l'economia del territorio

L'impatto che Pasticceria Filippi vuole avere è quello di contribuire con le proprie scelte di fornitura

a sostenere l'economia del territorio e con le proprie donazioni e sponsorizzazioni a supportare associazioni ed organizzazioni che contribuiscono a loro volta a sviluppare l'economia del territorio in cui l'azienda si trova.

OBIETTIVO 2023	RISULTATO	OBIETTIVI 2024
Alzare di due punti la percentuale di acquisti da fornitori locali.	+1 % rispetto al 2022	Tutelare i fornitori acquisiti monitorando e preservando rapporti di lunga durata.
Aumentare del 5% il totale delle donazioni, contributi e sponsorizzazioni effettuate nel 2022.	+20%	Aumentare del 5% il totale delle donazioni, contributi e sponsorizzazioni effettuate nel 2022
Strutturare un lavoro più ampio per la campagna di Natale del 2023 occupando almeno 10 persone della Cooperativa Sociale Il Graticolato <sup>28</sup> .	Potenziamento della capacità produttiva della cooperativa	Ulteriore aumento della quantità di panettoni confezionati dalla Cooperativa Sociale Il Graticolato.

» Nel 2023 la % di acquisti da fornitori locali (espressa come rapporto tra la spesa per acquisti da fornitori non più lontani di 80km<sup>29</sup> da Pasticceria Filippi sulla spesa totale verso i fornitori nel 2023) è risultata essere del 46%, ovvero un 1% in più rispetto al 2022. La catena di fornitura di Pasticceria Filippi è costituita da aziende produttrici di materie prime, materie sussidiarie e aziende di servizi con le quali l'azienda instaura rapporti di lunga durata. La maggior parte dei fornitori, soprattutto di materiale, sono infatti le stesse organizzazioni che da oltre vent'anni contribuiscono a creare panettoni e colombe di altissima qualità. La scelta dei fornitori è stata fondata su parametri di qualità del prodotto, di condivisione di valori, e dall'apertura a collaborare in ottica di miglioramento continuo. La vicinanza territoriale è certamente un elemento importante per Pasticceria Filippi, che a pari qualità predilige fornitori locali o comunque italiani, e la supply chain fino ad ora consolidata rappresenta una situazione ottimale per Pasticceria Filippi. Per il futuro risulta pertanto più corretto monitorare la durata delle relazioni con i fornitori e assicurare al rafforzamento dei contratti in essere.

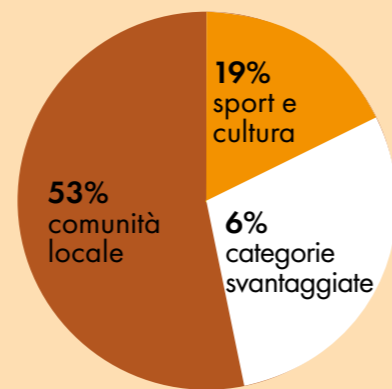
» L'aumento sostanzioso delle donazioni destinate ad enti del terzo settore e associazioni del territorio è dovuto principalmente ad una notevole quantità di panettoni donati all'associazione "Da Spreco a Risorsa ODV". Questi panettoni furono prodotti a seguito della messa in funzione del nuovo forno, presentando quindi delle imperfezioni che non ne consentivano la vendita quali prodotti di prima scelta. Pasticceria Filippi ha deciso pertanto di destinare questa quantità all'associazione, sapendo che ne avrebbe fatto una distribuzione adeguata a varie associazioni e soggetti bisognosi, rinunciando alla possibilità di vendere i panettoni quale seconda scelta presso lo store aziendale. L'obiettivo di supporto alla comunità per il 2024 riprende come livello di riferimento la quota devoluta nel 2022, in modo da perseguire una crescita equilibrata delle donazioni, sponsorizzazioni e contributi.

<sup>28</sup> <https://www.ilgraticolato.com/>

<sup>29</sup> Il B Impact Assessment definisce "locale" fornitori appartenenti alla stessa comunità. Anche se le dimensioni e le distanze di una comunità possono variare a seconda del contesto, in genere, si considera che una comunità deve trovarsi in una piccola area connessa a livello economico e culturale (come, per esempio, un'area metropolitana o, in contesto rurale, una contea) così come le proprie vicinanze (in genere entro un raggio di 50 miglia/80 km). Per esempio, un'azienda che vende i propri prodotti in una città deve considerare che i clienti locali sono le persone e le aziende che si trovano nell'area metropolitana nella quale opera. Nonostante ciò, è probabile che il contesto locale rispetto ai fornitori agricoli comprenda una zona geografica più grande che comprende le aree circostanti per prendere in considerazione una rete alimentare locale. In generale, l'area geografica che si considera "locale" nel caso di aziende situate in zone con una maggiore densità demografica è più piccola di quella delle aziende situate in zone con scarsa densità.

Oltre all'ODV Da spreco a risorsa, Pasticceria Filippi ha supportato:

- ♥ SAVINGBEES<sup>30</sup>
- ♥ PGS BASKET CONCORDIA SCHIO
- ♥ SLA MAI SOLI<sup>31</sup>
- ♥ WOMEN FOR FREEDOM ONLUS
- ♥ PARROCCHIA SS PIETRO E PAOLO-SCUOLA INF.S.GIUSEPPE
- ♥ PURO 10.000 GARA PODISTICA
- ♥ ASS. SOCIETA' DI SAN VINCENZO DE PAOLI
- ♥ TREE NATION
- ♥ ASSOCIAZIONE PRO LOCO ZANE'
- ♥ GRUPPO AMATORIALE GSA ZANE'
- ♥ GARA CICLISTICA ZANE' MONTE CENGIO
- ♥ EVENTO VILLEGGIANDO 2023
- ♥ HOCKEY ASIAGO
- ♥ INCONTRO CON L'AUTORE-PIERO FA L'AMERICA
- ♥ CAMPAGNA LOOK UP<sup>32</sup>
- ♥ A SPRECO A RISORSA ODV<sup>33</sup>
- ♥ PROGETTO CUORE
- ♥ PRO LOCO BOLZANO VICENTINO APS
- ♥ ASD LA FULMINEA RUNNING TEAM SINCE 2008
- ♥ OASI VILLAGGIO MAMAMIMA ETS
- ♥ OPERA DELLA PROVVIDENZA S. ANTONIO
- ♥ ASS. TURISTICA PROLOCO CANOVE
- ♥ ASSOCIAZIONE CARACOL OLOL JACKSON ONLUS
- ♥ HC ASIAGO JUNIOR 1935 ASD



» Anche nel 2023 Pasticceria Filippi ha chiesto ai propri lavoratori di esprimere la loro preferenza in merito all'ambito di destinazione della quota di donazioni messa a disposizione dell'azienda. I risultati hanno restituito una mappa diversa rispetto a quanto espresso nel 2022, ovvero riducendo la quota devoluta alle categorie svantaggiate, comunque superiore a società/associazioni sportive, a favore della comunità locale, all'interno della quale il ruolo di Pasticceria Filippi, attiva da molti anni, mostra evidenti benefici per il territorio.

» Con l'associazione Women For Freedom<sup>34</sup> Pasticceria Filippi condivide un grande impegno di lavoro a beneficio delle donne, per supportare la loro libertà e possibilità di emancipazione femminile a livello economico, politico e sociale. Il supporto costante e di rilievo di Pasticceria Filippi le ha attribuito lo status di "azienda for freedom<sup>35</sup>". Oltre alla donazione di panettoni e colombe di prima scelta funzionali alla raccolta fondi che supportano i vari progetti della onlus, Pasticceria Filippi nel 2023 ha contribuito alla realizzazione del Festival Liberamenti, un appuntamento biennale che coinvolge tutta la città di Bassano un fitto calendario di eventi e laboratori dedicati al tema della donna. L'impatto del Festival nel territorio è eccezionale e coinvolge una rete fitta di stakeholder partecipi al progetto.

<sup>30</sup> <http://www.savingbees.org/>

<sup>31</sup> <http://www.slamaisoli.it/>

<sup>32</sup> <https://www.welookup.it/it>

<sup>33</sup> <http://www.emporiosd.it/>

<sup>34</sup> <https://www.womenforfreedom.org/>

<sup>35</sup> <https://www.womenforfreedom.org/sostieni/>

I numeri del Festival Liberamenti 2023 di Women For Freedom:

30 eventi tra reading, concerti, conferenze, teatro, danza, sfilate, laboratori per grandi e piccoli, aperitivi	11 mostre permanenti
22 vetrine di negozi che hanno esposto opere di liberamenti	480 ore di volontariato
9 giorni di apertura al pubblico e 15 mattine di apertura straordinaria riservate alle scuole	55 volontari attivi, operativi e superlativi
Oltre 1000 iscrizioni agli eventi e oltre 2000 partecipanti al festival di età compresa tra i 2 e i 92 anni	350 alunni di scuole medie e superiori entusiasti di sperimentare giochi di equilibrio e di trasferire gli spunti artistici del rispetto e della parità a scuola e in famiglia

» Anche nel 2023 Pasticceria Filippi ha aderito al progetto di prevenzione contro il tumore al Seno, iniziativa proposta da @WelfareCare e destinata a tutte le donne residenti all'interno del Comune dove si è tenuto l'evento e che rientrano nei requisiti richiesti. Il progetto fornisce mammografie ed ecografie gratuite con consegna immediata del referto. L'iniziativa è dedicata alle donne non incluse nei programmi di screening e consente di effettuare esami diagnostici gratuiti.

» La campagna Look Up<sup>36</sup> è stata avviata a supporto del valore della condivisione intrinseca dei panettoni e delle colombe di Pasticceria Filippi. Condividere significa prestare del tempo a qualcuno, un tempo lento, di qualità, lontano dalle voragini innescate dai social network. Pasticceria Filippi ha quindi aderito al progetto ideato da Luca Panseri, che premia chi riesce a restare lontano dal proprio cellulare per un tempo sufficiente. La tecnologia va utilizzata con consapevolezza, il doomscrolling purtroppo è invece una pratica diffusa che può includere la lettura di notizie tragiche, discussioni su eventi catastrofici o contenuti che creano ansia. Praticare il doomscrolling fa male perché può avere ripercussioni negative sulla salute mentale e sul benessere emotivo, interferire con il sonno e contribuire a pensieri negativi e preoccupazioni costanti. Pasticceria Filippi si è posta quindi come obiettivo quello di trovare un equilibrio sano, limitando l'esposizione e dedicando tempo ad attività che promuovono il benessere emotivo.



<sup>36</sup> <https://pasticceriafilippi.it/news/lookup-gioca-con-noi>



## 6. Affiancare e sostenere i fornitori per migliorare i prodotti in termini di qualità ed etica

Pasticceria Filippi riconosce il valore della propria catena di fornitura, scelta con cura applicando i principi di territorialità (ref. Obiettivo 5) e verso la quale intende coltivare relazioni di lunga data. I fornitori sono vissuti come un fattore determinante per custodire e garantire la tradizione di qualità che da oltre 50 anni Pasticceria Filippi ha preservato, e come tali devono essere coinvolti nella strategia dell'azienda con spirito di condivisione e collaborazione.

Il sistema di monitoraggio della performance sociale e ambientale della catena di fornitura diviene quindi strumento strategico da un lato per valutare la compatibilità di etica e valori rispetto a quanto sottoscritto da Pasticceria Filippi nel proprio Codice Etico, dall'altro per sviluppare proposte formative da estendere ai fornitori per aiutarli ad allinearsi ad un percorso di sostenibilità a 360°. Il beneficio diviene pertanto reciproco attraverso la creazione di una catena del valore solida, strutturata e orientata alla qualità e alla sostenibilità ambientale e sociale.

OBIETTIVO 2023	RISULTATO	OBIETTIVI 2024
Coltivare e rafforzare i rapporti di collaborazione con i fornitori esistenti, cercando di scegliere da opzioni locali quando ve ne fosse l'opportunità.	Mantenimento di tutti i contratti con fornitori strategici. Collaborazione con il fornitore di cartoni per ottimizzare l'ingombro sul pallet, in modo da trasportare più prodotto all'interno dello stesso volume.	- Mantenimento delle policy.  - Potenziamento della collaborazione con il fornitore di carta stampata in ottica di innovazione del packaging al fine di ridurre l'impatto ambientale del prodotto finale.
Si vuole aumentare ulteriormente il lavoro da affidare alla cooperativa Sociale Il Graticolato, compatibilmente con le loro disponibilità.	Obiettivo raggiunto	Ulteriore aumento di personale dedicato alle attività di confezionamento appartenente alla cooperativa.
Riproporre un evento aperto ai fornitori per approfondire le tematiche delle B Corp.	Realizzazione della seconda Giornata della Bontà Sostenibile	Organizzazione della terza Giornata della Bontà Sostenibile con workshop operativo.

È stata organizzata nuovamente anche nel 2023 la Giornata della Bontà Sostenibile<sup>37</sup>, appuntamento formativo e di condivisione di idee e strategie rivolto ai fornitori di Pasticceria Filippi. L'appuntamento è stata occasione di aggiornamento sul percorso di sostenibilità intrapreso da Pasticceria Filippi, approfondimenti su tematiche ambientali, in particolare il calcolo delle emissioni e la neutralità,

così come il contesto normativo europeo e le nuove regole di rendicontazione rivolte alle aziende europee. Come sempre, il taglio informale prevede un continuo scambio di opinioni e testimonianze dei partecipanti al fine di condividere buone pratiche e stimolare nuove azioni nel merito della responsabilità di impresa nelle questioni di sostenibilità.



Nel 2024 avrà luogo la terza Giornata della Bontà Sostenibile per consolidare un format di successo e apprezzato da tutti i partecipanti. Accanto a questo appuntamento, Pasticceria Filippi apre la propria azione di divulgazione e impatto positivo sul territorio

cercando collaborazioni sul piano comunicativo con altre Società Benefit o aziende B Corp al fine di veicolare messaggi di tutela dell'ambiente e di responsabilità sociale.



<sup>37</sup> [https://pasticceriafilippi.it/news/giornata-sostenibile-filippi?ct=t\(EMAIL\\_CAMPAIGN\\_11\\_15\\_2023\\_15\\_31\\_COPY\\_01\)&mc\\_cid=40243db097&mc\\_eid=6728b2de0c](https://pasticceriafilippi.it/news/giornata-sostenibile-filippi?ct=t(EMAIL_CAMPAIGN_11_15_2023_15_31_COPY_01)&mc_cid=40243db097&mc_eid=6728b2de0c)



## 7. Utilizzare materie prodotte con metodi sostenibili, verifica e tracciabilità del ciclo di vita

L'impatto che si vuole avere è di mantenere alti livelli di qualità delle materie prime utilizzando prodotti naturali privi di additivi e OGM per mantenere il prodotto Filippi il più sano e naturale possibile.

OBIETTIVO 2023	RISULTATO	OBIETTIVI 2024
Mappare le pratiche di sostenibilità dei fornitori di Pasticceria Filippi, sia dal punto di vista ambientale sia dal punto di vista gestionale.	Invio del questionario di rilevazione delle metriche ambientali e sociali, raccolta dei dati e prima analisi.	Re-Invio del questionario con restituzione dei risultati ottenuti dalla prima analisi al fine di stimolare azioni di miglioramento
Coinvolgimento attivo dei nostri partner e condivisione dei valori aziendali, anche attraverso un evento aperto ai fornitori per approfondire le tematiche ESG e sensibilizzare le aziende ancora lontane da un approccio organizzativo sostenibile.	La Giornata della Bontà Sostenibile	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terza edizione della Giornata della Bontà Sostenibile con ospiti specialisti di tematiche ESG</li> <li>- Condivisione degli impatti di Pasticceria Filippi attraverso comunicazioni dedicate e personali</li> <li>- Workshop sui temi materiali di Pasticceria Filippi</li> </ul>



➔ **UOVA "FREE RANGE"** - Tutte le uova acquistate sono classificate "free range" e quindi prodotte da galline allevate a terra e all'aperto secondo metodi che assicurano una vita dignitosa agli animali.

➔ **BURRO** - Utilizziamo solamente burro fresco ottenuto attraverso il tradizionale processo di centrifuga a freddo. Questo burro è ottenuto utilizzando panna vaccina di alta qualità.

➔ **VANIGLIA E AROMI VARI NATURALI** - Abbiamo studiato un bilanciamento degli ingredienti per cui riusciamo a garantire una buona conservazione del nostro prodotto senza dover ricorrere a conservanti né ad aromi artificiali che agiscono da conservante. Al contrario utilizziamo solo aromi naturali e di prima qualità. La vaniglia utilizzata è solo bacca di vaniglia proveniente dalle piantagioni del Madagascar con sistemi di sviluppo e valorizzazione della comunità locale e nel rispetto delle norme e dei diritti umani.

➔ **OLIO EVO ITALIANO** - Utilizziamo solo Olio Extra Vergine di Oliva Italiano.

➔ **CANDITI** - I canditi utilizzati sono realizzati attraverso processi di lavorazione meccanica senza l'uso di solfiti o altre sostanze chimiche che possono alterare il gusto e le proprietà organolettiche degli ingredienti.





## 8. Lavorare attivamente per la salvaguardia dell'ambiente

A completamento dell'analisi di politiche, azioni e delle metriche illustrate nella sezione ambiente di questo report, merita condurre una riflessione sugli obiettivi di Pasticceria Filippi in ambito di tutela

dell'ambiente: contenere il più possibile i consumi dello stabilimento così come le emissioni di gas climalteranti in atmosfera per ridurre l'impatto sull'ambiente e la biosfera dovuto alla attività produttiva e promuovere soluzioni innovative ad impatto positivo all'interno di tutta la catena del valore.

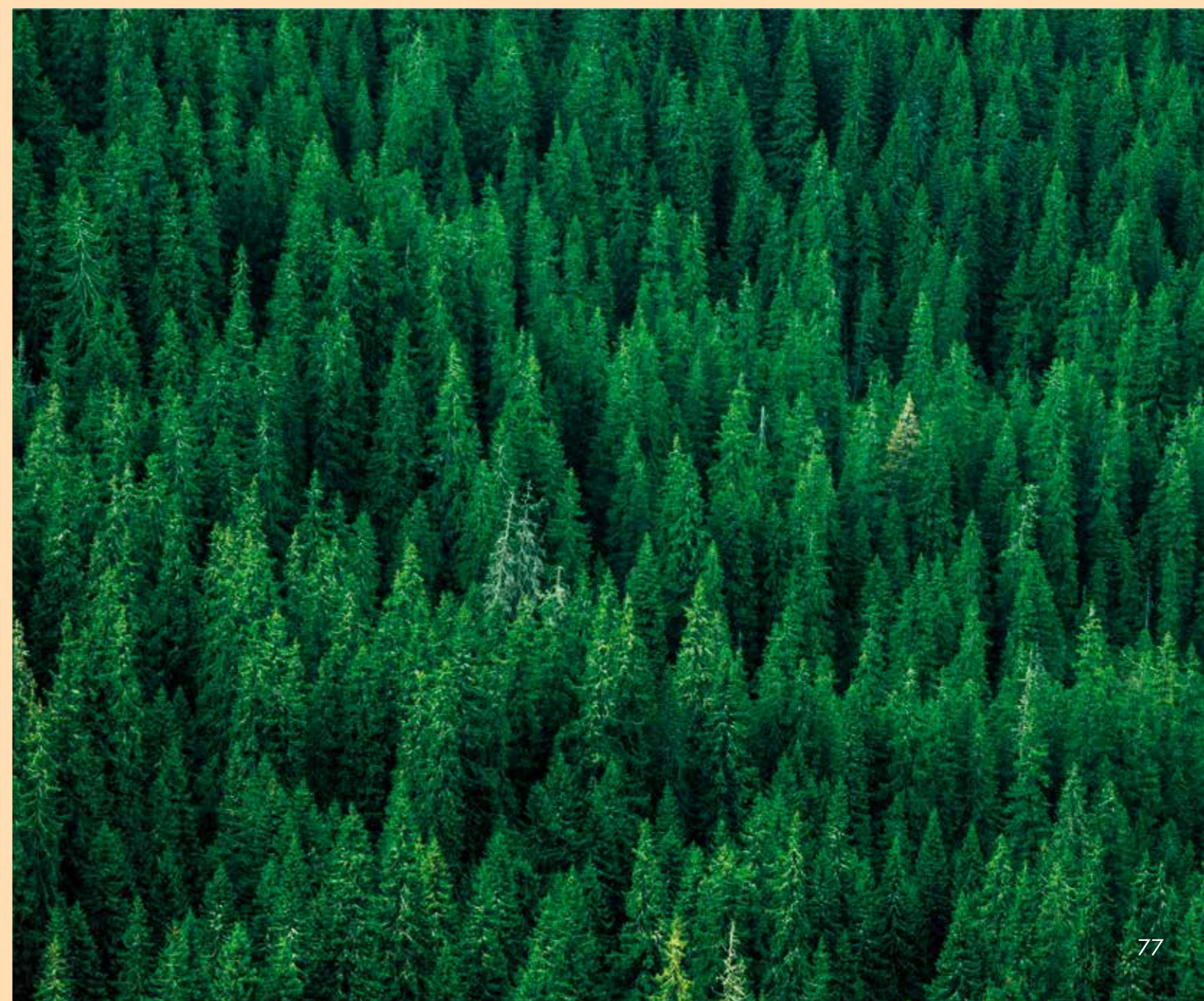
OBIETTIVO 2023	RISULTATO	OBIETTIVI 2024
<ul style="list-style-type: none"> <li>1 nuovo forno in sostituzione del forno più vecchio (risalente al 1972 circa).</li> <li>1 nuova insacchettatrice con conseguente rifacimento ed efficientamento del sistema di trasporto all'interno della sala di confezionamento.</li> </ul>	Sostituzione forno e acquisto nuova insacchettatrice.	Nel 2024 si auspica di ottenere una riduzione dei consumi di gas e di energia elettrica per kg di prodotto grazie all'efficientamento produttivo.
Riduzione delle emissioni di CO2 del 5%	Riduzione delle emissioni totali del -7,73% Riduzione delle emissioni per tonnellata di prodotto pari a -12%	Ridurre le emissioni totali di un ulteriore 5% entro il 2027
Al fine di ridurre i consumi a valle della catena di fornitura, Pasticceria Filippi ha avviato un programma di ricerca & sviluppo per: <ul style="list-style-type: none"> <li>la sostituzione dei classici pirottini in carta che contengono panettoni e colombe con pirottini in materiale compostabile, in modo da ridurre il rifiuto secco;</li> <li>lo sviluppo di un sacchetto per la conservazione del prodotto in un materiale più ecosostenibile rispetto alla plastica riciclabile in uso.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acquisto solo di pirottini compostabili</li> <li>Avanzamento progetto di studio di un nuovo sacchetto in materiale a ridotto impatto ambientale.</li> <li>Applicazione di uno nuovo sistema di imballo su cartone dei panettoni al fine di ridurre l'incidenza delle emissioni da trasporto riuscendo a spedire più prodotto a parità di volume.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Avanzamento progetto di studio di un nuovo sacchetto in materiale a ridotto impatto ambientale. (Innovazione di prodotto)</li> <li>Re-design della confezione esterna per facilitare il riciclo e ridurre l'impatto ambientale, eliminando derivati dalla plastica.</li> </ul>
Installazione di una nuova sezione di impianto fotovoltaico per aumentare la quantità di energia elettrica autoprodotta	Installata e messa in funzione a settembre 2023.	Anche in questo caso si conta di ottenere un incremento di energia elettrica autoprodotta nel 2024.
Progetto "Regala un albero" associato all'acquisto on line di un prodotto Filippi, grazie al quale il cliente può scegliere di ricevere assieme al prodotto anche un codice che certifica la piantumazione di un albero	Obiettivo raggiunto.	Mantenimento.

Sul fronte di ottimizzazione energetica ed efficientamento del parco produttivo, sono stati completati gli investimenti programmati nel 2022 inerenti all'acquisto di un nuovo forno e una nuova insacchettatrice, oltre all'ampliamento delle celle refrigeranti con gli obiettivi di aumentare la qualità, consumare meno gas e aumentare la produttività e l'efficienza produttiva. Il nuovo forno, installato ed entrato in funzione a luglio 2023, ha richiesto un intervento strutturale allo stabilimento per adeguare il pavimento alle esigenze del nuovo forno e un periodo di collaudo durante il quale sono stati consumati gas ed elettricità senza però riuscire a raggiungere il massimo potenziale produttivo. Inoltre, le celle nuove refrigeranti, necessarie al fine di snellire alcuni processi e garantire maggiore costanza nella produzione, eliminando potenzialmente materiale di scarto, hanno comportato un aumento del consumo di energia elettrica oltre all'utilizzo di gas refrigeranti

considerati nel calcolo della Carbon Footprint. Per questi motivi l'energia elettrica consumata per kg di prodotto è aumentata del 20%.

Nonostante il consumo maggiore di elettricità e l'aggiunta di gas refrigeranti che hanno un significativo impatto in termini di emissioni di CO2 equivalente, le emissioni complessive sono diminuite del 7,7% in seguito ad una diminuzione significativa delle emissioni legate allo scope 3 e nello specifico al pendolarismo dei dipendenti.

L'impianto fotovoltaico è stato ampliato, ma attivato solo a settembre 2023 non riuscendo quindi a sfruttarlo appieno soprattutto durante i mesi estivi e ad aumentare l'auto produzione di energia elettrica considerevolmente rispetto al 2022.





# VALUTAZIONE ESTERNA

Al fine di assolvere agli obblighi in capo alle società benefit, come previsto dalla legge del 28 dicembre 2015 n.208, Pasticceria Filippi conduce annualmente oltre alla valutazione degli impatti, che include una presentazione delle attività realizzate, la rispondenza agli obiettivi prefissati e la definizione di nuovi obiettivi, anche una valutazione utilizzando lo strumento di una parte terza indipendente. Pasticceria Filippi utilizza come tool di autovalutazione il B Impact Assessment<sup>38</sup> proposto da B Lab a tutte le aziende che intendono misurare la propria performance nei confronti della condotta di impresa (governance), dei lavoratori, della comunità, dell'ambiente e dei clienti. Essendo un'azienda certificata B Corp dal 2016, Pasticceria Filippi si sottomette anche a audit di verifica del punteggio da parte di personale qualificato e incaricato da B Lab.

L'audit di ricertificazione per il marchio B Corp ricorre ogni tre anni e l'ultimo si è concluso nel 2023 con un punteggio validato di 100.4 punti. La scheda esplicativa del punteggio ottenuto da Pasticceria Filippi è pubblicamente consultabile sul sito di B Lab Europe: <https://www.bcorporation.net/en-us/find-a-b-corp/company/pasticceria-filippi-srl-societa-benefit/> Poichè i dati inseriti per la valutazione da parte di auditor si riferivano all'anno 2022, nonostante l'iter di verifica si sia concluso nel 2023, Pasticceria Filippi ha aggiornato il questionario alla luce delle attività messe in atto nel 2023 ottenendo un risultato complessivo pari a 101.6.



# RICONOSCIMENTI



» Nel 2023 Pasticceria Filippi ha ricevuto il premio "Compraverde Veneto" – ed.2023 nella categoria "Riduzione dello spreco e delle eccedenze alimentari" sezione "Imprese Artigiane" per l'attenzione rivolta alla riduzione dello spreco alimentare e delle eccedenze alimentari, donando eventuali surplus produttivi ad associazioni caritatevoli che gestiscono la distribuzione di generi alimentari alle persone bisognose.

» Pasticceria Filippi ha ricevuto inoltre il premio di ItalyPost rientrando tra le 1.000 "imprese best performer" della provincia di Vicenza.

<sup>38</sup> <https://www.bcorporation.net/en-us/programs-and-tools/b-impact-assessment/>





## PROMESSA

*s. f. – 1. Una promessa è l'impegno che si prende di fronte a qualcun altro di fare o dare qualcosa [...] 2. Il termine promessa si può riferire anche a una persona, e indica chi inizia un'attività dando ottimi risultati e facendo sperare molto bene per il futuro<sup>39</sup>.*

Di promesse se ne fanno tante, a volte con superficialità e senza dare la giusta importanza al risultato che chi riceve la promessa si aspetta di ottenere. Pasticceria Filippi sa che rendere conto del suo operato nell'arco di 12 mesi, oltre al risultato economico, è un dovere di trasparenza e coerenza rispetto ai suoi stakeholder e con grande senso di responsabilità quest'anno affronta anche la rendicontazione volontaria secondo i principi dello standard europeo VSME proprio per dare ancora più valore alla promessa che dal 2016 l'azienda ha espresso: la volontà di intraprendere il percorso verso un modello di impresa sostenibile, rispondendo alla vocazione dei soci e alle sollecitudini del contesto socio-economico in cui viviamo.

<sup>39</sup> [https://www.treccani.it/vocabolario/promessa\\_res-84c5e445-e3b1-11eb-94e0-00271042e8d9/](https://www.treccani.it/vocabolario/promessa_res-84c5e445-e3b1-11eb-94e0-00271042e8d9/)



# LA TUA OPINIONE È IMPORTANTE!

Se vuoi avere maggiori informazioni sugli impegni di Pasticceria Filippi nel 2023 oppure se vuoi condividere con noi le tue osservazioni e suggerimenti, ci puoi scrivere a: [info@pasticceriafilippi.it](mailto:info@pasticceriafilippi.it)







Pasticceria Filippi S.r.l. Società Benefit  
via M. Pasubio, 96/A Zanè, 36010 (VI)  
info@pasticceriafilippi.it - www.pasticceriafilippi.it

