



PASTICCERIA FILIPPI SRL SOCIETÀ BENEFIT

Politica di lobbying, sensibilizzazione e azione collettiva

1. Premessa

Pasticceria Filippi S.r.l. Società Benefit riconosce il ruolo che le imprese possono avere nel dialogo pubblico su temi sociali, ambientali ed economici.

La presente Politica disciplina:

1. Attività di **Lobbying (inclusa advocacy politica)**
2. Attività di **Sensibilizzazione e comunicazione culturale**
3. Attività di **Azione collettiva**

La Politica di lobbying, advocacy e azione collettiva di Pasticceria Filippi è adottata in coerenza con lo Statuto di Società Benefit, il Codice Etico e gli Standard B Lab vigenti.

2. Ambito di applicazione

La Politica si applica agli amministratori e soci dell'azienda, ai dipendenti, collaboratori, ai consulenti incaricati e all'Associazione di categoria Confartigianato, in cui l'azienda aderisce.

3. Definizioni

Nel determinare il linguaggio di questa Politica, Pasticceria Filippi accoglie le definizioni disposte dagli Standard B Lab, con particolare riferimento ai termini "lobbying" e "advocacy" che, contrariamente a quanto comunemente utilizzato e a ad altri framework ESG, afferiscono ad una definizione più ampia e unificata, mutuata dal Corporate Political Engagement Index¹. Se infatti, l'uso comune definisce "lobbying" le attività che svolgono un'influenza diretta su leggi, regolamenti e sulla politica, mentre definisce "advocacy" come la sensibilizzazione pubblica e la promozione di cause, in questa Politica i termini lobbying e advocacy sono equivalenti e assumono il significato esposto di seguito.

Lobbying (inclusa advocacy politica): per lobbying si intende qualsiasi attività organizzata volta a influenzare il processo decisionale pubblico, direttamente o indirettamente, incluse:

- Le comunicazioni con funzionari pubblici o decisori politici
- La partecipazione a consultazioni normative
- I tentativi di influenzare l'opinione pubblica al fine di incidere su leggi o processi decisionali pubblici
- Le attività con le finalità sopra indicate svolte tramite associazioni di categoria o consulenti incaricati.

¹ <https://www.transparency.org.uk/what-we-do/driving-integrity-business/corporate-political-engagement-index>



Sensibilizzazione culturale: attività di comunicazione, educazione e promozione di valori sociali o ambientali che:

- non hanno come obiettivo l'influenza su decisioni pubbliche
- non mirano a modificare leggi o regolamenti
- non comportano pressione politica diretta o indiretta.

In questo ambito rientra anche la leadership di pensiero, intesa come espressione di idee, visioni e conoscenze che dimostrano competenza in un determinato campo e che sia riconosciuta da altre persone.

Azione collettiva: collaborazione tra più stakeholder (imprese, ONG, comunità, istituzioni) per generare cambiamento sistemico su temi sociali o ambientali, anche attraverso la condivisione di buone pratiche, iniziative multi-stakeholder, la leadership di pensiero e il mentoring, queste ultime indirizzate a migliorare competenze, conoscenze e capacità di altri stakeholder.

L'azione collettiva può includere attività di coinvolgimento per lo sviluppo di politiche, ma non necessariamente costituisce lobbying.

4. Principi generali

Qualora Pasticceria Filippi intraprenda attività rientranti nelle definizioni sopra indicate, si impegna a rispettare i seguenti principi:

- **Legalità:** ogni attività deve essere conforme alle normative nazionali, europee e locali applicabili.
- **Trasparenza:** L'azienda si impegna a rendere pubbliche eventuali attività di lobbying soggette a registrazione, a dichiarare pubblicamente l'eventuale assenza di tali attività e a pubblicare, ove rilevante, le posizioni ufficiali assunte su temi normativi.
- **Coerenza con la missione:** ogni intervento deve essere coerente con le finalità di beneficio comune; gli obiettivi ESG aziendali e gli impegni pubblici di sostenibilità.
- **Integrità:** è vietata qualsiasi forma di pressione indebita, di promessa o offerta di vantaggi impropri e qualsiasi comportamento che si possa configurare come conflitto di interesse non dichiarato.

5. Lobbying e advocacy politica

Pasticceria Filippi, alla data di adozione della presente politica, non svolge attività di lobbying organizzato e sistematico, non finanzia partiti politici, candidati o campagne elettorali e non sostiene iniziative finalizzate alla modifica di leggi o regolamenti. Qualora l'azienda decidesse di intraprendere attività di lobbying, sarà richiesta autorizzazione formale della consiglio di amministrazione, a seguito della quale sarà effettuata una verifica di eventuale obbligo di registrazione, garantendo in ogni caso traccia abilità delle spese e trasparenza nella comunicazione.



6. Sensibilizzazione e comunicazione culturale

In qualità di Società Benefit, l'azienda si impegna a promuovere la cultura della sostenibilità, l'educazione al consumo responsabile, in particolare contro lo spreco alimentare, e iniziative di responsabilità sociale. Come già delineato nel codice etico di Pasticceria Filippi, tutte queste attività di sensibilizzazione e comunicazione culturale non hanno alcuna finalità di supportare, promuovere o finanziare una rappresentanza politica e non costituiscono lobbying ai sensi della presente Politica. Qualora l'attività di sensibilizzazione promuova o inciti ad osservare un particolare riferimento normativo, deve essere esplicito lo scopo finale di miglioramento degli impatti sociali e ambientali, come nel caso della legge sulle Società Benefit in Italia o dei regolamenti di rendicontazione di sostenibilità vigenti sul territorio europeo.

7. Azione collettiva

L'azienda può partecipare ad azioni collettive per migliorare l'impatto sociale, ambientale ed economico attraverso l'adesione a reti di imprese sostenibili, tavoli multi-stakeholder, iniziative territoriali, attività di mentoring e partnership con organizzazioni della società civile. Qualora l'azione collettiva includa attività di policy engagement² l'azienda verifica l'allineamento con i propri valori e valuta eventuali rischi reputazionali, inoltre garantisce trasparenza verso i propri stakeholder.

Annualmente Pasticceria Filippi si impegna a svolgere un'attività di mentoring rivolta ai propri fornitori che prende il nome di "Giornata della Bontà Sostenibile". L'evento si pone come obiettivo principale la diffusione di una cultura aziendale orientata alla sostenibilità e alla responsabilità di impresa, accogliendo le finalità tipiche delle Società benefit di tutela delle Persone e del Pianeta stimolando altre organizzazioni ad implementare politiche, azioni e obiettivi inerenti alla sfera ESG. Le Giornate della Bontà Sostenibile trattano tematiche di interesse dei partecipanti, i quali vi possono accedere gratuitamente su invito di Pasticceria Filippi.

8. Associazioni di categoria

Pasticceria Filippi aderisce all'associazione di categoria Confartigianato Vicenza. Nel caso in cui l'associazione svolga attività di lobbying l'azienda si impegna a monitorare l'allineamento delle posizioni pubbliche e si riserva il diritto di dissociarsi da iniziative non coerenti con il proprio statuto. Infine, l'azienda rendiconta con trasparenza le quote associative rilevanti.

9. Finanziamenti politici

Pasticceria Filippi non effettua donazioni a partiti politici o candidati e non sostiene campagne elettorali; allo stesso modo non sponsorizza eventi con finalità di propaganda politica. Eventuali deroghe richiedono delibera formale e pubblicazione.

Si rimanda al Codice Etico aziendale per quanto riguarda qualsiasi situazione a rischio di conflitto di interessi.

² È il coinvolgimento di un'impresa nei processi di formazione delle politiche pubbliche. Lobbying e advocacy sono quella parte di policy engagement che mira ad influenzare il processo decisionale pubblico, ma se l'engagement è solo informativo o tecnico non si configura come lobbying.



10. Monitoraggio e rendicontazione

Il Comitato Etico e il team sostenibilità verificano annualmente lo svolgimento di eventuali attività di lobbying e redigono una nota interna di verifica. Questi organi si impegnano inoltre a supervisionare la pubblicazione delle informazioni rilevanti previa autorizzazione del Consiglio di Amministrazione.

Ogni anno l'azienda pubblica sul sito web aziendale una delle seguenti dichiarazioni:

- Non sono state svolte attività di lobbying soggette a registrazione
- Sono state svolte le seguenti attività di lobbying: _____
- L'azienda ha partecipato ad azioni collettive con componenti di policy engagement: _____

11. Revisione

La presente Politica è revisionata almeno ogni due anni o in caso di modifiche normative significative, aggiornamenti degli standard B Lab o in caso di attivazione di operazioni di lobbying sistematiche.

Approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 24 febbraio '26



Allegato – Dichiarazione annuale

Nell'anno 2025 Pasticceria Filippi S.r.l. SB:

- Non ha svolto attività di lobbying soggette a registrazione
- Ha svolto attività di lobbying, come descritto di seguito: _____
- Ha partecipato a consultazioni pubbliche su: _____