



Certificazione



Corporation

RELAZIONE DI IMPATTO 2022

INDICE



4

Introduzione

7

Nota metodologica

8

Identità e profilo aziendale

10

I nostri principi

12

Siamo una Società Benefit

14

Siamo una B-CORP
certificata

16

Il nostro impegno per
lo sviluppo sostenibile



18

Analisi dei temi materiali

20

L'analisi di materialità

25

La soddisfazione
dei nostri clienti

26

Le finalità specifiche
di beneficio comune

27

Assunzioni che sviluppino
l'inclusione sociale

30

Favorire la formazione e la
crescita del personale

34

Promuovere la felicità
del personale



38

Sviluppare programmi
di welfare aziendali

40

Favorire le materie prime
e l'economia del territorio

46

Affiancare e
sostenere i fornitori

48

Utilizzare materie prodotte
con metodi sostenibili

50

Lavorare attivamente per la
salvaguardia dell'ambiente

61

Il Progetto Carbon Neutral
Company

66

La tua opinione è importante

INTRODUZIONE

Il 2022 è l'anno in cui Pasticceria Filippi festeggia i 50 anni di attività e proprio in onore di questa ricorrenza si è ritenuto doveroso celebrare l'anniversario regalando a tutti gli stakeholders dell'azienda, inclusi i soci, un altro importante traguardo: il raggiungimento della neutralità climatica, a segnare che ora più che mai Pasticceria Filippi è un'azienda rigenerativa che esiste con lo scopo di essere la migliore per il mondo e proprio grazie al suo percorso di famiglia e di azienda B-Corp lavora per garantire solidità alla performance economica dell'impresa in modo da tutelare il futuro delle generazioni future.

In occasione del cinquantesimo compleanno di Pasticceria Filippi, la sua fondatrice, Maria Gasparini, assieme al marito Giuliano Filippi, ci raccontano cosa è stato e cos'è per loro Pasticceria Filippi.

“Quando abbiamo rilevato l'azienda di famiglia sapevamo che non sarebbe stato semplice ripartire, le difficoltà furono tante e a volte sembravano davvero invalicabili. Il mercato era difficile per il tipo di prodotto che noi offrivamo e la struttura dell'azienda già dai primi tempi mostrò i propri limiti. La mattina ci si alzava alle 2 per avviare la produzione e poi il pomeriggio si usciva a cercare clienti, il tempo per riposare era davvero poco ma, un po' per sfida personale, e un po' per amore dei nostri due figli, con grande spirito di sacrificio siamo andati avanti anno dopo anno fino a quando, con l'ingresso in azienda di Andrea, si è deciso di intraprendere la strada del panettone di alta gamma. Fu la scelta migliore che potevamo fare, anche se reduci da anni duri e disillusi da tante speranze disattese, non fummo in grado di capire subito cosa ci stava accadendo. Fu con l'invenzione del Dolce all'olio che iniziarono ad arrivare i primi chiari segnali che qualcosa stava cambiando. Andrea fu accompagnato da un cugino ad un incontro formativo sull'olio di oliva in un negozietto in centro a Vicenza e ne uscì rapito dal potenziale che questo ingrediente da solo custodiva. Iniziò quindi subito le sperimentazioni per poter realizzare quello che nessuno fino ad allora era mai riuscito a produrre, un panettone

senza burro con solo olio extra vergine di oliva. Ci vollero circa due anni prima di mettere a punto la ricetta ma già alla prima fiera a cui si decise di partecipare, il Merano Wine Festival, Davide Paolini ebbe modo di assaggiare il dolce all'olio e di innamorarsene. Cominciò a parlarne a nostra insaputa, lo si sentiva su Radio 24 e poi dalle 11 alle 12 nel programma dedicato ad una rubrica alimentare durante la quale commentava ristoranti, prodotti, enoteche e materie prime che lo affascinavano e che riteneva meritevoli. Da allora il telefono in azienda cominciò a suonare con un ritmo differente, fino a quando Paolini, che al tempo organizzava la fiera Taste alla vecchia stazione Leopolda, chiamò per invitarci in fiera. Quella fu la prima grande soddisfazione, grazie anche al nostro direttore vendite di allora e al lavoro di tante persone che ci hanno supportati. Siamo stati invitati più volte a parlare in diretta nazionale del nostro Dolce all'Olio e all'improvviso ci ritrovammo conosciuti in tutta Italia. Il dolce all'olio è un prodotto davvero complesso, nessuno tutt'ora riesce a farlo come noi, tutti alla fine cedono e si vedono costretti a mettere almeno un pochino di burro, mentre noi grazie alla nostra perseveranza arrivammo ad un risultato talmente buono che lo stesso Paolini ci disse “se uno non sa che non c'è burro non se ne accorge”. Con l'ingresso in azienda di Lorenzo abbiamo dato spazio ai nostri figli per portare avanti il progetto di azienda artigianale che con tanto lavoro e fatica avevamo avviato anni prima. Noi non ci sentiamo speciali, anzi, continuiamo a fare la nostra parte in azienda consapevoli che l'impegno e la perseveranza non devono mai mancare e ancora oggi ci piace essere presenti in azienda e spendere una parola con tutti perché anche se siamo cresciuti, per noi Pasticceria Filippi resta una famiglia. Ai nostri figli dobbiamo tutto, la forza per andare avanti nei momenti difficili e la gioia di arrivare a festeggiare i 50 anni di attività. Ma ora tocca a loro, e il futuro è nelle loro mani. Una cosa che ricordiamo sempre è che anche nei momenti difficili non bisogna perdere lo spirito di solidarietà e dedicarsi a chi è meno fortunato. Essere una Società Benefit e un'azienda certificata B Corp esprime al meglio il nostro pensiero e quello che per noi è uno stile di vita.”

Maria Gasparini
Giuliano Filippi





NOTA METODOLOGICA

La Relazione di Impatto di Pasticceria Filippi racchiude le informazioni relative ai temi economici, di governance, ambientali e sociali, considerati funzionali a favorire una comprensione più completa delle attività svolte da Pasticceria Filippi, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto prodotto da tutte le sue attività.

Gli indicatori di performance utilizzati sono stati scelti coerentemente con gli obiettivi di beneficio specifico della Società Benefit e con le metriche adottate da B Lab al fine dell'assegnazione di un punteggio per la certificazione B Corp.

In particolare, la scelta degli indicatori di sostenibilità è stata effettuata sulla base di una analisi preliminare della materialità condotta nel 2022 e che trova come perimetro di indagine l'annualità di riferimento, pertanto dal 1 gennaio 2022 al 31 dicembre 2022. È scelta dell'azienda trattare gli indicatori discussi nella Relazione di Impatto 2021 unitamente a nuovi aspetti in modo

da consentire un raffronto agile e facilmente fruibile da qualsivoglia lettore, con lo spirito di condivisione e trasparenza delle informazioni che appartiene a tutte le società benefit e con l'obiettivo di continuare un processo di miglioramento nella comunicazione e nella rappresentazione di Pasticceria Filippi.

Il processo di redazione della Relazione di Impatto ha visto il coinvolgimento dei responsabili delle diverse funzioni di Pasticceria Filippi, coordinati da specialisti in sostenibilità e rendicontazione. Il presente documento è stato presentato al Consiglio di Amministrazione di Pasticceria Filippi ed è stato approvato alla sua prima e unica revisione.

La Relazione di Impatto è pubblicata sul sito internet istituzionale dell'azienda www.pasticceriafilippi.it ed è reso accessibile a tutti gli stakeholder. Per ottenere maggiori informazioni è possibile rivolgersi al seguente indirizzo: info@pasticceriafilippi.it.

IDENTITÀ E PROFILO AZIENDALE

Il tempo per fare le mille cose che vorremmo e per "gustarci" i sapori più buoni e i momenti più belli, ci appare confinato in un passato lontano, che la modernità sembra averci sottratto: spesso il pensiero della dolcezza, delle cose genuine, dei profumi che sanno di buono ci riporta ai ricordi dell'infanzia. Noi Filippi abbiamo voluto custodire quei ricordi fatti di profumi e di tradizione: è la storia della nostra famiglia, dell'esperienza e dei sacrifici, ma anche della riconoscibilità di sapori legati al territorio.

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



A Zanè, l'11 settembre 1972, nasceva Pasticceria Filippi. Dal coraggio e dalla passione di Maria Gasparini e Giuliano Filippi prese forma un piccolo laboratorio artigianale oggi conosciuto in tutto il mondo per la sua qualità, unicità di sapori e approccio sostenibile a tutti i processi di lavorazione.

I 50 anni di storia dell'azienda si intrecciano in maniera indissolubile con la storia della famiglia Filippi che da sempre rappresenta il cuore dell'azienda e che porta avanti tradizioni antiche grazie alla seconda generazione.

Negli anni 2000, i figli Andrea e Lorenzo raggiunsero mamma Maria e papà Giuliano in azienda dando un contributo sostanziale all'evoluzione dell'azienda verso la forma che oggi noi conosciamo: una delle più esclusive aziende artigianali in grado di produrre dolci da forno, soprattutto Panettoni e Colombe con una cura minuziosa di tutti i dettagli del prodotto e soprattutto con un occhio attento a tutte le persone coinvolte nel processo di produzione e distribuzione del prodotto.

La catena del valore della Pasticceria Filippi è preservata e supportata attraverso iniziative di vario tipo, dall'attenzione verso i lavoratori, a rapporti di lunga data con i fornitori, dal sostegno al territorio

e alla comunità locale, alla tutela dell'ambiente, dal rispetto del cliente alla selezione di materie prime di alta qualità e di basso impatto ambientale, e trova una sua ufficializzazione in varie tappe conseguite dall'impresa, tra le più significative sicuramente la trasformazione in Società Benefit nel 2016 e sempre nello stesso anno il raggiungimento della certificazione B Corp e della certificazione BRC/IFS.

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.

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.



SIAMO UNA SOCIETÀ BENEFIT

Le Società benefit sono aziende che perseguono volontariamente il duplice obiettivo di generare profitto per gli azionisti e di redistribuire una parte di questo profitto per realizzare obiettivi di beneficio a favore dell'ambiente, della Comunità, delle persone che interagiscono con l'azienda e del territorio in generale. Si tratta di una visione rivoluzionaria dell'impresa, che storicamente nasce esclusivamente con lo scopo di produrre profitto per gli azionisti al punto tale che prima del 2016 in Italia non era possibile inserire a Statuto uno scopo parallelo o comunque diverso da questo.

La legge n.208 del 28 dicembre 2015 supera questa visione esclusiva dell'impresa dando la possibilità di affiancare un altro scopo oltre a quello del profitto: lo scopo di utilizzare una parte del profitto generato dalla performance economica dell'impresa per realizzare con lo stesso rigore attività di beneficio comune destinate a tutti gli stakeholder, cioè a tutti i portatori di interesse dell'impresa, inclusi enti e associazioni e la biosfera.

Si tratta di una scelta volontaria che modifica lo status giuridico dell'impresa e offre la possibilità di aggiungere la nomenclatura di Società Benefit nella ragione sociale proprio per avvalorare e contraddistinguere sin dal nome le aziende che si assumono un impegno tanto ampio.

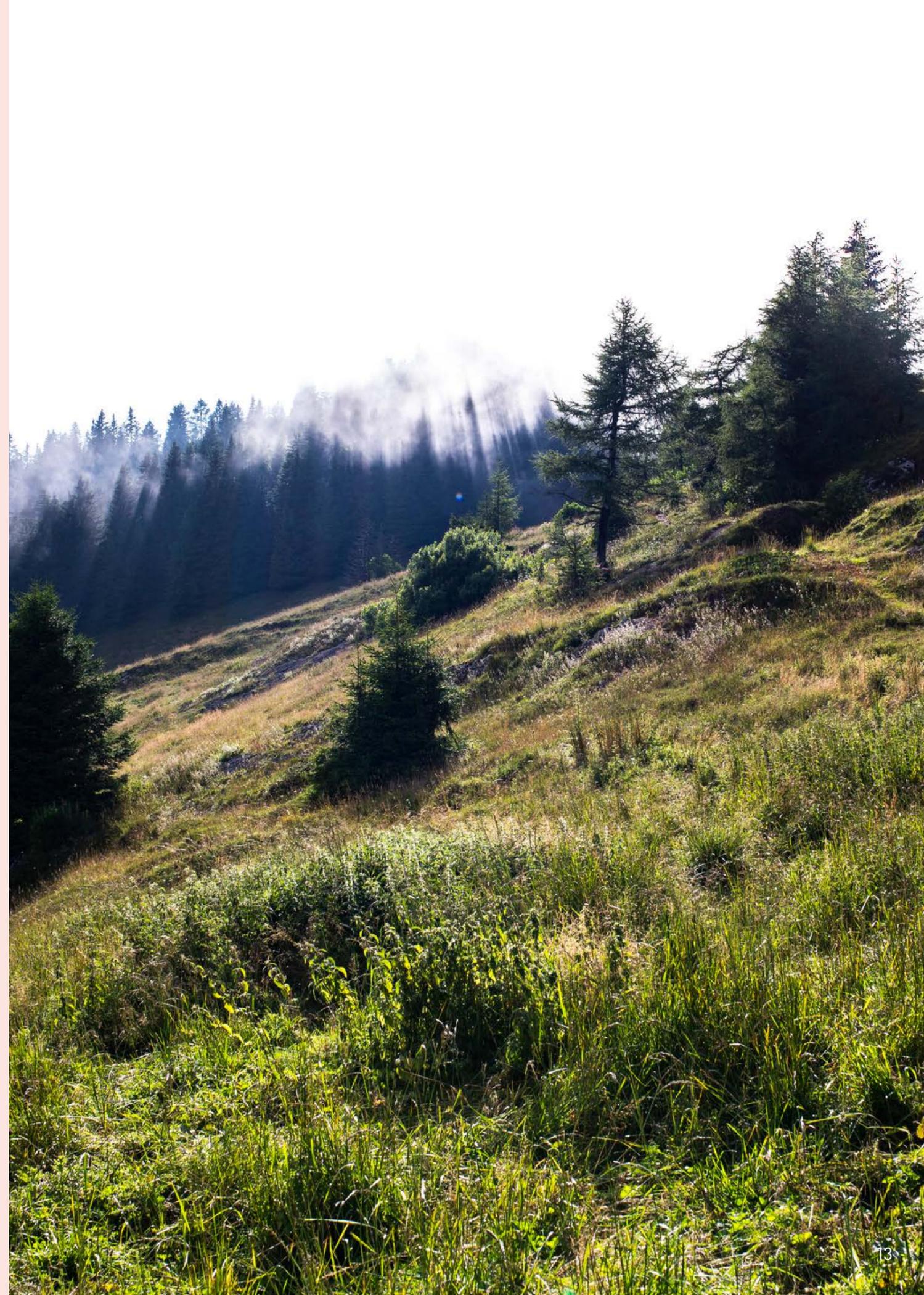
Tutte le aziende che hanno scopo di lucro possono costituirsi o trasformarsi in Società Benefit, seguendo le direttive esplicitate dall'allegato al testo di legge:

- Esplicitare nel proprio statuto quali obiettivi di beneficio comune intendono perseguire
- Realizzare tali finalità di beneficio comune in modo responsabile, sostenibile e trasparente
- Misurare i propri risultati in termini di impatto positivo sulla società e sull'ambiente
- Scegliere uno strumento di misurazione indipendente
- Nominare la figura del Responsabile di Impatto
- Redigere ogni anno una Relazione di Impatto

Quello delle Società Benefit è un approccio Win Win poiché alla chiusura del cerchio tutti ne escono vincitori: tutti faranno in modo che l'azienda generi profitto, l'azienda utilizzerà una parte del profitto per arricchire dal punto di vista economico e qualitativo le persone che hanno contribuito al successo aziendale e per prendersi cura della comunità e dell'ambiente che ospitano l'azienda; la comunità sarà quindi in grado di erogare più servizi e attività a supporto dell'attività economica, favorendo l'impresa direttamente o indirettamente tramite servizi per i lavoratori; l'ambiente sarà più equilibrato e permetterà che l'azienda possa continuare la propria attività con continuità riducendo i rischi ambientali; eccetera, eccetera.

Pasticceria Filippi si è trasformata in Società Benefit nel 2016, avendo colto sin dall'inizio l'aspetto rivoluzionario ed estremamente lungimirante di questo sistema di fare impresa. Nominando uno dei soci, Andrea Filippi, responsabile di impatto, ha quindi identificato la figura interna all'azienda che si preoccupa di fare in modo che l'interesse dei soci e l'interesse della collettività siano in perfetto equilibrio, e che fa in modo di comunicare quanto l'azienda realmente fa con completezza e trasparenza, definendo inoltre di anno in anno obiettivi sempre più sfidanti.

Le Società Benefit non godono di incentivi di tipo economico o fiscale, proprio per la loro natura stessa non possono gravare sui contribuenti. Tuttavia, è oggettivo il dato che dimostra come il mercato premi aziende di questo tipo, non solo dal punto di vista del consumatore ma anche dal punto di vista di credibilità e stabilità finanziaria, avendo uno statuto che ne assicura una maggiore solidità e stabilità dal punto di vista della governance e assicurando l'implementazione di comportamenti che limitano i rischi e quindi riducono le potenziali problematiche al minimo.



SIAMO UNA B-CORP CERTIFICATA

Le aziende B Corp sono quelle imprese che dopo essersi volontariamente sottoposte a valutazione da parte di B Lab hanno ottenuto un punteggio tale da poter essere definite aziende che restituiscono alla società e all'ambiente più di quanto prelevano per poter fare la loro attività di impresa.

La valutazione tratta tutti gli ambiti di azione di una impresa, ovvero tutte le attività che generano un impatto positivo (o negativo) su lavoratori, clienti, fornitori, comunità, ambiente e sulla stessa gestione imprenditoriale ed è realizzata utilizzando uno strumento che prende il nome di Benefit Impact Assessment (conosciuto come BIA). Tutte le aziende for profit al mondo possono liberamente e gratuitamente iscriversi alla piattaforma e completare un primo self-assessment che, una volta superati gli 80 punti, permette di accedere ad una fase di ispezione e audit per verificare l'esattezza delle risposte assegnate e quindi validare il punteggio ottenuto con il marchio B Corp.

All'azienda è richiesto di fornire informazioni di tipo qualitativo e quantitativo attraverso un apposito questionario che si modella a seconda di determinati parametri (Area geografica, tipologia di azienda, classe di fatturato, numero di operatori, settore merceologico) in modo da poter modellare una serie di quesiti il più possibile coerenti con la realtà aziendale e adatti a valutarne l'effettivo impatto.

La scala di valutazione del BIA parte da 0 punti e potenzialmente arriva a massimo 200 punti, ma è a 80 punti che viene identificato il breakeven point ovvero il punto in cui un'azienda passa da un modello di business estrattivo (che preleva dalla società e dall'ambiente più di quanto restituisce)

a un modello rigenerativo. In un contesto chiuso e limitato con il Pianeta Terra, essere rigenerativi significa garantire un futuro alle generazioni che verranno e che avranno a loro disposizione risorse per poter vivere e crescere.

Pasticceria Filippi ha ottenuto il marchio B Corp sin da subito nel 2016 dimostrando come in realtà l'azienda avesse già incarnato un modello di business rigenerativo fondato sul principio di interdipendenza che accomuna tutte le B Corp.

Quello che potrebbe essere un punto di arrivo, l'ottenimento del marchio, è in realtà il punto di partenza per sviluppare una strategia di sostenibilità sempre più sfidante e in grado di generare un impatto positivo così come di ridurre gli impatti negativi che l'azienda genera.

Lo strumento del BIA è infatti molto utile per identificazione i punti di forza di ogni azienda dove poter sviluppare obiettivi importanti e di grande impatto positivo, ma è anche funzionale a far emergere le criticità che ogni azienda è chiamata a gestire con attività di monitoraggio e piani di riduzione.

Pasticceria Filippi negli ultimi 6 anni ha potuto e voluto realizzare una crescita importante sotto il profilo della sostenibilità e proprio nel 2022, a chiusura del riesame della certificazione che avviene ogni 3 anni, ha sfondato il muro dei 100 punti che poche aziende riescono a valicare, considerando che solo il 3% delle aziende che completano la prima fase di self-assessment con il BIA arrivano a superare gli 80 punti.

2016
88.4
punti

2018
90.3
punti

2022
100.4
punti

Ad oggi:

Oltre 6765* aziende in 90* Paesi di tutto il mondo hanno ottenuto il marchio B Corp

Di queste ben 2600* sono aziende europee e 220* in Italia

Queste aziende appartengono a 161* settori, a dimostrazione del fatto che la sostenibilità è ambito adatto a tutti

* <https://www.bcorporation.net> e <https://bcorporation.eu>

IL NOSTRO IMPEGNO PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE - SDGs

Già dal 2021, l'analisi degli impatti di Pasticceria Filippi ha preso in considerazione i principi dettati dall'Agenda 2030 delle Nazioni Unite e dagli Obiettivi per lo sviluppo sostenibile che ne sono parte integrante (SDGs – Sustainable development goals) in modo da allineare la strategia dell'azienda a quello che si ritiene sia il piano strategico più importante della storia, in quanto è l'unico modo per contenere l'innalzamento delle temperature e preservare la sopravvivenza dell'uomo sul pianeta Terra.

Il piano strategico di Pasticceria Filippi ha valutato tra i 17 Sustainable Development Goals (SDGs) gli obiettivi prioritari ovvero i più coerenti con il modello di business aziendale, che sono riassunti di seguito.

SDG 3 - In che modo l'azienda può contribuire alla salute e al benessere per tutti.



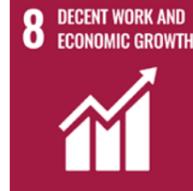
Area di impatto:

- Benefit per i lavoratori
- Iniziative per la salute e il benessere
- Acquisto materie prime

Azioni di Pasticceria Filippi:

- Contribuzione aggiuntiva
- Formazione
- Rafforzamento e ampliamento welfare aziendale
- Valutazione dei fornitori su criteri di sostenibilità
- Monitoraggio fornitori sull'uso di sostanze tossiche o potenzialmente dannose alla salute

SDG 8 – In che modo l'azienda può adottare misure per offrire lavoro dignitoso e crescita economica.



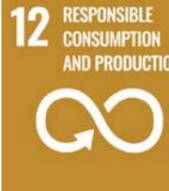
Area di impatto:

- Benefit per i lavoratori
- Formazione
- Diritti umani
- Fornitori

Azioni di Pasticceria Filippi:

- Attività di supporto al reddito dei lavoratori
- Miglioramento dell'ambiente di lavoro e della gestione degli spazi (politica madri che allattano)
- Piani di formazione professionale, trasversale e personale
- Formazione alla catena di fornitura
- Implementazione dei principi di uguaglianza, non discriminazione e parità di genere nel processo di assunzione
- Valutazione dei fornitori su metriche sociali e di gestione della loro forza lavoro
- Preferenza di acquisto da fornitori locali

SDG 12 – Cosa può fare l'azienda per mantenere la produzione e il consumo a livelli responsabili.



Area di impatto:

- Approvvigionamento materie prime e sussidiarie
- Gestione dei rifiuti, degli scarti e del disavanzo di produzione
- Sviluppo del packaging

Azioni di Pasticceria Filippi:

- Conferimento prodotto invenduto a canali di distribuzione alternativa sotto forma di donazione
- Impegno a sviluppare un packaging riciclabile e dove possibile da materiale riciclato
- Monitoraggio dei consumi di materiale e dei rifiuti
- Formazione ai fornitori

SDG 13 – In che modo l'azienda può contribuire alle azioni per il clima.



Area di impatto:

- Produzione: monitoraggio consumi
- Innovazione tecnologica
- Formazione/divulgazione
- Acquisto di energia

Azioni di Pasticceria Filippi:

- Carbon footprint di azienda e compensazione delle emissioni
- Rinnovo macchinari obsoleti con altri più efficienti
- Campagne pubblicitarie e di informazione per sensibilizzare il consumatore
- Autoproduzione di energia e acquisto di rinnovabile dove possibile



ANALISI DEI TEMI MATERIALI

L'analisi di materialità è diventata sempre più critica per le aziende poiché permette di identificare le questioni più rilevanti che possono avere un impatto significativo sulla reputazione e sul successo dell'azienda nel lungo termine. Per garantire un'analisi completa e precisa, è necessario coinvolgere tutti gli stakeholder dell'azienda, come i dipendenti, i clienti, i fornitori e le comunità locali. I temi rilevanti, da rendicontare in conformità ai GRI standard, sono quelli che riflettono l'impatto significativo dell'azienda in ambito economico, ambientale e sociale. In questo contesto, l'impatto si riferisce agli effetti che un'impresa ha sull'economia, sull'ambiente e sulla società (positivi o negativi), ma anche rispetto alle aspettative, interessi e valutazioni dei propri stakeholder. Secondo l'approccio dell'Unione Europea, definito nelle linee guida sull'informativa in materia di cambiamenti climatici di cui alla Nfrd (Non financial reporting directive), Direttiva 95/2014 e la Direttiva approvata a fine 2022 per la redazione dei bilanci di sostenibilità, i temi materiali sono quegli ambiti di sostenibilità che possono avere impatti significativi sullo sviluppo, le prestazioni e sul valore di un'impresa. Nello stesso tempo, un tema materiale è definito in relazione agli ambiti e tematiche di carattere sociale e ambientale sui quali l'impresa, attraverso la propria attività, può avere un impatto rilevante. Le due direzioni della materialità sono interconnesse tra di loro. Il processo di analisi di materialità è peraltro dinamico e basato sull'evoluzione del contesto di riferimento. Non tutti gli aspetti materiali sono di uguale importanza, e l'enfasi all'interno di un report ne riflette la priorità relativa.

Gli stakeholder e il processo di coinvolgimento

Gli stakeholder sono individui o gruppi, espressione di interessi, non necessariamente omogenei, nei confronti di un'impresa e con i quali un'impresa interagisce nello svolgimento della propria attività. Gli stakeholder rivestono un ruolo fondamentale nell'offrire informazioni importanti sulla performance dell'azienda,

sulle principali sfide che questa deve affrontare e sulle questioni che maggiormente influiscono sulla loro percezione dell'azienda. Ad esempio, i dipendenti possono fornire una valutazione critica della cultura aziendale e delle pratiche di lavoro, i clienti possono esprimere opinioni sui prodotti e servizi offerti e sul livello di soddisfazione, i fornitori possono indicare come l'azienda gestisce la catena di approvvigionamento e le comunità locali possono fornire informazioni sulla sostenibilità delle attività dell'azienda e sulle questioni ambientali e sociali.

Coinvolgere gli stakeholder nella fase di analisi è fondamentale per garantire una valutazione completa e per identificare le questioni chiave che influenzano l'azienda. Ciò consentirà all'azienda di adottare misure concrete per affrontare le principali sfide e per migliorare le relazioni con i propri stakeholder, contribuendo al successo dell'azienda e alla creazione di valore a lungo termine.

Pasticceria Filippi è consapevole delle responsabilità che derivano dall'essere un'azienda certificata B Corp con il duplice scopo di creare profitto e di perseguire gli impegni di beneficio comune inseriti a Statuto nel momento della sua trasformazione in Società Benefit, contribuendo allo sviluppo economico e al benessere dei propri dipendenti, collaboratori e fornitori, oltre che della comunità in cui opera.

Pasticceria Filippi pone al centro del proprio fare impresa le persone, non solo con un prodotto ispirato alla gioia dello stare insieme, ma con una visione generale che vuole soddisfare le esigenze di sviluppo sostenibile dei propri lavoratori, così come dei clienti, dei fornitori e più in generale della Comunità in cui è inserita.

Gli stakeholder sono pertanto al centro degli interessi di Pasticceria Filippi e rispondere alle loro esigenze è elemento strutturale nella definizione delle strategie operative, nel posizionamento sul mercato e di conseguenza nello sviluppo dell'azienda. Per poter assolvere a questo obiettivo risulta fondamentale attivare il coinvolgimento degli stakeholder attraverso i vari livelli aziendali in modo da raccogliere opinioni, punti di vista e suggerimenti che guidano le decisioni strategiche verso un vantaggio reciproco.

Per garantire un coinvolgimento efficace degli stakeholder, i responsabili hanno individuato i principali soggetti interessati, confermati poi negli anni successivi per la redazione del Report di sostenibilità, che sono: dipendenti, collaboratori, fornitori, outsourcers, clienti, fornitori, partner commerciali, agenti, istituzioni, autorità e media.

Nel corso del 2022, Pasticceria Filippi ha attivato iniziative di formazione, confronto e dialogo con gli stakeholder sia per condividere il proprio modello di business sostenibile e quindi comunicare oltre la qualità del prodotto anche la bontà della strategia aziendale nei confronti del personale, della catena di fornitura, del mercato e del territorio, sia per affinare la comprensione delle esigenze e delle aspettative degli stakeholder e di migliorare ulteriormente la propria performance aziendale. Grazie a questo approccio, l'azienda ha potuto definire le priorità di materialità e adottare le misure necessarie per affrontare le sfide emerse, migliorare la propria reputazione e definire le proprie strategie di lungo periodo e i programmi d'azione.

Modalità di coinvolgimento

Il coinvolgimento degli stakeholders rappresenta un'importante parte del processo di sostenibilità delle aziende, poiché aiuta a identificare le tematiche più rilevanti per la sostenibilità e a creare un legame duraturo nel tempo tra le parti interessate. Pasticceria Filippi si relaziona con i propri stakeholder secondo criteri di trasparenza, onestà e imparzialità, nel rispetto delle leggi e dei regolamenti in vigore e coerentemente con il proprio Modello di Business e di Sviluppo Sostenibile, con il proprio Codice Etico e con l'approccio strategico del Valore Condiviso.

Pasticceria Filippi ha scelto di adottare diverse modalità di coinvolgimento degli stakeholders per garantire un metodo efficace di dialogo e un confronto continuo con le parti interessate:

- Consultazioni dirette

Questa modalità prevede l'organizzazione di incontri tra l'azienda e i propri stakeholder, al fine di raccogliere i loro feedback, opinioni e suggerimenti sui temi

rilevanti per la sostenibilità dell'azienda. Questi incontri consentono all'azienda di ottenere una comprensione più approfondita delle esigenze e delle preoccupazioni dei propri stakeholder, e di rispondere meglio alle loro aspettative. Inoltre, le consultazioni dirette rappresentano un'opportunità per l'azienda di comunicare in modo trasparente i propri obiettivi e di fornire informazioni sulle azioni intraprese per migliorare la sostenibilità;

- Questionari online

I questionari sono stati creati per raccogliere le opinioni degli stakeholder su più temi, inclusi gli ambiti relativi alla sostenibilità. Grazie a questa modalità, l'azienda è stata in grado di raggiungere un pubblico più ampio, facilitando l'accesso ai questionari in modo rapido e facile. Inoltre, i questionari online consentono di analizzare i dati raccolti in modo più efficiente, con la possibilità di elaborare grafici e statistiche per una migliore interpretazione dei risultati. La promozione dei questionari online è fatta attraverso i canali di comunicazione dell'azienda, come il sito web e i social media, ma anche indirettamente attraverso la propria rete di vendita in modo da raggiungere il maggior numero possibile di persone e garantire una rappresentatività dei feedback ricevuti;

- Questionari stampati

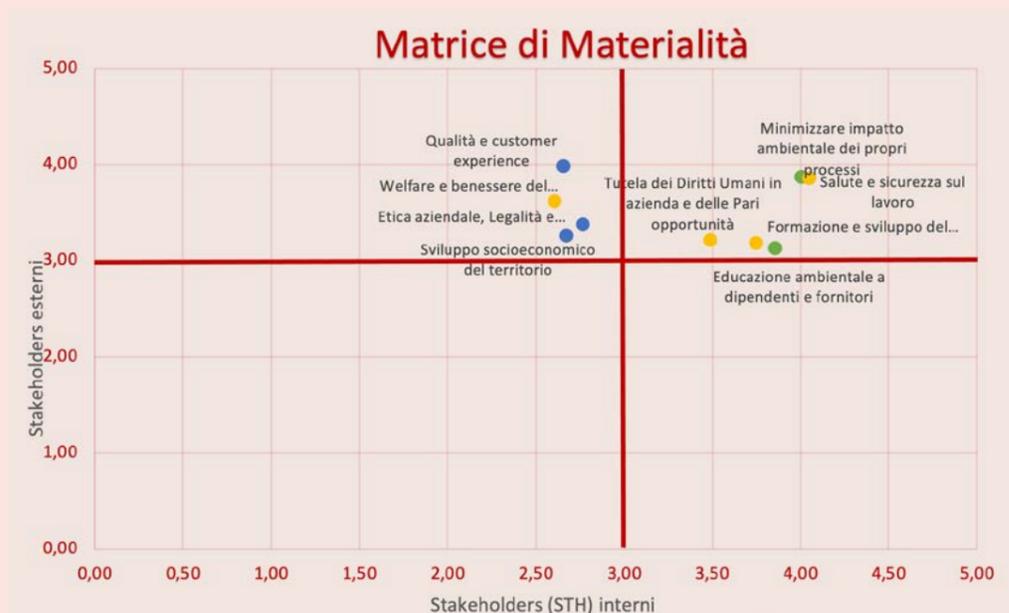
La Pasticceria Filippi ha scelto di utilizzare anche lo strumento del questionario cartaceo. In particolare, l'azienda ha strutturato un questionario annuale di soddisfazione dei dipendenti, al fine di raccogliere informazioni e feedback sulla loro esperienza lavorativa e sulle loro esigenze con il quale ogni persona è invitato a fornire la propria valutazione di priorità rispetto ai temi materiali. Questo strumento è un importante canale di comunicazione e dialogo tra l'azienda e i suoi dipendenti, in modo da garantire che le loro voci siano ascoltate e le loro esigenze siano prese in considerazione nelle decisioni aziendali. Inoltre, il questionario cartaceo rappresenta un'alternativa utile per coloro che non hanno la possibilità oppure non vogliono accedere al questionario on line.



L'ANALISI DI MATERIALITÀ

L'analisi dei dati ha portato alla creazione della matrice di valutazione presentata di seguito. Gli elementi considerati rilevanti, ovvero quelli con una valutazione

media di rilevanza superiore a 3, saranno oggetto di valutazione e rendicontazione nei paragrafi successivi.



Area di impatto: ambiente

TEMA MATERIALE	ANALISI DELL'IMPATTO DEL TEMA MATERIALE	PRIORITÀ	GRI	SDG
Minimizzare 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.	ALTA	GRI 302 GRI 305 GRI 306	12-13
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.	ALTA	GRI 308 GRI 414 GRI 413	12-13

Area di impatto: sociale

TEMA MATERIALE	ANALISI DELL'IMPATTO DEL TEMA MATERIALE	PRIORITÀ	GRI	SDG
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.	ALTA	GRI 403	3
Formazione e sviluppo del personale	Garantire ai propri dipendenti lo sviluppo continuo delle proprie 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.	ALTA	GRI 404	8
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.	ALTA	GRI 401 GRI 405 GRI 406 GRI 410 GRI 412	8
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.).	MEDIA	GRI 401	3

Area di impatto: governance

TEMA MATERIALE	ANALISI DELL'IMPATTO DEL TEMA MATERIALE	PRIORITÀ	GRI	SDG
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. Imprintare 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.	MEDIA	GRI 2 GRI 205 GRI 207 GRI 206 GRI 204 GRI 414	3-8-12
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.	MEDIA	GRI 204 GRI 413	12
Qualità e customer experience	Realizzare prodotti dolciari definibili artigianali nonostante la lavorazione con processi industriali attraverso un'attenta selezione delle materie prime, l'adozione di tecnologie produttive sviluppate internamente, e una costante innovazione imprenditoriale della 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 P. Filippi.	MEDIA	GRI 2 GRI 416 GRI 417	3-12



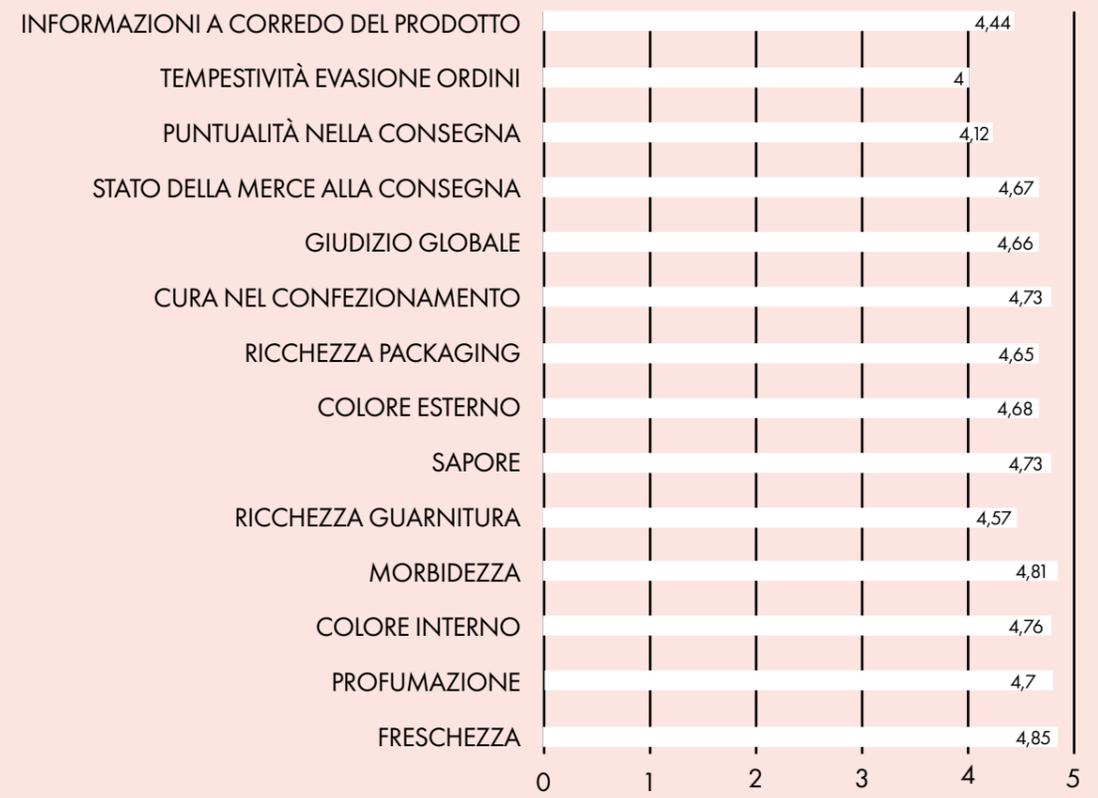
LA SODDISFAZIONE DEI NOSTRI CLIENTI

Dal 1972 Pasticceria Filippi lavora per perfezionare le proprie ricette e per rendere i prodotti proposti sul mercato sempre più buoni, sempre più in linea con le aspettative dei clienti. Il cliente di oggi è un consumatore informato, consapevole di cosa può desiderare e che si aspetta standard qualitativi altissimi per i dolci che saranno consumati nei giorni di festa. Proprio per questi motivi, Pasticceria Filippi affianca ad una costante attività di ricerca e sviluppo anche una campagna informativa mirata per far comprendere ai clienti acquisiti e ai potenziali nuovi clienti quanto la cura di tutti i passaggi del processo produttivo sia importante per arrivare ad un prodotto di eccellenza, dalla ricerca della materia prima con determinate caratteristiche, ai materiali utilizzati per il confezionamento

realizzato a mano. Non sarebbe possibile eccellere senza incontrare le esigenze del consumatore, che evolvendosi nel tempo richiedono all'azienda un continuo sforzo di allineamento; motivo per il quale il cliente è sollecitato a fornire una valutazione dettagliata del prodotto acquistato attraverso un form disponibile sul sito aziendale e accessibile direttamente dal sito web oppure dal QR esposto all'interno della bottega.

La tabella di seguito riporta la media dei punteggi ottenuti da tutti i questionari raccolti nel corso dell'anno 2022, dove il cliente è esortato a fornire un punteggio per ciascun criterio di valutazione da 1 a 5, dove 1 è il minimo e 5 è il massimo.

Soddisfazione del cliente 2022



Dai punteggi acquisiti, è possibile anche ricavare una sintesi complessiva di soddisfazione del cliente che si attesta a 4,60 punti su 5.



LE FINALITÀ SPECIFICHE DI BENEFICIO COMUNE

Lo statuto di Pasticceria Filippi tratta all'articolo 3 le finalità di beneficio comune che l'azienda, in qualità di Società Benefit, intende perseguire con lo stesso rigore con il quale si impegna a creare profitto:

- 1** Assunzioni che sviluppino l'inclusione sociale
- 2** Favorire la formazione e la crescita del personale
- 3** Promuovere la felicità del personale
- 4** Sviluppare programmi di welfare aziendali
- 5** Favorire le materie prime e l'economia del territorio
- 6** Affiancare e sostenere i fornitori per migliorare i prodotti in termini di qualità ed etica
- 7** Utilizzare materie prodotte con metodi sostenibili, verifica e tracciabilità del ciclo di vita
- 8** Lavorare attivamente per la salvaguardia dell'ambiente

ANALISI DEI RISULTATI 2022 E OBIETTIVI 2023

Rispondendo ai requisiti di trasparenza e completezza richiesti alle Società Benefit al fine di offrire a tutti gli stakeholder una rappresentazione veritiera degli impatti dell'azienda, di seguito è disposta una analisi dettagliata

di tutte le attività messe in atto dall'azienda al fine di assolvere agli obiettivi prefissati per il 2022, unitamente a una proiezione degli obiettivi che l'azienda intende perseguire nel corso dell'anno 2023.

1 ASSUNZIONI CHE SVILUPPINO L'INCLUSIONE SOCIALE

La costituzione italiana esplicita all'articolo 1 che "l'Italia è una Repubblica democratica fondata sul lavoro" ponendo subito in risalto un tema sempre attuale nella storia dell'uomo: il lavoro nobilita l'uomo e allo stesso contribuisce al miglioramento della società. Quando una persona lavora, si prende cura del proprio sostentamento, di quello della sua famiglia, fa progredire l'azienda che lo ha assunto, l'economia della nazione, portando avanti il progresso di tutto il mondo, l'evoluzione dell'uomo stesso. Pertanto, il lavoro del singolo è un bene per la collettività e allo stesso tempo il lavoro è inteso come diritto finalizzato ad eliminare dipendenze e schiavitù essendo lo strumento principale per garantire l'eguaglianza e la dignità delle persone.

Pasticceria Filippi condivide e applica questo pensiero nella gestione del personale, in particolare nella politica delle assunzioni definendo i principi di Eguaglianza e Pari Opportunità unitamente ai valori di Solidarietà e Inclusione quali driver

primari per la selezione del personale. Tutti hanno diritto ad avere una possibilità di lavoro, soprattutto le persone appartenenti alle categorie più fragili e svantaggiate e che storicamente affrontano barriere più alte di ingresso al mondo del lavoro. Gli indicatori relativi al personale hanno la funzione di monitorare l'andamento delle politiche di recruiting dell'azienda anche in assenza di obiettivi di assunzione in quanto l'azienda non ha esigenze espansive elevate e l'unico vero obiettivo che si pone è il ricollocamento di stagione in stagione dello stesso personale stagionale, trattato e formato al pari di un qualsiasi dipendente assunto direttamente dall'azienda. La stagionalità del prodotto di Pasticceria Filippi richiede infatti una gestione flessibile del personale, concentrando l'occupazione nei primi 3/4 mesi dell'anno e negli ultimi 6/7 mesi. Poter contare sempre sulle stesse figure non è un dato scontato e richiede una buona gestione del personale.

	KPI 2021	KPI 2022
Totale personale	+ 20%	+16% rispetto al 2021
Lavoro femminile	+ 25%	+14% rispetto al 2021
Lavoro giovani (under 25)	Il numero di giovani non ha subito variazioni, tutti i dipendenti sono stati riconfermati.	Nessuna variazione, il numero di persone con meno di 25 anni nel 2022 è rimasto invariato rispetto al 2021
Lavoro dipendenti over 50	+ 3,8%	+15% di lavoratori con più di 50 anni di età in forza nel 2022 rispetto al 2021
Lavoro stranieri	-6,2% il personale che è uscito ha preferito volontariamente cambiare occupazione per esigenze di orari e Pasticceria Filippi lo ha sponsorizzato presso un proprio fornitore	+ 53% rispetto al 2021, è infatti aumentato il numero di lavoratori provenienti da Paesi diversi dall'Italia.

APPROFONDIMENTO: IL CONTESTO STORICO

Gli anni della pandemia hanno stravolto il mondo del lavoro con il fenomeno comunemente chiamato **Great Resignation** o **Big Quit**, emerso nel 2021 negli Stati Uniti e divampato anche in Italia nello stesso anno. Per Great Resignation si intende il brusco aumento delle richieste di dimissioni da parte dei lavoratori. Sono quasi 2 milioni e 200 mila le dimissioni registrate nel 2022, in aumento del 13,8% rispetto al 2021. Ne sono coinvolti principalmente i giovani under 30, ovvero la cosiddetta Generazione Z. La correlazione con la pandemia non è in realtà pertinente nell'analisi dei fatti, in quanto già prima della diffusione del Covid-19 in Italia e nel mondo i tassi di dimissioni in Italia erano in costante e repentino aumento. Il Working Paper n.2/2022 a cura del Ministro per la Pubblica Amministrazione Renato Brunetta e de professore Ordinario del Dipartimento di Economia "Marco Biagi" Michele Tiraboschi, traccia infatti un trend in atto da oltre 10 anni. Il fenomeno va quindi letto come cambio radicale delle richieste e delle esigenze dei lavoratori: tendenzialmente i lavoratori di oggi cercano nelle organizzazioni che scelgono un migliore benessere aziendale che racchiude al suo interno strategie che possano consentire una crescita professionale, formazione personale, compatibilità con esigenze familiari o comunque private e benefit aziendali. La Great Resignation va infatti di pari passo con un altro fenomeno importato in Italia dagli Stati

Uniti, che viene definito **Filosofia Yolo** (you only live once) e che spinge i giovani lavoratori a non subire il lavoro ma al contrario di divenire imprenditori di sé stessi scommettendo sul futuro e di conseguenza non accettando situazioni o dinamiche che non consentono la massima espressione delle loro potenzialità e progettualità.

Pasticceria Filippi ha analizzato questo contesto e lo affronta applicando gli impegni di beneficio inseriti a statuto, nella convinzione che un contratto di lavoro e uno stipendio non sono più aspetti sufficienti per poter garantire continuità al rapporto di lavoro nel tempo; sono necessarie altre azioni specifiche che possano fornire al lavoratore supporto al reddito e un'elevata qualità sia del contesto lavorativo sia dell'equilibrio tra questo e le esigenze private.

Tuttavia, le problematiche legate alla difficoltà di reperire personale si stanno ripercuotendo inevitabilmente anche sull'azienda Pasticceria Filippi, che infatti non ha potuto attivare progetti specifici di inserimento di persone provenienti da categorie svantaggiate in quanto non reperibili in misura sufficiente a soddisfare il fabbisogno aziendale. Di conseguenza, ci si impegna di anno in anno a creare condizioni contrattuali tali da favorire la permanenza delle persone già assunte e limitare il turnover al minimo.

OBIETTIVI 2022

Mantenere un processo di **selezione del personale libera da pregiudizi e vizi**, supportare le persone che hanno maggiore difficoltà di accesso al mondo del lavoro e divulgare una cultura di inclusione sociale.

Applicazione dei **principi di inclusione e non discriminazione**

Supportare lo **sviluppo del territorio** attuando una politica per le assunzioni sensibile alle persone appartenenti a categorie svantaggiate.

RISULTATI

Applicazione della recruiting policy con dati personali oscurati per una prima selezione e condivisa con l'agenzia di somministrazione del personale

L'aumento di lavoratori stranieri e di persone con oltre 50 anni di età dimostrano l'assenza di pregiudizi da parte dell'azienda.

Non è stato possibile attivare un progetto specifico con enti o associazioni del territorio in quanto non si è potuto individuare un soggetto interessato ad accogliere il progetto di Pasticceria Filippi.

ESITO

Obiettivo raggiunto

Obiettivo raggiunto

Obiettivo non raggiunto

OBIETTIVI 2023

Mantenimento della recruiting policy adottata nel 2022.

Adozione di policy interne specifiche dedicate alle pari opportunità e alla non discriminazione.

Cercare nuovi partner per sviluppare strategie di assunzione focalizzate a supportare l'occupazione di persone in difficoltà o comunque appartenenti alle categorie più fragili.



2 FAVORIRE LA FORMAZIONE E LA CRESCITA DEL PERSONALE

Pasticceria Filippi crede da sempre nel valore della formazione rivolta a tutto il proprio personale. Un lavoratore preparato e stimolato dal punto di vista professionale, anche nelle mansioni più semplici, sarà sempre un operatore più attento, più efficiente e che produrrà un servizio di qualità. Allo stesso modo, fornire al proprio personale occasioni di formazione trasversale e personale è uno strumento fondamentale

per supportare i lavoratori nella loro quotidianità, offrendo occasioni di crescita in ambiti che possono semplificare la vita di tutti i giorni e di conseguenza migliorare il benessere delle persone.

La formazione erogata da Pasticceria Filippi è svolta durante l'orario di lavoro e sovvenzionata dall'azienda al 100%.



Gli Standard BRC (British Retail Consortium) e IFS (International Featured Standards) Food sono due fondamentali standard a livello globale, per la certificazione di qualità nella filiera di fornitura di prodotti agro-alimentari. Il primo costituisce un modello riconosciuto in Inghilterra ed in rapida diffusione in tutti i paesi europei ed extra-europei. Il secondo è uno standard internazionale condiviso dalle filiere della GDO agro-alimentare francese, tedesca ed anche italiana, ma anch'esso riconosciuto a livello internazionale. Entrambi gli standard si pongono come obiettivo di rispondere al progetto quadro indicato dalla GFSI (Global Food Safety Initiative), l'organizzazione internazionale a cui partecipano CEO e alti dirigenti di quasi 400 fra retailer (con quasi 200mila punti vendita) e produttori di ogni dimensione. Le aziende certificate BRC-IFS sono chiamate a:

- Implementare un Sistema basato sulla metodologia HACCP;
- Implementare un sistema di gestione per la qualità documentato;
- Utilizzare delle buone pratiche di lavoro;
- Implementare ed adottare standard di qualità igienici per gli ambienti, i prodotti, l'intero processo di produzione ed il personale.
- Determinare specifiche per tutte le risorse come le materie prime (compresi i materiali per il confezionamento), i semi-lavorati ed intermedi di lavorazione, i prodotti finiti ma anche il sito di lavoro (e la sua posizione), la gestione del personale da un punto di vista del rispetto delle regole igienico-sanitarie imposte, il monitoraggio dei fornitori ed il controllo dei processi;
- Sottoporsi ad Audit di certificazione da parte di Organismi di Terza Parte (con la possibilità di audit di certificazione congiunti).

Pasticceria Filippi ha ottenuto la certificazione BRC-IFS nel 2016 e da allora attua piani formativi specifici per il personale coinvolto nei processi di produzione e anche personale aggiuntivo, per garantire una adeguata preparazione dei proprio lavoratori sulle tematiche legate alla sicurezza e all'igiene alimentare.

	KPI 2021	KPI 2022
Ore complessive di formazione erogate nell'annualità di riferimento	+ 453% rispetto al 2020	-81% rispetto al 2021
Formazione PROFESSIONALE (include tutti i corsi di formazione per lo sviluppo di competenze inerenti alla propria mansione)	44% sul totale	51% sul totale delle ore erogate
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)	50% sul totale	27% sul totale delle ore erogate
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)	6% sul totale	22% sul totale delle ore erogate

Le ore di formazione erogata nel corso del 2022 sono significativamente inferiori rispetto al 2021. Il dato è dovuto principalmente dallo scadenziario della formazione attribuita alle norme di igiene e sicurezza che, non prevedendo una ripetizione annuale, comporta delle annualità in cui i corsi di formazione non sono richiesti. Questo elemento unito al fatto che Pasticceria Filippi volontariamente propone i corsi di igiene e sicurezza alimentare anche al personale non direttamente interessato, fa sì che nelle annualità in cui il corso sia proposto le persone coinvolte, e quindi le ore di formazione complessive, siano tante.

In aggiunta a questo aspetto, risulta estremamente rilevante e impattante l'assenza del corso rivolto al personale del reparto confezionamento che nel 2021 aveva impegnato ben 1600 ore complessive, contro le zero ore del 2022 in quanto le persone dedicate a questa mansione sono rimaste le stesse, ed eventuali nuovi inserimenti sono stati gestiti con

affiancamento al personale già esperto.

In aggiunta a quanto sopra, è da evidenziare come il sistema di valutazione delle performance dei dipendenti a tempo indeterminato abbia messo in evidenza eventuali necessità formative specifiche, consentendo all'azienda di erogare corsi mirati e finalizzati a migliorare aspetti individuali specifici piuttosto che ad offrire corsi generici omogeneamente su gruppi estesi di personale senza una preliminare valutazione delle competenze.

In osservanza alle disposizioni di legge introdotte nel 2022, l'azienda ha provveduto a formare correttamente il personale investito del ruolo di preposto.

Dal punto di vista della formazione trasversale, ampio spazio è stato conferito alla formazione di tutto il personale sul valore e sull'applicazione del Codice Etico dell'azienda. È infatti priorità

per l'azienda assicurarsi che tutti gli stakeholder interni siano allineati sui valori e sui principi etici e di legalità che l'azienda si è imposta attraverso la redazione e la pubblicazione del codice etico.

L'appuntamento formativo dedicato allo sviluppo delle conoscenze finanziarie ha riscosso molto interesse tra i lavoratori, aiutandoli non solo ad assimilare e chiarire concetti finanziari e fiscali fino a prima poco chiari o errati, ma anche a saper valutare in modo appropriato l'andamento della performance economica di Pasticceria Filippi e condividere le strategie di crescita e investimento assunte dall'azienda.

Infine, si è voluto dedicare un ulteriore intervento formativo in merito alla performance ambientale dell'azienda, illustrando il percorso di sostenibilità ambientale messo in atto e il lavoro profondo di analisi concluso al fine di misurare le emissioni di CO2 dell'azienda e di compensarle attraverso il finanziamento di progetti di sostenibilità atti a fornire crediti di carbonio certificati. Comprendere i concetti di sostenibilità ambientale e come interpretare anche le informazioni spesso vaghe e fuorvianti del mercato è fondamentale per essere consumatori informati e in grado di fare la differenza indirizzando il mercato con il potere della domanda.

OBIETTIVI 2022

Sistema di valutazione delle performance individuali.

RISULTATI

Il sistema di valutazione delle performance individuali analizza non solo la performance lavorativa ma soprattutto le soft skills del personale in modo da poter individuare opportunità formative necessarie o desiderate e migliorare la proposta formativa dell'azienda. Valutare significa valorizzare le persone e per questo motivo gli strumenti introdotti sono funzionali a indirizzare i processi di selezione, formazione e crescita.

ESITO

Obiettivo raggiunto

OBIETTIVI 2023

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.

Mantenere un monte ore di formazione pari o superiore a quanto erogato nell'annualità precedente

Le ore di formazione erogate complessivamente non hanno raggiunto il monte ore ottenuto nel 2021 a causa dei motivi sopra esposti.

Obiettivo non raggiunto

Distribuire in misura corretta e 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.

OBIETTIVI 2022

Formazione trasversale: Corso di informativa, progetto formativo inerente alla cultura del mangiare sano e di accompagnamento alla conoscenza del vino.

RISULTATI

La proposta di partecipare ad un corso teorico e pratico per l'utilizzo del programma Excel non ha avuto adesioni, mentre per gli altri due appuntamenti è stato necessario rimandare al 2023 causa incompatibilità di dare tra i relatori e le esigenze produttive di Pasticceria Filippi. È stato invece possibile attivare un incontro formativo sul Codice Etico aziendale e anche un incontro formativo di approfondimento dei concetti di finanza e fiscalità applicati al caso aziendale Pasticceria Filippi.

ESITO

Obiettivo raggiunto

OBIETTIVI 2023

Organizzare appuntamenti formativi dedicati a:

- Approfondire la conoscenza delle materie prime utilizzate dalla Pasticceria Filippi
- Abbinare le bevande alcoliche e non ai prodotti Filippi
- Competenze informatiche
- Conoscenze sulla tutela dell'ambiente

Incontri formativi aperti alla Comunità secondo i principi di condivisione e supporto adottati dalle società benefit e aziende B Corp

1 Corso di primo intervento e manovre salvavita realizzato dalla Croce Rossa, 10 posti sono stati riservati e occupati da persone della comunità esterne all'azienda

Obiettivo raggiunto

Offrire posti a stakeholder esterni dove possibile nei corsi di formazione personale che si svolgeranno nel 2023.

1 incontro formativo sulle società benefit e sulla certificazione B Corp organizzato per i fornitori dell'azienda

3 PROMUOVERE LA FELICITÀ DEL PERSONALE

È impensabile al giorno d'oggi considerare come unico driver in un rapporto di lavoro l'elemento retributivo. I lavoratori di oggi sono persone perlopiù staccate dal concetto del "posto fisso" e che valutano la scelta o la permanenza in un ambiente di lavoro sotto vari punti di vista. Per questo motivo, fare in modo che l'esperienza lavorativa sia appagante supera la logica di "giusta retribuzione" e incontra invece un pensiero ormai comune a tutte le posizioni e i settori economici, ovvero il diritto di essere felici.

Già nel 2018, un'indagine condotta da Kearney, rivelava che quasi il 90% delle persone si aspetta di provare un grado sostanziale di felicità sul lavoro, ma solo il 37% la prova effettivamente. Il 53% delle persone sperimenta cioè la differenza fra la felicità attesa e quella provata. Nel 2021 è stata ripetuta l'indagine, ma questa volta con l'impatto della pandemia. I risultati hanno evidenziato un aumento del gap di felicità, che si è ulteriormente ampliato, passando dal 53% al 61%. Questo perché l'era in cui viviamo, carica di incertezze sul domani, appesantisce ulteriormente il senso di oppressione e di impotenza che tanti subiscono e traducono in infelicità.

Le aziende in questo contesto hanno un ruolo cruciale,

avendo la possibilità di utilizzare il luogo di lavoro, inteso sia come luogo fisico, sia come punto di incontro di persone, come strumento per incidere sulle aspettative delle persone e incontrare i loro desideri e nel fare questo trattenere il personale in azienda e non subire i danni di un turnover troppo elevato.

Le aziende certificate B Corp hanno da sempre riconosciuto il ruolo dei lavoratori quale asset fondamentale nella catena del valore di ogni organizzazione e infatti lo strumento di valutazione prende in esame tutte le pratiche messe in atto da una impresa al fine di migliorare la vita lavorativa e la vita personale di ciascun lavoratore. 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.

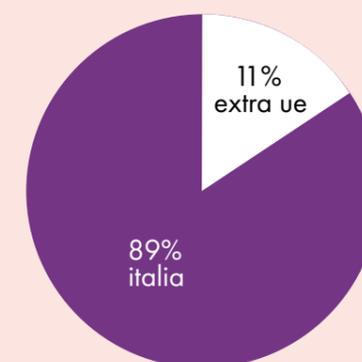
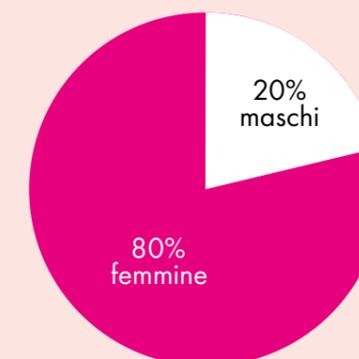
La rilevazione della soddisfazione dei lavoratori è uno strumento molto utile per misurare la temperatura di un contesto lavorativo e andare ad individuare sia i punti di debolezza di una struttura organizzativa sia i punti di forza in modo da riuscire a gestire le risorse messe a budget in modo equilibrato e funzionale a ridurre il più possibile eventuali criticità.

Pasticceria Filippi affida la rilevazione della soddisfazione dei lavoratori ad una società esterna in modo da tutelare al meglio l'anonimato e un utilizzo dei dati nel rispetto della privacy e delle libertà di ciascuno. Il questionario viene somministrato in forma cartacea per dare la possibilità anche a chi non ha padronanza o accesso a strumenti digitali di poter rispondere in modo uguale a tutti gli altri. I dati raccolti sono poi elaborati in modo da individuare

delle tendenze per tema e un livello complessivo di soddisfazione ricavato dalla media dei punteggi assegnati a ciascuna domanda. Nonostante la procedura di rilevazione sia stata sviluppata in modo da non rendere riconducibile un modulo ad una persona specifica, il personale aziendale si è dimostrato diffidente verso lo strumento, infatti solamente il 32% dei lavoratori ha risposto. Si è quindi provveduto a dedicare un momento di confronto in plenaria per ribadire lo scopo della rilevazione e tranquillizzare i partecipanti in merito alla loro privacy. Ci si aspetta un aumento delle risposte alla prossima rilevazione.

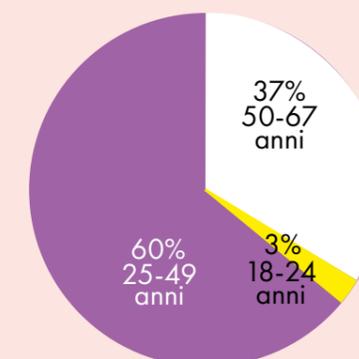
Delle risposte ottenute, riportiamo di seguito alcuni dati interessanti:

L'80% di chi ha risposto è donna, confermando da un lato la forte presenza femminile all'interno dell'azienda, dall'altro la maggiore sensibilità del mondo femminile verso il benessere in azienda e le condizioni di lavoro.



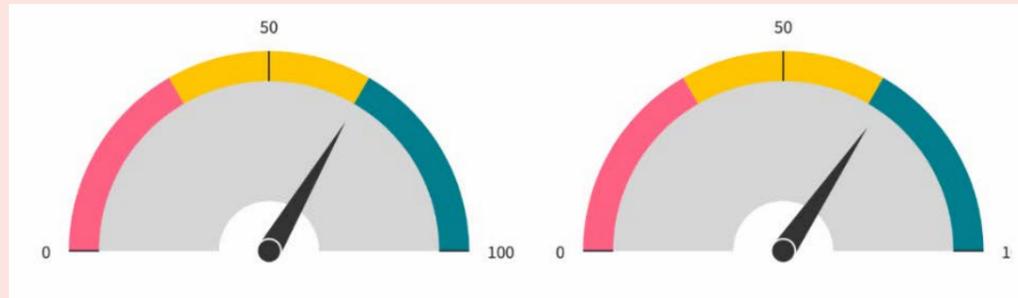
L'89% di chi ha risposto è nato in Italia, contro l'11 di persone provenienti dall'estero.

Il 60% di chi ha risposto, quindi ben oltre la metà, ricade in una fascia di età tra i 25 e 49 anni.



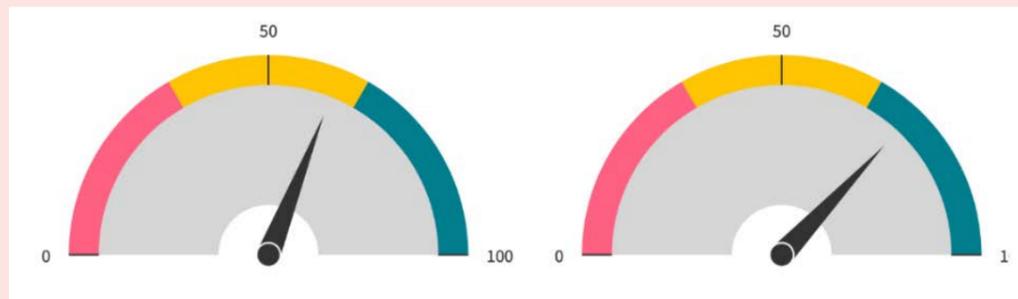
	KPI 2021	KPI 2022
Tipologia contrattuale	Assunzione di tutto il reparto incarto per entrambe le campagne produttive di Pasqua e Natale	Tutto il personale del reparto incarto, gestito con contratto stagionale, è stato coinvolto nella campagna di Pasqua con turni ad orari ridotti, anche se sarebbero state sufficienti meno persone con contratto full time. Questo per consentire a tutti i lavoratori una occupazione per almeno 7 mesi l'anno.
Comunicazione interna		
Team building	Realizzata una gita di gruppo	Realizzata una attività di gioco/sviluppo del team con una formatrice specializzata nel miglioramento del gruppo.
Rilevazione della soddisfazione dei lavoratori		
Attività varie	-	Celebrazione dei 50 anni di attività di Pasticceria Filippi con tutto il personale Filippi
Newsletter interna	-	Il progetto non è stato avviato, il motivo principale è il fatto che una buona parte del personale non ha una casella di posta elettronica e quindi non fruirebbe del servizio di newsletter.

Tra gli aspetti trattati nel questionario, quelli illustrati qui di seguito coprono alcuni tra i temi più importanti e dimostrano come generalmente il livello di benessere sia medio alto.



Quanto sono soddisfatti i tuoi supervisori di te?
67

Sei pagato adeguatamente per il tuo lavoro?
69



Sei soddisfatto dei tuoi benefici da lavoratore?
62

Sei soddisfatto del tuo lavoro?
74

Il risultato complessivo di soddisfazione dei lavoratori a novembre 2022, si attesta ad un livello pari al 63%, segnando un aumento di 4 punti rispetto alla rilevazione eseguita in primavera dello stesso anno. Il risultato è tradotto in un buon lavoro a livello aziendale, di gestione e comunicazione considerato il fatto che la seconda rilevazione è stata effettuata durante il picco di stagione, quando il livello di stress è più alto rispetto a tutto l'anno.



Soddisfazione generale del personale
63

OBIETTIVI 2022

Tipologia contrattuale: tutelare più persone possibili con distribuzione delle ore con contratti part time

Calendarizzare appuntamenti di incontro e di confronto con il personale. Allo stesso modo, istituire delle linee di comunicazione anonime che consentano a tutti di porre evidenza su eventuali tematiche delicate o problemi che devono essere affrontati al fine di garantire una convivenza serena e funzionale all'interno e attraverso i vari reparti.

Team Building aperto a più persone all'interno dello stesso reparto.

Rilevazione della soddisfazione dei lavoratori

Festa aziendale in occasione dei 50 anni di attività di Pasticceria Filippi

Implementare un sistema di newsletter interna per informare il personale sulle attività dell'azienda, includendo curiosità, riconoscimenti, appuntamenti di vario tipo.

RISULTATI

Assunto tutto il reparto incarto utilizzando la formula part time per riuscire ad impegnare tutto il personale stagionale per circa 7 mesi l'anno.

Realizzato un incontro con tutti i lavoratori a dicembre con uno spazio aperto al confronto e di condivisione delle strategie aziendali. Utilizzo della cassetta per poter comunicare in forma anonima osservazioni, consigli, richieste particolari.

L'incontro di team building organizzato ha coinvolto persone provenienti da tutti i reparti ma poche rispetto al totale dei lavoratori.

Completata con un tasso di soddisfazione generale registrato pari al 63%.

Realizzata la festa al termine della campagna di Natale

Non è stato possibile attivare questo progetto, sia perché ritenuto poco utilizzabile in quanto molte persone non hanno accesso a una email personale, sia per mancanza di personale addetto.

ESITO

Obiettivo raggiunto

Obiettivo raggiunto

Obiettivo non raggiunto

Obiettivo raggiunto

Obiettivo raggiunto

Obiettivo non raggiunto

OBIETTIVI 2023

Garantire occupazione per entrambe le campagne di produzione a tutto il reparto incarto.

Mantenimento delle politiche in essere.

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.

Effettuare almeno 1 rilevazione nel corso dell'anno e ottenere una maggiore partecipazione dei lavoratori.

-

Affiggere in ingresso all'azienda dei cartelloni che comunicano appuntamenti, iniziative aziendali, notizie curiose e impegni condivisi.

4 SVILUPPARE PROGRAMMI DI WELFARE AZIENDALI

Il supporto al reddito è uno strumento utilizzato per contribuire al miglioramento del benessere dei lavoratori e delle loro famiglie. Le strategie di welfare da un paio di anni si sono diffuse enormemente proprio quale mezzo per le aziende di dimostrare ai propri lavoratori la vicinanza dell'azienda alle loro

necessità quotidiane, con soluzioni alternative alla retribuzione ordinaria che purtroppo è abbattuta dal cuneo fiscale. La legge italiana norma con chiarezza quali spese possono essere supportate da politiche di welfare e che vanno a rispondere alle prime necessità delle persone.

	KPI 2021	KPI 2022
Bonus Nascita € 1500 cadauno	1	1
Regolamento Welfare aziendale	+226% rispetto al 2020	+154% rispetto al 2021
Integrazione volontaria al fondo pensione	+1% di contributo volontario versato dall'azienda ai lavoratori che versano il TFR al fondo di previdenza integrativa Solidarietà Veneto	+1,8% di contributo volontario versato dall'azienda ai lavoratori che versano il TFR al fondo di previdenza integrativa Solidarietà Veneto
Polizza sanitaria con iscrizione familiari a Sani-in-famiglia	Attivata	Attivata

Contributo volontario fondo previdenziale Solidarietà Veneto

Con l'accordo di Welfare Aziendale di Novembre 2021 "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 di un ulteriore 1% (tot. 2%) la quota di contribuzione carico ditta (dal mese di agosto 2022 la % totale è di 2,80%) Pertanto, a tutti i dipendenti che aderiscono al Fondo di Previdenza Contrattuale "Solidarietà Veneto" l'azienda ha provveduto a maggiorare la contribuzione a proprio carico di 1% e successivamente di 1,8%.

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.

A seguito dell'introduzione dell'accordo di Welfare nel mese di Aprile 2022 hanno aderito volontariamente n. 7 dipendenti.

La polizza Sani-in-famiglia

Le norme contrattuali del CCNL del settore alimentare artigiano applicano a tutti i lavoratori in forza l'iscrizione alla cassa sanitaria Sani-in-Veneto, con quota obbligatoria versata da parte dell'azienda. Con il piano welfare aziendale, abbiamo previsto la possibilità di ampliare ai propri familiari la polizza già in essere su specifica volontaria richiesta di spesa del plafond individuale di welfare (che comprende già i figli di età non superiore a 2 anni), con una spesa di 90€/anno a persona, che consente di ottenere il rimborso delle prestazioni mediche a loro intestate. Potranno così essere iscritti alla cassa il coniuge fiscalmente non a carico, i conviventi more uxorio, i figli di età compresa dai 2 anni a 30 anni e i figli con invalidità.

OBIETTIVI 2022

Rinnovo Bonus Nascita
€ 1500 cadauno

Rinnovo Piano Welfare

Versamento a previdenza complementare

Estensione polizza Sani-in-veneto al nucleo familiare

RISULTATI

Bonus applicato, in azienda c'è stata 1 nuova nascita

L'azienda non solo ha rinnovato il piano, ma lo ha esteso a tutti i lavoratori aumentando gli importi a seguito delle disposizioni di legge che verso fine 2022 consentivano di erogare una somma maggiore in fringe benefit rispetto a quanto previsto dal testo di legge standard.

+1,8% di contributo aziendale volontario versato al fondo TFR dei lavoratori iscritti a Solidarietà Veneto

Attivata

ESITO

Obiettivo raggiunto

Obiettivo raggiunto

Obiettivo raggiunto

Obiettivo raggiunto

OBIETTIVI 2023

Rinnovo Bonus Nascita
€ 1500 cadauno

Riconfermare il premio welfare e attivare una piattaforma Welfare per la gestione del credito assegnato dall'azienda ai lavoratori.

Mantenimento dell'opzione

Riconfermata



5 FAVORIRE LE MATERIE PRIME E L'ECONOMIA DEL TERRITORIO

Pasticceria Filippi da tempo ha fatto proprio il cambio di prospettiva che oggi è richiesto a tutte le imprese: le aziende non possono più immaginare di essere al centro del contesto economico, ma devono realizzare che il fulcro di tutto il sistema è il territorio.

È infatti il territorio, nelle sue accezioni ambientali, sociali e culturali a consentire che un business possa evolversi e generare profitto. Diventa quindi indispensabile prendersi cura del territorio e fare in modo che possa svilupparsi e sostenere le necessità economiche delle imprese.

Pasticceria Filippi risponde a questo impegno progetto a 360°, supportando la comunità con sponsorizzazioni di eventi, contributi e donazioni, organizzando eventi formativi e di prevenzione a beneficio della collettività e favorendo lo sviluppo economico locale definendo a livello di policy aziendale una preferenza per l'acquisto di materie prime e di servizi in un raggio dallo stabilimento aziendale di 80km.

Perché 80Km?

Ai fini del B impact Assessment, si definisce "locale" come parte della 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.

	KPI 2021	KPI 2022
Acquisti da fornitori locali ² (espresso come % delle spese dell'azienda rapportata sul fatturato, esclusa la manodopera, attribuibile a fornitori indipendenti)	45%	38,17%
Donazioni ³	€ 96.723,58 + 321% sul 2020	€ 129.965,17 + 34% sul 2021

² Adottando i criteri definiti dal B Impact Assessment, si considera fornitore locale, l'azienda fornitrice che ha sede entro 80 km dalla sede operativa di Pasticceria Filippi.

³ Sono incluse le donazioni, le sponsorizzazioni e i contributi

La somma devoluta ha generato un impatto positivo verso:

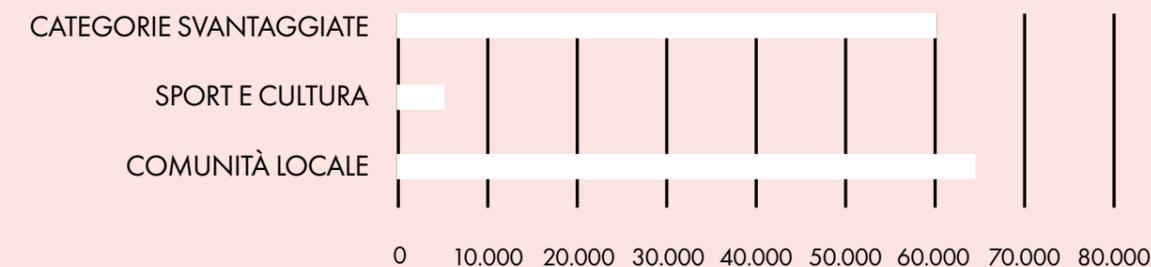
BASKET CONCORDIA SCHIO GIOVANILI	PROGETTO SAVINGBEES	SLA MAI SOLI	AIUTI UMANITARI UCRAINA
WOMEN FOR FREEDOM ONLUS	ONLUS-ASSOCIAZIONE AUTISMO TRIVENETO	CASA GENERALIZ. PIA SOCIETA' TORINESE SAN GIUSEPPE	PARROCCHIA DI SANTA MARIA AUSILIATRICE ALLA CONCA PURO
4GAIA PROGETTI NO PLASTICA NELLE SCUOLE	DA SPRECO A RISORSA ODV	OPERA DELLA PROVVIDENZA S. ANTONIO	10.000-CORSA PODISTICA
NETTUNO-FESTIVAL LETTERARIO VILLEGIANDO 22	ASILO ZANE'	MANIFESTAZIONE ZANE' - MONTE CENGIO	PROLOCO ZANE
WELFARE CARE-MAMMOGRAFIA	ASS. SOCIETA' DI SAN VINCENZO DE PAOLI	ASD LA FULMINEA RUNNING TEAM SINCE 2008	OASI VILLAGGIO MAMAMIMA ETS ORG.ASSOCIATIVE 949990
PARROCCHIA SAN NICOLO'	TREE NATION	CLUB ASSOCIAZIONE ASD / CITTA' DELLA SPERANZA	PROVINCIA ITALIANA GIUSEPPINI DEL MURIALDO

Il totale delle donazioni erogato da Pasticceria Filippi può essere a sua volta suddiviso su tre diverse categorie di destinatari:

- Comunità locale
- Sport e cultura
- Categorie svantaggiate

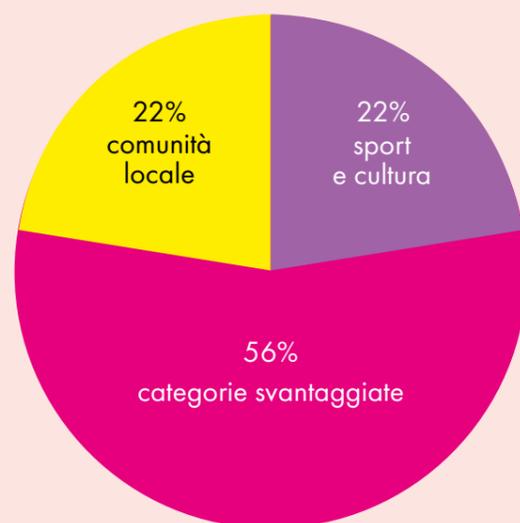
È corretto evidenziare che all'interno del gruppo "categorie svantaggiate" sono state rendicontate anche le erogazioni a supporto di progetti di tutela dell'ambiente (Saving Bees e Tree Nation).

Distribuzione donazioni e contributi 2022



Dove vorresti che Pasticceria Filippi destinasse le donazioni benefiche?

Da fine 2022, Pasticceria Filippi ha deciso di chiedere anche ai propri lavoratori di esprimere la propria preferenza personale rispetto alla destinazione delle donazioni e dei contributi erogati. Fino ad ora, la definizione della spesa era motivata soprattutto dalle richieste pervenute da varie realtà del territorio, previa una valutazione dei soci. In ottica di condivisione e soddisfazione del personale, prendere in considerazione le preferenze di utilizzo dei fondi aziendali a beneficio al territorio e della comunità ha lo scopo di attribuire ancora maggiore valore al lavoro del singolo, attraverso il quale l'azienda ha la possibilità di generare profitto da ripartire sulla comunità; inoltre in questo modo l'azienda ottiene un dato oggettivo di quali siano le reali esigenze che le persone hanno o sentono come prioritarie. I risultati dell'indagine svolta a novembre 2022 sono riassunti nel grafico qui a fianco:



Il progetto di prevenzione contro il tumore al Seno

Pasticceria Filippi ha aderito all'iniziativa proposta da @WelfareCare dedicata alla prevenzione del tumore al seno.

In questo modo le donne residenti all'interno del Comune dove si è tenuto l'evento e che rientrano nei requisiti richiesti, hanno potuto effettuare 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.

WelfareCare
Mammografia ed Ecografia gratuita

OFFICIAL PARTNER

Siamo ufficialmente Partner WelfareCare per l'iniziativa dedicata alla **prevenzione del tumore al seno!**

La Clinica Mobile di WelfareCare farà presto tappa nel nostro territorio, dando la possibilità di effettuare 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. Per scoprire la data ufficiale dell'evento segui i canali social WelfareCare e visita il sito welfarecare.org

*Le fasce d'età possono variare in base alle linee guida sanitarie regionali.

OBIETTIVI 2022

Preferenza di acquisto da fornitori locali

(espresso come % delle spese dell'azienda rapportata sul fatturato, esclusa la manodopera, attribuibile a fornitori indipendenti)

Impegno ad aumentare di almeno il 15% il totale delle donazioni, contributi e sponsorizzazioni effettuate nel 2021

Consolidare e rafforzare la collaborazione con la Cooperativa Sociale Il Graticolato arrivando possibilmente a raddoppiare la loro attività.

RISULTATI

38,17 %

La situazione di mercato ha fatto in modo che non sia più possibile sottoscrivere accordi quadro con i fornitori a causa di una fluttuazione troppo elevata dei prezzi e dell'inflazione. Si preferisce fornire al fornitore un capitolato per avere un controllo sulla qualità del prodotto acquistato.

+34%

Pasticceria Filippi ha saturato la capacità produttiva del personale a disposizione della cooperativa

ESITO

Obiettivo non raggiunto

Obiettivo raggiunto

Obiettivo raggiunto

OBIETTIVI 2023

Alzare l'incidenza di almeno 2 punti percentuali

+5%

Strutturare un lavoro più ampio per la campagna di Natale del 2023 occupando almeno 10 persone.

L'impegno per la riduzione dello spreco alimentare

È ormai noto come lo spreco alimentare abbia un impatto rilevante sul cambiamento climatico e il degrado ambientale, entrambe minacce per l'Europa e il mondo. Per affrontare queste sfide l'Unione Europea ha adottato ancora nel 2019 una strategia di crescita sostenibile e inclusiva, per stimolare l'economia, migliorare la salute e la qualità della vita delle persone e prendersi cura dell'ambiente. A dicembre 2019 la Commissione Europea ha lanciato il Green Deal europeo, un piano d'azione con l'obiettivo di trasformare le questioni climatiche e le sfide ambientali in opportunità in tutti i settori e rendere la transizione verso tale modello equa e inclusiva per tutti. Le principali linee d'azione della Commissione Europea comprendono la strategia "Dal produttore al consumatore", per un sistema alimentare equo, sano e rispettoso dell'ambiente, ponendo l'attenzione sulla necessità di agire per modificare i modelli di consumo e contenere gli sprechi alimentari. Secondo stime dell'Unione Europea, infatti, il 20% del cibo totale prodotto viene perso o sprecato, mentre 43 milioni di

persone non possono permettersi un pasto di qualità ogni due giorni.

Il contrasto allo spreco alimentare risulta un tema rilevante per tutte le aziende coinvolte nel settore alimentare. Pasticceria Filippi ha assunto un impegno ben chiaro sotto questo profilo attivando ormai da anni una procedura interna per ridurre a zero la quantità di prodotto eliminato. Tutti gli scarti di produzione, così come eventuali disavanzi, sono infatti gestiti e distribuiti sul territorio a opere di carità. In particolare, nella gestione di questo processo, assume un ruolo fondamentale l'associazione Da Spreco a Risorsa ODV grazie alla quale le eccedenze alimentari sono dirottate verso categorie sociali in difficoltà nel rispetto delle scadenze e delle norme igienico sanitarie, in quanto la dignità della persona è un elemento in stretta correlazione con il tema dello spreco alimentare.



Cooperativa Sociale Il Graticolato

Il Graticolato si impegna dal 1988 a migliorare la qualità di vita delle persone disabili e svantaggiate residenti nel territorio, fornendo servizi socio-sanitari, educativi e assistenziali all'interno del Centro Paolo Sesto di San Giorgio delle Pertiche (PD), una mission che Pasticceria Filippi condivide a pieno.
www.ilgraticolato.com

Women For Freedom Onlus

Women For Freedom nasce nel 2014 con l'obiettivo di creare una associazione basata sul volontariato e sulla partecipazione per sviluppare progetti con partner locali che puntano all'auto-sviluppo dei beneficiari. Un approccio positivo di comunicazione che risvegli il desiderio di diritti e libertà per donne e bambini.
www.womenforfreedom.org

Da Spreco a Risorsa ODV

L'associazione si costituisce nel 2014 sulle fondamenta dell'esperienza maturata con il progetto REBUS (Recupero Eccedenze Beni Utilizzabili Solidalmente) promosso dalle ACLI di Verona. L'associazione si impegna a mettere in rete tutte le realtà territoriali che effettuano attività di recupero e distribuzione eccedenze alimentari, accompagnando e sostenendo persone in difficoltà. Ad oggi le associazioni di volontariato coordinate da Da Spreco a Risorsa ODV sono oltre 90, distribuite nei territori di Vicenza, Verona, Padova, Treviso e Venezia.
www.emporiosd.it

Saving Bees

Saving Bees è un progetto nato dalla volontà, dalla passione e da uno studio costante del magico mondo delle Api, da parte di Matteo De Simone, perito agrario e laureato in Agraria presso Università di Padova. Proteggere le Api e promuovere un'apicoltura sostenibile, è il principale obiettivo, così come la diffusione dell'Api-Cultura e la creazione di una Api-Coscienza, ovvero la presa di coscienza che senza le Api non c'è vita.
www.savingbees.org

Impresa sociale 4 Gaia

Impresa Sociale 4Gaia Progetti Green s.r.l. è un'impresa sociale senza scopo di lucro, nata nel territorio vicentino, al servizio di attività ecologicamente sicure o più sostenibili a livello ambientale, in risposta all'effetto nocivo di alcuni comportamenti dell'uomo che si ripercuotono sul pianeta e alla necessità di affrontarne il problema. Si occupa di:
Educazione ambientale e alimentare
Progetti per la salvaguardia delle api
Progetti per la riduzione della plastica
Supporto alle realtà del territorio per intraprendere un percorso «Green»
www.4gaia.eu

Sla Mai Soli

Associazione nata con lo scopo di sostenere il diritto a vivere e a mantenere una vita dignitosa alle persone affette dalla Sclerosi Laterale Amiotrofica (SLA). L'associazione si adopera inoltre per sensibilizzare e informare con incontri di diverso carattere legate alla SLA e destina una parte dei fondi raccolti ad altre associazioni di ricerca contro la SLA.
www.slamaisoli.it

6 AFFIANCARE E SOSTENERE I FORNITORI

per migliorare i prodotti in termini di qualità e etica

Quando si ottiene un punteggio sufficiente nel questionario di auto-valutazione BIA (Benefit Impact Assessment) e si supera l'audit di verifica per ottenere il marchio B Corp, la prima cosa che viene richiesta è la sottoscrizione alla dichiarazione di interdipendenza, con la quale l'azienda riconosce di essere uno dei soggetti all'interno di un contesto più ampio che da un lato tutto quello che l'azienda farà avrà degli impatti verso l'esterno e quindi verso gli altri soggetti e l'ambiente, dall'altra l'azienda stessa ne sarà influenzata e dovrà quindi prendere atto degli impatti positivi e/o negativi che la relazione di interdipendenza crea.

Tutte le organizzazioni, non solo le società benefit o le B Corp, sono in realtà interdipendenti, dipendendo (come suggerisce la parola stessa) da tutti i suoi stakeholders e dall'ambiente; la differenza è che le SB e le B Corp concretizzano questo stato di fatto in consapevolezza e in responsabilità verso chi si ha attorno e verso le generazioni future.

Pasticceria Filippi riconosce il valore della propria

catena di fornitura, scelta con cura applicando i principi di territorialità come visto nell'obiettivo 5 qualora sia possibile (infatti non tutte le materie prime sono reperibili entro un raggio di 80 km rispettando i criteri qualitativi necessari per garantire qualità al prodotto) 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 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 importante 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°.

KPI 2021		KPI 2022
N. Accordi quadro	3	Indicatore sostituito con una nuova gestione dei contratti con capitolato, a causa dell'inflazione e di un andamento dei prezzi troppo incerto non risulta più possibile lavorare con accordi quadro. Dal 2022, per 8 fornitori tra i principali in ordine di quantità/fatturato, gli ordini anticipati per poter permettere ai fornitori di gestire l'approvvigionamento in periodo di difficoltà per il recupero di materie prime. L'indicatore sarà eliminato.
Co-sviluppo di prodotto innovativo	I progetti di innovazione di prodotto sviluppati con il fornitore dei nastri e con il fornitore della carta sono confermati nel tempo.	Oltre a quanto già fatto in passato, è stato interpellato il fornitore dei pirottini di carta per migliorare questo elemento.
Formazione ai fornitori	Effettuato corso di formazione al personale dedicato all'incarto della Cooperativa Il Graticolato (40 ore per 8 persone)	Si è deciso di non riproporre il corso di incarto presso la cooperativa il Graticolato in quanto le persone già formate sono state in grado di trasferire le competenze ai colleghi. 1 giornata di formazione dedicata ai fornitori

La giornata della Bontà Sostenibile

Il 20 settembre 2020 ha avuto luogo la giornata dedicata alla Bontà Sostenibile, un incontro formativo e di condivisione programmato da Pasticceria Filippi e rivolto esclusivamente ai fornitori dell'azienda.

Scopo della giornata era informare i rappresentanti delle aziende fornitori di Pasticceria Filippi in merito alle Società Benefit e alla Certificazione, riservando ampio spazio al dibattito e al confronto, e raccogliere feedback in merito ai temi materiali sviluppati da Pasticceria Filippi con un approfondimento rispetto agli obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs) corrispondenti.

L'evento ha riscosso un enorme successo, evidenziando come i criteri ESG siano ancora molto distanti dalla strategia di impresa, anche in quelle organizzazioni dove sono già esistenti diverse pratiche di sostenibilità sociale e/o ambientale. È stato possibile fornire strumenti di riflessione su dove un'azienda vuole andare e soprattutto come arrivarci, condividendo la realtà che mettere in atto politiche di sostenibilità è ormai una strada obbligata. Allo stesso modo, è risultato estremamente interessante conoscere i propri fornitori sotto punti di vista differenti e avere la possibilità di raccontare cosa Pasticceria Filippi rappresenta nel territorio oltre al prodotto venduto.

OBIETTIVI 2022	RISULTATI	ESITO	OBIETTIVI 2023
Coltivare e rafforzare i rapporti di collaborazione con i fornitori esistenti, cercando di scegliere da opzioni locali quando ve ne fosse l'opportunità.	Siglati capitolati di acquisto con ordini di acquisto anticipati per accordare un metodo compatibile con le esigenze di Pasticceria Filippi di continuità di fornitura e qualità della materia prima e con le necessità dei fornitori travolti da un mercato incontrollato sia dal punto di vista dei prezzi sia dal punto di vista di reperibilità delle materie prime.	Obiettivo raggiunto	Mantenimento
Consolidare il rapporto con la cooperativa Sociale Il Graticolato, quale progetto di inclusione sociale	Aumentato il lavoro affidato alla cooperativa	Obiettivo raggiunto	Si vuole aumentare ulteriormente il lavoro da affidare alla cooperativa, compatibilmente con le loro disponibilità.
Organizzare un evento in azienda per presentare il progetto B Corp di Pasticceria	20 settembre 2022 ha avuto luogo la giornata della Bontà Sostenibile dedicata ai fornitori. L'evento è stato suddiviso in due momenti, uno più formativo e uno più di dibattito e raccolta feedback sui temi materiali di Pasticceria Filippi e l'applicazione degli SDGs.	Obiettivo raggiunto	Riproporre un evento aperto ai fornitori per approfondire le tematiche delle B Corp.

7 UTILIZZARE MATERIE PRODOTTE CON METODI SOSTENIBILI, VERIFICA E TRACCIABILITÀ DEL CICLO DI VITA

Pasticceria Filippi monitora la qualità delle materie prime selezionate e acquistate sia secondo parametri di qualità e resa del singolo elemento, sia indagando il livello di sostenibilità applicato nei processi produttivi e nella governance dei fornitori. La catena di fornitura deve essere infatti allineata

con i principi etici e di tutela ambientale adottati da Pasticceria Filippi; pertanto, il rapporto di lavoro non può prescindere da una prima valutazione attuata secondo i parametri ESG (Ambiente, sociale e di gestione di impresa).

Il termine ESG, acronimo di **Environmental, Social and Governance**, è stato coniato nel 2004 in una pubblicazione intitolata "Who Care Wins – Connecting Financial Markets to a Changing World". La ricerca è il risultato di un'iniziativa congiunta di diverse istituzioni finanziarie invitate dall'allora Segretario Generale delle Nazioni Unite Kofi Annan a sviluppare linee guida e raccomandazioni su come integrare meglio le questioni ambientali, sociali e di corporate governance nella gestione degli asset, nei servizi di intermediazione dei titoli e nelle funzioni di consulenza associate. I sottoscrittori del report sono convinti che in un mondo più globalizzato, interconnesso e competitivo, il modo in cui sono gestite le questioni ambientali, sociali e di corporate governance siano parte integrante della qualità gestionale complessiva delle aziende e fattore necessario per competere con successo. Le società che ottengono il rating ESG migliore possono creare valore per gli azionisti e permettere loro di avere un forte impatto sulla reputazione e sul marchio, aspetti sempre più importanti per il business.



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.



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.



MIELE ITALIANO - Acquistiamo solo miele prodotto localmente.



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.



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

OBIETTIVI 2022

Mappare le pratiche di sostenibilità dei fornitori di Pasticceria Filippi, sia dal punto di vista ambientale sia dal punto di vista gestionale.

RISULTATI

La rilevazione è stata iniziata ma richiede molto tempo causa dilazione dei tempi di risposta dei fornitori che non sempre comprendono l'importanza del tema.

ESITO

Obiettivo raggiunto

OBIETTIVI 2023

Proseguire con l'indagine e la valutazione.

Coinvolgimento attivo dei nostri partner e condivisione dei valori aziendali.

L'invio dei questionari e la giornata della Bontà Sostenibile si sono rivelati due ottimi strumenti di formazione e condivisione. In questo modo, infatti, anche i fornitori sono più consapevoli del lavoro che Pasticceria Filippi svolge in qualità di società benefit e B Corp.

Obiettivo raggiunto

Mantenimento delle attività avviate nel 2022.

In ottica di continuo efficientamento e miglioramento delle prestazioni, Pasticceria Filippi ha deciso di avviare uno studio del ciclo di vita (LCA) del Panettone classico in modo da verificare dati alla mano l'impatto di ogni singolo componente del processo produttivo, dalla produzione della materia prima fino al confezionamento del prodotto.

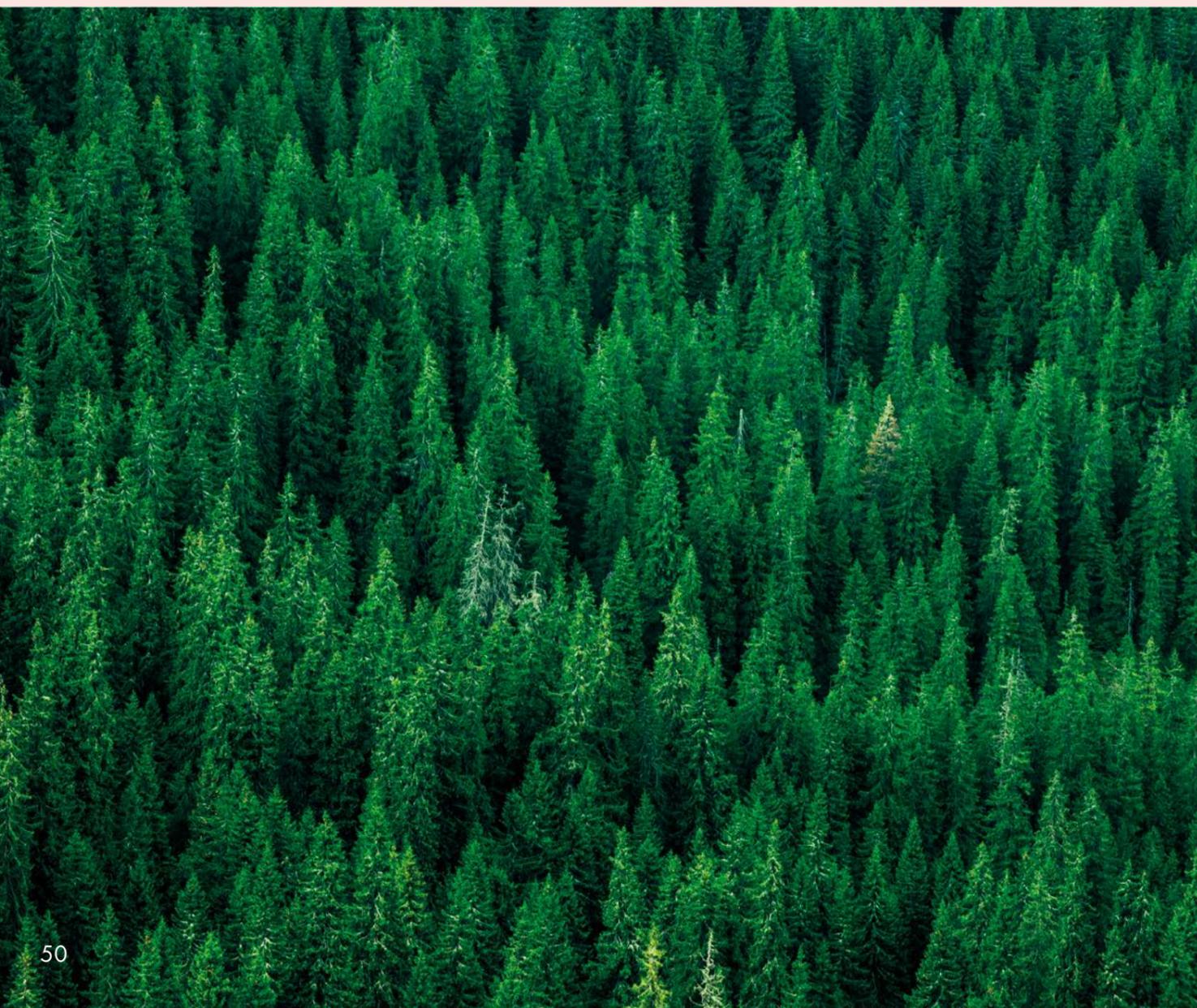


8 LAVORARE ATTIVAMENTE PER LA SALVAGUARDIA DELL'AMBIENTE

La politica ambientale di Pasticceria Filippi si basa sull'adozione di strumenti e assetti organizzativi e gestionali volti a ridurre l'impatto delle attività sull'ecosistema, secondo una strategia orientata alla sostenibilità ambientale del modello di business. La sostenibilità ambientale viene trattata in ambiti specifici, quali: uso responsabile delle risorse; efficienza energetica; emissioni; sostenibilità della catena di fornitura; riduzione degli sprechi alimentari; innovazione. Sotto il profilo energetico, Pasticceria Filippi si impegna a operare secondo logiche e prospettive di tutela ambientale, anche attraverso la prevenzione dell'inquinamento e la riduzione

di possibili impatti ambientali connessi alle attività attraverso:

- l'utilizzo responsabile delle risorse naturali e l'ottimizzazione dei consumi di fonti energetiche;
- il contenimento e la riduzione dei rifiuti anche tramite la raccolta differenziata;
- la scelta di attrezzature e processi a basso impatto ambientale;
- l'incremento del ricorso a fonti rinnovabili;
- il monitoraggio dei consumi energetici;
- la pianificazione della gestione e manutenzione di impianti e attrezzature, con l'obiettivo di garantirne il funzionamento in condizioni di efficienza.



	KPI 2021	KPI 2022	Variazione
Energia elettrica rinnovabile	100%	100%	/
Consumo energia elettrica	0,301 kWh/Kg	0,315 kWh/Kg	+ 0,014 kWh/Kg (+4,69%)
Gas compensato	100%	100%	/
Consumo Gas	0,112 Smc/Kg	0,107 Smc/Kg	- 0,005 Smc/Kg (-4,52%)
Innovazione impianti e attrezzature	€1.491.748,44 + €250.485,00 acconti 2022 = €1.742.233,44	€1.421.042,93+ €661482,12 acconti 2023 = €2.082.525,05	+ 340.291,61 € (+19,53%)
Quantità di rifiuti prodotti	65,12 ton	46,36 ton	- 18,76 ton (-28,81%)
Consumo di acqua nel prodotto	1,114 l/kg	1,186 l/kg	+ 0,072 l/kg (+6,46%)
Emissioni di CO ₂ (Scope 1 + Scope 2) Senza gas refrigeranti	194.349 Kg CO ₂ eq	195.328 Kg CO ₂ eq	+ 979 Kg CO ₂ eq (+0,50%)
Emissioni di CO ₂ (Scope 1 + Scope 2) Senza gas refrigeranti / Kg prodotto	0,22 Kg CO ₂ eq / Kg	0,21 Kg CO ₂ eq / Kg	- 0,01 Kg CO ₂ eq / Kg (+0,50%)
Emissioni di CO ₂ (Scope 1 + Scope 2 + Scope 3)	425.958 Kg CO ₂ eq	357.044Kg CO ₂ eq	-68.913 Kg CO ₂ eq (-16,18%)
Emissioni di CO ₂ (Scope 1 + Scope 2 + Scope 3) / Kg prodotto	0,48 Kg CO ₂ eq / Kg	0,39 Kg CO ₂ eq / Kg	- 0,09 Kg CO ₂ eq (-18,55%)
Kg di CO ₂ compensati	468.000 Kg CO ₂ eq	393.000 Kg CO ₂ eq	Compensazione scope 1,2,3 + margine del 10 %

Il fabbisogno energetico

Pasticceria Filippi ha registrato un notevole aumento di produzione negli ultimi anni, aumentando di conseguenza il fabbisogno energetico. L'impianto fotovoltaico non è grado di coprire interamente il fabbisogno di energia elettrica degli impianti (18,97% copertura fabbisogno), l'acquisto di energia elettrica dalla rete è pertanto una scelta obbligata, tuttavia, Pasticceria Filippi anche per il 2022 ha rinnovato l'opzione green del contratto di fornitura assicurandosi la possibilità di utilizzare sia da autoproduzione sia dal fornitore solo energia proveniente da fonti rinnovabili. Inoltre, la sostituzione di alcune attrezzature con soluzioni più performanti, sia dal punto di vista del consumo, sia

dal punto di vista della resa, che nel 2021 aveva portato ad una riduzione del -20% del consumo di energia elettrica rapportata per Kg di prodotto realizzato, ha confermato la propria efficienza mantenendo il rapporto kWh/kg di prodotto a livelli inferiori al 2020. L'avviamento di alcune nuove e ingombranti attrezzature e le fasi di testing del 2022 hanno portato a dei risultati inferiori alle aspettative (Consumo +4,69%), giustificati dal consumo energetico durante le fasi di ristrutturazione edile del periodo estivo non legate ad eventi produttivi. Si auspica di godere dei benefici degli investimenti realizzati in ottimizzazione della produzione nel corso del 2023.

In compenso, gli investimenti realizzati nel settore produttivo hanno permesso una riduzione del consumo di gas rapportato al Kg di prodotto realizzato nel 2022. Nel 2021 la riduzione di gas rapportata kg di prodotto era scesa da 0,14 Smc/Ka 0,11 Smc/K, segnando un significativo -22%. Nel 2022 si è registrato un'ulteriore riduzione di -0,005 Smc/Kg (-4,52%), che permette di affermare che le emissioni dovute al fabbisogno energetico produttivo (Scope 1 e 2) sono diminuite - 0,01 Kg CO2 eq/Kg (+0,50%). In tale indicatore, utile per quantificare il contributo alle emissioni delle attività strettamente legate alle attività aziendali (consumo elettrico, gas, carburante flotta) non si tiene in considerazione

del contributo dei gas refrigeranti legati ad attività di manutenzione introduzione nuove macchine, in quanto l'alto valore climaterante renderebbe difficoltoso il confronto tra diverse annualità.

Il fornitore di gas metano per Pasticceria Filippi non offre nessuna possibilità di acquisto di gas compensato, lasciando quindi all'azienda il compito di risolvere la necessità di ridurre al minimo gli impatti ambientali. Il totale di gas acquistato dall'azienda in tutto il 2021 è stato compensato con l'acquisto di crediti di carbonio certificati, in modo da riportare il bilancio dell'azienda alla neutralità. Tale impegno viene riproposto anche per le emissioni 2022.

	2021	2022
Energia TOT kWh acquistata da rete [kWh]	267.457,00	288.130,00
Energia Tot Delta con anno precedente ASS. (A+1-A)	6.051,00	20.673,00
Delta con anno precedente % (DeltaA+1-A)/A	2,31%	7,73%
Energia green	si	si
Consumo kWh/kg prodotto	0,301	0,315
Consumo kWh/kg prodotto Delta con anno precedente ASS. (A+1-A)	-0,09	0,014
Delta con anno precedente % (DeltaA+1-A)/A	-23,12%	4,69%
Contributo fotovoltaico [kWh]	2021	2022
Autoprodotta	86.736,51	96.931,67
Ceduta	23.965,04	29.478,25
Autoconsumata	62.771,47	67.453,42
Consumo EE Totale [kWh]	330.228,47	355.583,42
Consumo EE Totale/1 kg prodotto [kWh/kg prodotto]	0,37	0,39
Consumo EE Totale/1 kg prodotto Delta con anno precedente ASS. (A+1-A)	n.a.	+ 0,017
Delta con anno precedente % (DeltaA+1-A)/A	n.a.	4,64%
% Autosufficienza Autoconsumo/ETOT	n.a.	18,97%
Auto prodotta Delta con anno precedente ASS. (A+1-A)	n.a.	10.195,16
Delta con anno precedente % (DeltaA+1-A)/A	n.a.	16,24%

	2021	2022
Gas Naturale per processo, riscaldamento e acqua calda [Sm³]	99.580,61	97.790,50
GAS Tot Delta con anno precedente ASS. (A+1-A)		-1.790,11
Delta con anno precedente % (DeltaA+1-A)/A		- 1,80%
Fornitura con compensazione di Crediti a contratto?	no	no
Consumo Sm³/Kg. Prodotto	0,112	0,107
Consumo Sm ³ /Kg. Prodotto Delta con anno precedente ASS. (A+1-A)		-0,005
Delta con anno precedente % (DeltaA+1-A)/A		- 4,57%

Investimenti in attrezzature più efficienti

La spinta del piano nazionale di Transizione 4.0, comunemente noto come Industria 4.0, ha accelerato la strategia dell'azienda di rinnovo di alcune attrezzature e macchinari per la produzione dei dolci da forno. Si era paventata già da tempo la necessità di sostituire alcune attrezzature con altre più performanti, efficienti dal punto di vista energetico e con standard di sicurezza ed ergonomia più elevati.

Nel 2021 un primo grande intervento aveva introdotto nuovi nastri automatici, funzionali anche a migliorare l'ergonomia del lavoro manuale degli operatori, una nuova cella di raffreddamento e due nuovi robot di movimentazione.

Nel 2022 la produzione è stata completamente rivoluzionata, dovendo ristrutturare anche gli spazi interni per ospitare le attrezzature nuove che per dimensioni e per necessità di flusso hanno richiesto interventi strutturali importanti. Nello specifico, gli investimenti effettuati hanno riguardato l'installazione di:

- 3 impastatrici (che hanno sostituito le 6 impastatrici in uso fino a Pasqua 2022)
- 1 prolungamento della cella di raffreddamento
- 1 impianto di spezzatura
- 1 cella di lievitazione degli impasti serali
- 2 celle di lievitazione dei prodotti nel pirottino
- 1 cella di lievitazione dedicata esclusivamente ai lieviti
- 1 cilindrata per i lieviti (con lo scopo di ridurre la fatica dell'operatore).

Gli investimenti 2022 sono dunque risultati superiori a quanto già investito nel 2021 di 340.291,61 € (+19,53%) dimostrando la volontà dell'azienda di scommettere nell'innovazione tecnologica dei propri processi. Infatti, il piano industriale di innovazione ed efficientamento prevede già altri investimenti per il 2023 come indicato in tabella "Risultati e Obiettivi".

Investimenti	2021	2022
Completati nell'anno	1.491.748,44	1.421.042,93
Acconti per anni successivi	250.485,00	661.482,12
Tot investimenti	1.742.233,44	2.082.525,05
Delta con anno precedente (DeltaA+1-A)/A		340.291,610
Delta con anno precedente % (DeltaA+1-A)/A		19,53%

Le emissioni di CO₂

Dal 2021 Pasticceria Filippi si impegna a misurare secondo il protocollo GHG, con parametri standard riconosciuti dalla Comunità Europea e dalla Comunità internazionale, le emissioni di CO₂ prodotte dall'azienda nel suo complesso (Scope 1, 2 e parziali scope 3) includendo quindi non solo le attività produttive (uffici + vari reparti produttivi) ma anche i viaggi e pernottamenti sostenuti per lavoro, i viaggi del personale per gli spostamenti casa-lavoro e le emissioni indirette (es. trasporto di energia).

Viene mantenuto il calcolo svolto in riferimento ai soli Scope 1 e Scope 2 tralasciando i gas refrigeranti

immessi in quanto risulta un dato rappresentativo delle attività strettamente connesse alla produzione e distribuzione del prodotto.

Una lettura corretta dei dati impone la valutazione del totale di CO₂ raffrontata con i dati di produzione, mettendo quindi in relazione la quantità di CO₂ prodotta dall'azienda con la quantità di Kg di prodotto sfornato.

Questa analisi dei dati consente una lettura corretta e omogenea delle emissioni, come riassunto nella tabella di seguito riportata.

	KG DI CO ₂ (SCOPE 1,2 NO REFRIGERANTI)	KG DI PRODOTTO	CO ₂ / KG DI PRODOTTO	VARIAZIONE
2020	188.413	666.953,60	0,28	n.a.
2021	194.349	887.657,24	0,22	-22,5%
2022	195.328	913.466,47	0,21	-2,34%

Dal 2021 l'azienda ha intrapreso la scelta di compensare le emissioni prodotte (Scope 1,2 e 3) con il supporto di progetti tramite acquisto di crediti di carbonio certificati. L'impegno per il sostegno di tali iniziative, e la continua ricerca di metodologie per la riduzione del proprio impatto ambientale di organizzazione, è una decisione a lungo termine che ha permesso a Pasticceria Filippi di ottenere l'etichetta di azienda carbon neutral con un progetto di riduzione

e compensazione delle emissioni dirette e indirette che si ripete di anno in anno, considerando inoltre un margine di +10% sulle emissioni calcolate di crediti di carbonio acquistati.

Totale CO₂ compensata nel 2021 = 468 ton CO₂ equi
Impegno compensazione relativa a emissioni 2022 = 393 ton CO₂ equi

	KG DI CO ₂ (SCOPE 1,2 E 3I)	KG DI PRODOTTO	CO ₂ / KG DI PRODOTTO	VARIAZIONE
2021	425.957,81	887.657,24	0,48	n.a.
2022	357.044,39	913.466,47	0,39	-18,55%

Consumo di acqua

Fino al 2021, il consumo di acqua per la produzione dei dolci da forno di Pasticceria Filippi era calcolato considerando il dato complessivo di consumo di acqua aziendale da bolletta del fornitore suddiviso per Kg di produzione. Tuttavia, questo dato è approssimativo in quanto scarica sul prodotto anche la quantità di acqua utilizzata per i servizi di igiene e pulizia degli ambienti, l'acqua destinata ad uso sanitario e l'acqua utilizzata per il lavaggio dei macchinari.

Nel 2022 si è quindi provveduto a fare un calcolo più preciso della quantità di acqua utilizzata nel prodotto e si è notato come il reale consumo di acqua sia in

realità molto minore attestandosi a 0,088 l/Kg cioè un 92% in meno rispetto a quanto precedentemente calcolato. Il margine per poter efficientare i processi riducendo l'utilizzo di acqua soprattutto dovuto al lavaggio dei macchinari risulta minimo.

Risulta comunque importante monitorare il consumo di acqua complessivo dell'azienda in quanto si ritiene la risorsa idrica prioritaria in una corretta gestione ambientale e pertanto un bene che va preservato e utilizzato con responsabilità, adottando pratiche condivise e responsabili tra tutto il personale per minimizzarne l'utilizzo.

Monitoraggio consumo di acqua (mc)	2020	2021	2022
consumi mc	859,58	988,75	1083,25
Acqua Tot Delta con anno precedente ASS. (A+1-A)	n.a.	129,17	94,50
Delta con anno precedente % (DeltaA+1-A)/A	n.a.	15,03%	9,56%
Consumo lt/Kg. Prodotto	1,289	1,114	1,186
Consumo lt/Kg. Prodotto Delta con anno precedente ASS. (A+1-A)	n.a.	-0,175	0,072
Delta con anno precedente % (DeltaA+1-A)/A	n.a.	-13,57%	+6,46%

La gestione dei rifiuti

Gestire i rifiuti significa gestire una serie di aspetti diversi e connessi tra di loro:

- la persistenza nell'ambiente
- l'aumento in proporzione ad un aumento di produzione
- la quantità di materiali diversi
- la presenza eventuale di sostanze pericolose

Una gestione dei rifiuti mirata a ridurre la quantità

deve essere pertanto affiancata da un'attività di raccolta differenziata finalizzata al riciclo dei materiali. La normativa italiana suddivide i rifiuti in urbani e speciali e secondo le caratteristiche in pericolosi e non pericolosi. Pasticceria Filippi si adopera al fine di attuare una separazione ottimale dei rifiuti prodotti e il loro conferimento presso gli enti adibiti al riciclo o allo smaltimento nel caso di rifiuti indifferenziati.

Categoria rifiuto	2020	2021	2022
150101 Carta e cartone	24.850,00	44.500,00	31.940
150102 imballaggi in plastica	-	-	2170,00
170401 rame, bronzo, ottone	127,00	160,00	
150104 Imballaggi metallici	100,00	1.050,00	2.210,00
170405 ferro e acciaio	8730,00	9910,00	2.900,00
170604 materiali isolanti diversi da quelli di cui alle voci 17 06 01 e 17 06 03		3920,00	1900,00
170107 miscugli di cemento, mattoni, mattonelle e ceramiche			1140,00
170802 materiali da costruzione a base di gesso			919,00
150106 Imballaggi in materiali misti	8490	4240,00	970,00
170402 alluminio	-	-	-
170407 metalli misti	-	-	-
191202 metalli ferrosi		1.340,00	-
160214 - apparecchiature fuori uso, diverse da quelle di cui alle voci da 16 02 09 a 16 02 13	-	-	-
Totale rifiuti (Kg)	42.297,00	65.120,00	44.149,00
Variazione	+3%	+54%	-32%
Totale Kg rifiuti/Kg. Prodotto	+63,42	+73,36	+48,33
Variazione	+4,06%	+15,68%	-34,12%

I dati rappresentati comprendono il perimetro delle attività di Pasticceria Filippi. Come si può notare dall'elenco dei rifiuti manca il dato del rifiuto indifferenziato in quanto al momento l'azienda non ha la possibilità di pesarlo, e il calcolo della tassazione comunale non considera il conteggio degli svuotamenti dei cassonetti. Tutti gli altri materiali sono tracciati e monitorati.

Pasticceria Filippi non tratta sostanze pericolose che di conseguenza non sono indicate in tabella.

I dati illustrano come la parte più rilevante dei rifiuti riguarda l'imballaggio, carta e cartone unitamente ad imballaggi di materiali misti.

L'aumento rilevante che si nota dal 2021 è dato sia dall'aumento di produzione, che comporta un

maggiore acquisto di materia prima, sia da una gestione più meticolosa dei monitoraggi grazie ai quali dal 2021 sono quantificati tutti i materiali riciclabili. Inoltre, nel 2021 è stato riordinato il magazzino liberandolo da una consistente quantità di carta da imballo non più utilizzabile e che tuttavia ha pesato sul bilancio annuale.

I dati del 2022, pur mantenendo i livelli produttivi dimostrano come il lavoro effettuato sulla riduzione al minimo degli imballaggi dai fornitori ha permesso di contenere la produzione di rifiuti. L'aumento dei rifiuti edili inerti dovuti alle attività di ristrutturazione effettuati per l'introduzione dei nuovi macchinari non ha inficiato le ottimizzazioni sul packaging dei fornitori.

Scarto e invenduto

Una nota a parte merita la gestione del prodotto da forno non venduto sia perché non conforme agli standard estetici e qualitativi declinati dall'azienda sia come esubero di produzione. Pasticceria Filippi da anni ormai non registra nemmeno un chilo di prodotto invenduto o di scarto in quanto, tutti i panettoni e

colombe residui sono donati ad associazioni del territorio e quindi distribuiti ad uso gratuito di categorie svantaggiate di persone. In particolare, merita menzione la collaborazione con l'ODV Da Spreco a Risorsa che gestisce in misura puntuale una corretta distribuzione del prodotto ai vari destinatari.

Innovazione applicata al prodotto

Anche nel 2022 Pasticceria Filippi ha mantenuto gli impegni assunti negli anni precedenti:

- tutti i cartoni utilizzati per il confezionamento del prodotto sono certificati FSC
- la carta utilizzata per il confezionamento di panettoni e colombe, sebbene sia patinata, è

riciclabile grazie allo sviluppo di un accoppiamento personalizzato di materiali

- i nastri utilizzati per il confezionamento di panettoni e colombe sono prodotti al 100% con filato di nylon riciclato.

OBIETTIVI 2022 RISULTATI

Investimenti in attrezzature più efficienti

- 3 nuove impastatrici hanno sostituito 6 impastatrici di vecchia generazione
- 1 prolungamento della cella di raffreddamento
- 1 nuovo impianto di spezzatura che oltre a migliorare la performance energetica consente di ridurre gli scarti attuando una pesatura della pasta cruda molto più accurata
- 1 nuova cella di lievitazione degli impasti serali
- 2 nuove celle di lievitazione dei prodotti nel pirottino
- 1 nuova cella di lievitazione dedicata esclusivamente ai lieviti
- 1 cilindratrice per i lieviti, finalizzata a ridurre la fatica dell'operatore.

ESITO OBIETTIVI 2023

Obiettivo raggiunto

- 1 nuovo forno in sostituzione del forno più vecchio (risalente al 1972 circa).
- 1 nuova insacchettatrice con conseguente rifacimento ed efficientamento del sistema di trasporto all'interno della sala di confezionamento.

Riduzione del 5% delle emissioni di CO₂

- -18,55 % Scope 1,2,3 emissioni/kg prodotto

Obiettivo raggiunto

Riduzione delle emissioni di CO₂ del 5%

Investimenti per la riduzione dei consumi

Installazione di un impianto di filtraggio e distribuzione dell'acqua attraverso colonnine per l'erogazione di acqua potabile filtrata in vari punti dell'azienda. Questa soluzione permette di eliminare completamente i boccioni di acqua da bere (plastica + CO₂ per il trasporto) e le bottigliette di acqua in plastica.

Obiettivo raggiunto

Al fine di ridurre i consumi a valle della catena di fornitura, Pasticceria Filippi ha avviato un programma di ricerca & sviluppo per:

- la sostituzione dei classici pirottini in carta che contengono panettoni e colombe con pirottini in materiale compostabile, in modo da ridurre il rifiuto secco;
- lo sviluppo di un sacchetto per la conservazione del prodotto in un materiale più ecosostenibile rispetto alla plastica riciclabile in uso.

Investimenti per la riduzione delle emissioni

Validazione del calcolo della Carbon Footprint e compensazione con crediti certificati

Obiettivo raggiunto

Installazione di una nuova sezione di impianto fotovoltaico per aumentare la quantità di energia elettrica autoprodotta

Attività di sensibilizzazione sul tema ambientale

- Donazione di 1 albero per il compleanno di ogni dipendente
- 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
- Donazione di 1 borraccia termica in acciaio, riutilizzabile, ad ogni lavoratore di Pasticcerai Filippi per usufruire delle colonnine di distribuzione dell'acqua senza utilizzare bicchieri usa e getta. (acquistate 100 borracce)

Obiettivo raggiunto 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.



Il progetto Carbon Neutral Company



Pasticceria Filippi ha lavorato con Climate Partner per calcolare le emissioni di carbonio dell'azienda (CCF). Il calcolo riflette il totale delle emissioni di CO2 rilasciate nell'ambiente dall'azienda all'interno di un perimetro ben definito e di un arco temporale specifico. Nello specifico sono state utilizzate le linee guida del Greenhouse Gas Protocol Corporate Accounting and reporting Standard (GHG Protocol).

Calcolare, ridurre, compensare: queste sono le fasi cruciali per affrontare il cambiamento climatico come parte attiva e contribuire al raggiungimento degli obiettivi dell'accordo di Parigi. La base per ogni attività a favore del clima inizia con il calcolo: un'azienda che conosce la propria impronta di carbonio è anche consapevole di quali attività del business causano determinate quantità di emissioni. Se queste emissioni sono compensate, l'azienda può credibilmente dichiarare la Carbon Neutrality. Allo stesso tempo, una Carbon Footprint aiuta le aziende a capire quali aree hanno il maggiore

potenziale di riduzione, in modo da fissare obiettivi e di pianificare e implementare appropriate misure di riduzione.

Nel 2022 è stato possibile calcolare la Corporate Carbon Footprint in relazione al 2021. Tale analisi è stata riproposta nel 2023 per calcolare la Corporate Carbon Footprint in relazione alle attività 2022.

Emissioni CO ₂ anno 2022	RISULTATI
Metrica utilizzata: Tonnellate	0,39 t CO ₂ /t output
Risultato complessivo	357,04 t CO ₂

Le emissioni di Pasticceria Filippi nel 2022 corrispondono alla quantità di CO₂ prodotta da 41 abitanti in Europa. Una persona in Europa emette una media di 8,7 t di CO₂ all'anno.

La CO₂ equivalente

La Corporate Carbon Footprint calcola tutte le emissioni come CO₂ equivalente (CO₂e) che sono comunemente definite "CO₂". Questo significa che tutti i gas a effetto serra rilevanti al fine del calcolo, come definito nel IPCC Assessment Report, sono state prese in considerazione nel calcolo di Pasticceria Filippi. Ogni gas ha una capacità differente di riscaldare l'atmosfera terrestre, inoltre gas differenti restano nell'atmosfera per periodi di tempo diversi. Per paragonare quindi il loro impatto, questi gas sono convertiti in CO₂ equivalente, che diviene pertanto l'unità di misura di base moltiplicata poi per il potenziale di riscaldamento di ogni gas (Global Warming Potential – GWP). Il GWP descrive con quanta potenza un gas può riscaldare l'atmosfera su un periodo di tempo di 100 anni.

La Carbon Footprint di Pasticceria Filippi comprende le emissioni di Scope 1, Scope 2 e Scope 3, così meglio identificate:

- Scope 1 include tutte le emissioni generate direttamente da Pasticceria Filippi (come ad esempio attrezzature e mezzi)
- Scope 2 elenca le emissioni generate dall'energia acquistata dall'azienda (ad esempio elettricità)
- Scope 3 include tutte le altre emissioni che non sono sotto il diretto controllo dell'azienda (come, ad esempio, i viaggi casa-lavoro dei lavoratori).

Strategie di riduzione

Il calcolo della Carbon Footprint è il primo passo verso un percorso di consapevolezza, responsabilità e azione.

Da questa prima analisi l'azienda ha deciso di attuare delle prime iniziative volte alla riduzione

delle emissioni potenziando l'impianto fotovoltaico esistente in modo tale da poter aumentare la quota di energia elettrica auto-prodotta.

Il piano di rinnovo dei macchinari e attrezzature avviato nel 2020 proseguirà ancora nel 2023, con lo scopo di ottimizzare l'efficientamento energetico della produzione.

L'uso di refrigeranti è purtroppo indispensabile per lo svolgimento dell'attività produttiva, e il grande impatto climaterante comporta che, in un anno come il 2022 in cui non vi sono stati molti interventi di riempimento/sostituzione gas refrigerante, le riduzioni di CO₂equi sono state enormi (-22,50% emissioni/kg prodotto). Tuttavia, il contemporaneo utilizzo dell'indicatore relativo ai soli Scope 1 e Scope 2 rapportato alla produzione (senza apporto dei refrigeranti) permette di apprezzare i benefici della riduzione della CO₂equi dovuto alle innovazioni tecnologiche apportate in azienda (-18,55% emissioni/kg prodotto).

CO ₂ equivalente (Scope 1 e 2 – No refrigeranti)	2020	2021	2022
Co2 equi in kg (Scope 1 e 2)	188.413,00	194.349,00	195.328,00
Delta con anno precedente (DeltaA+1-A)/A	N.D.	5.936,00	979,00
Delta con anno precedente % (DeltaA+1-A)/A	N.D.	3,15%	0,50%
Tot Kg Co2 equi/Kg. Prodotto	0,28	0,22	0,21
Delta con anno precedente (DeltaA+1-A)/A	N.D.	-0,06	-0,01
Delta con anno precedente % (DeltaA+1-A)/A	N.D.	-22,50%	-2,34%
CO ₂ equivalente (Scope 1, 2 e 3)	2020	2021	2022
Co2 equi in kg (Scope 1, 2 e 3)	N.D.	425.958	357.044
Delta con anno precedente (DeltaA+1-A)/A	N.D.	N.D.	-68.913
Delta con anno precedente % (DeltaA+1-A)/A	N.D.	N.D.	-16,18%
Tot Kg Co2 equi/Kg. Prodotto	N.D.	0,48	0,39
Delta con anno precedente (DeltaA+1-A)/A	N.D.	N.D.	-0,09
Delta con anno precedente % (DeltaA+1-A)/A	N.D.	N.D.	-18,55%

La compensazione

Limitare il riscaldamento a 1.5 °C è obiettivo impellente e verso il quale tutti sono coinvolti. Agire subito è quello che dai governi al settore privato si sente continuamente ripetere. Implementare misure di riduzione della CO2 solitamente richiede strategie a lungo termine e un approccio a fasi intermedie, pertanto, ricorrere alla compensazione è un metodo utile per iniziare da subito il percorso di riduzione delle emissioni e di generazione di un impatto positivo verso l'ambiente.

Le emissioni di gas climalteranti come la CO2 sono equamente distribuite in atmosfera, pertanto, la concentrazione dei gas a effetto serra sono simili in ogni punto della terra. Le emissioni che non possono essere evitate hanno una possibilità di compensazione attraverso progetti di compensazione di carbonio in varie zone del pianeta Terra.

I progetti di compensazione funzionano in modi differenti:

Alcuni rimuovono la CO2 dall'atmosfera, per esempio, attraverso piani di riforestazione;

Altri prevenziono le emissioni di CO2, per esempio, con l'espansione delle energie rinnovabili.

In aggiunta, i progetti di compensazione promuovono lo sviluppo sociale, economico e sostenibile di una regione. Ogni progetto è certificato secondo standard

internazionali in modo da assicurare che abbiano un reale impatto positivo sulle comunità locali e sul clima. La quantità esatta di CO2 risparmiata da ciascun progetto è determinata da organismi indipendenti. Gli sviluppatori dei progetti possono vendere i crediti di CO2 sotto la forma di riduzioni certificate di emissioni. Il ricavato della vendita finanzia il progetto, che non potrebbe quindi esistere senza la sua fonte di finanziamento. È possibile approfondire il tema al link: <https://www.climatepartner.com/en/carbon-offset-projects>

Dopo aver compensato le proprie emissioni, Pasticceria Filippi diventa "carbon neutral". Al fine di assicurare che tutte le emissioni generate dall'azienda sono compensate all'interno del perimetro di sistema di compensazione, viene applicato un margine di sicurezza del 10% sul totale delle emissioni calcolate. Questo significa che l'azienda dovrà compensare il 10% in più rispetto alle emissioni risultanti dal calcolo per coprire un certo grado di incertezza nell'inserimento dei dati nel sistema di calcolo, a volte frutto di stime o previsioni.

Il progetto di compensazione avviato nel 2021 verrà rifinanziato anche nel 2022 per la compensazione di 393 t CO2 equi.

Compensazione di CO ₂ 2022	tCO ₂
Emissioni da compensare totali	357,04
Azienda non ancora carbon neutral	357,04
Azienda carbon neutral	0
Emissioni di CO ₂ da compensare incluso 10% margine di sicurezza	393 tCO ₂

Il progetto di compensazione scelto da Pasticceria Filippi

Per la compensazione delle proprie emissioni, Pasticceria Filippi ha aderito a un programma di protezione del clima dedicato alle foreste Mataven, in Colombia. L'iniziativa rappresenta il più grande progetto REDD+ in quel Paese, protegge 1.150.200 ettari di foresta pluviale tropicale, preservandone la biodiversità, e fornisce istruzione, strutture e assistenza sanitaria, sicurezza alimentare e altre prestazioni sociali per oltre 16.000 persone. Il piano opera a stretto contatto con la popolazione locale per dare vita a un cambiamento duraturo a favore di un'economia sostenibile capace di salvaguardare il

patrimonio naturale. Il programma contribuisce inoltre all'autosostentamento alimentare di sei diversi gruppi etnici e alla protezione dei territori indigeni attraverso un miglior sistema di monitoraggio, comunicazione e trasporto, al fine di incentivare un'amministrazione autonoma da parte delle comunità.

Ulteriori informazioni sono presenti nella scheda ufficiale di Pasticceria Filippi sul sito di Climate Partner <https://fpm.climatepartner.com/tracking/20651-2211-1001/it>



IL PROGETTO REDD+ IN COLOMBIA OPERA A STRETTO CONTATTO CON LE COMUNITÀ LOCALI, PER MIGLIORARE LE CONDIZIONI DI VITA E STIMOLARE UNA CRESCITA ECONOMICA SOSTENIBILE.



LA TUA OPINIONE È IMPORTANTE!

Se vuoi avere maggiori informazioni sugli impegni di Pasticceria Filippi nel 2022 oppure se vuoi condividere con noi le tue osservazioni e suggerimenti, ci puoi scrivere a: info@pasticceriafilippi.it





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

