

Certified



Corporation

**f** PASTICCERIA  
filippi

REPORT DI SOSTENIBILITÀ  
RELAZIONE DI IMPATTO 2024

IL FUTURO HA IL SAPORE  
DELLE SCELTE CHE FACCIAMO OGGI



## INTRODUZIONE

Ci sono scelte che non nascono da un obbligo, ma da una visione. Scelte che richiedono coraggio, coerenza e la volontà di guardare oltre. È proprio da una scelta di questo tipo che nasce questo report.

Pasticceria Filippi ha deciso di intraprendere un percorso di rendicontazione della propria sostenibilità in modo volontario, spinto dal desiderio di raccontare con trasparenza non solo ciò che produce, ma soprattutto come lo fa. Un modo per mettere nero su bianco l'impegno quotidiano verso le persone, il territorio e l'ambiente, e per dire ad alta voce: "ci prendiamo cura di ciò che generiamo, ogni giorno".

Questo documento è il frutto della fiducia e della determinazione della proprietà, che ha creduto fin dall'inizio in un progetto ambizioso: raccontare il valore di un'impresa familiare, artigiana e responsabile, con gli strumenti della sostenibilità. È anche un invito a guardare l'azienda con occhi nuovi, riconoscendone l'identità profonda e il desiderio costante di migliorarsi, senza mai perdere di vista le proprie radici.

Il report si sviluppa in tre sezioni, pensate per accompagnare il lettore in un viaggio che parte dall'identità dell'azienda, passa attraverso il suo impatto e approda a una visione strutturata e proiettata al futuro:

### **1 Conosciamo l'azienda**

Una narrazione di chi è Pasticceria Filippi: la sua storia, i valori che la guidano e la strategia che sta costruendo per crescere in modo sostenibile.

### **2 Relazione d'Impatto**

Come Società Benefit, ogni anno Pasticceria Filippi si assume la responsabilità di dichiarare in modo trasparente il proprio contributo verso il bene comune. Una sezione che racconta gli obiettivi, le azioni e gli impatti raggiunti.

### **3 Dichiarazione sulla sostenibilità (VSME compliant)**

Il cuore tecnico del report, costruito secondo lo standard europeo per le PMI. Uno strumento concreto e riconosciuto a livello comunitario per dialogare con clienti, fornitori, istituzioni e tutti coloro che vogliono conoscere da vicino l'impegno sostenibile dell'azienda.

## SOMMARIO

- 5** - Introduzione
- 9** - Highlights 2024
- 10** - La nostra Storia
  - 11** - I più importanti successi nel tempo
  - 12** - I nostri valori: il cuore dell'identità Filippi
  - 12** - La mission: una bontà sostenibile
- 14** - La creazione di valore
  - 16** - La Catena del Valore
  - 18** - Gli hotspot nella catena del valore
  - 19** - I nostri Stakeholder
    - 21** - Un anno vissuto insieme, da protagonisti
    - 22** - Voci dal territorio: il dialogo con gli agenti
    - 22** - Ecologiocò: il gioco serio della sostenibilità
- 24** - La strategia di sostenibilità
  - 26** - La governance
  - 28** - Politiche di Sostenibilità
  - 29** - Le nostre certificazioni: una scelta di coerenza
- 30** - ANALISI DI MATERIALITÀ
  - 30** - Il ruolo della governance nel processo di analisi di doppia materialità
  - 30** - Premessa metodologica e ambito di analisi
  - 32** - Risultati
    - 32** - I nostri principali Impatti, Rischi e Opportunità (IRO)
  - 35** - Il punto di vista dei nostri stakeholder principali
- 39** - RELAZIONE DI IMPATTO 2024
  - 40** - GLI OBIETTIVI DI BENEFICIO SPECIFICO – RISULTATI 2024 E OBIETTIVI 2025
    - 40** - ASSUNZIONI CHE SVILUPPINO L'INCLUSIONE SOCIALE
    - 42** - FAVORIRE LA FORMAZIONE E LA CRESCITA DEL PERSONALE
    - 46** - PROMUOVERE LA FELICITÀ DEL PERSONALE
    - 48** - SVILUPPARE PROGRAMMI DI WELFARE AZIENDALE
    - 49** - FAVORIRE LE MATERIE PRIME E L'ECONOMIA DEL TERRITORIO
    - 51** - AFFIANCARE E SOSTENERE I FORNITORI PER MIGLIORARE I PRODOTTI IN TERMINI DI QUALITÀ ED ETICA
    - 52** - UTILIZZARE MATERIE PRODOTTE CON METODI SOSTENIBILI, VERIFICA E TRACCIABILITÀ DEL CICLO DI VITA
    - 55** - LAVORARE ATTIVAMENTE PER LA SALVAGUARDIA DELL'AMBIENTE
  - 62** - VALUTAZIONE ESTERNA
- 65** - VSME
  - 66** - B1 – Basi per la preparazione
  - 66** - C1 – Strategia: modello di business e sostenibilità – iniziative correlate
  - 66** - B2 – Pratiche, politiche e iniziative future per la transizione verso un'economia più sostenibile
  - 67** - C2 – Descrizione di pratiche, politiche e iniziative future per la transizione verso un'economia più sostenibile
  - 67** - C9 – Rapporto di diversità di genere negli organi di governo
  - 68** - B3 – Energia ed emissioni di gas a effetto serra
  - 68** - C3 – Obiettivi di riduzione GHG e transizione climatica
  - 69** - C4 – Rischi climatici
  - 69** - B4 – Inquinamento di aria, acqua e suolo
  - 69** - B6 – Acqua
  - 70** - B7 – Uso delle risorse, economia circolare e gestione dei rifiuti
  - 71** - B8 – Forza lavoro, caratteristiche generali
  - 71** - B9 – Forza lavoro, salute e sicurezza
  - 71** - B10 – Forza lavoro, retribuzione, contrattazione collettiva e formazione
  - 72** - C5 – Ulteriori caratteristiche (generali) della forza lavoro
  - 72** - C6 – Metriche aggiuntive forza lavoro propria: politiche e processi sui diritti umani
  - 72** - C7 – Gravi violazioni dei Diritti Umani
- 74** - TABELLA DI RACCORDO
- 76** - NOTA METODOLOGICA



## HIGHLIGHTS SOSTENIBILITÀ

RISULTATI ECONOMICO-FINANZIARI	Ricavi <b>€ 12.865.174,00</b>	Patrimonio netto <b>€ 7.312.067,00</b>	
	Investimenti <b>€ 553.089,00</b>	Donazioni <b>€ 105.023,53</b>	
DATI DI DISTRIBUZIONE	Nr di Paesi di destinazione <b>30</b>	Nr di rivenditori in Italia <b>2000</b>	Nr di importatori esteri <b>86</b>
QUALITÀ DI PRODOTTO E DI PROCESSO	Nr di certificazioni <b>5</b>	Nr verifiche ispettive <b>2</b>	
RISORSE UMANE	Nr di persone <b>123</b>	Nr di donne <b>101</b>	Nr di uomini <b>22</b>
	Nr di infortuni <b>0</b>	Nr di ore totali di formazione <b>3481,5</b>	
AMBIENTE	Totale energia consumata (luce + gas in MWh) <b>1296,902 MWH</b>	Totale energia autoprodotta <b>116,257 MWH</b>	Totale rifiuti <b>45.905,00 KG</b>
	Totale emissioni CO <sub>2</sub> e (scope 1, 2 e 3) <b>338,08 ton CO<sub>2</sub>e</b>	Prelievi idrici <b>997 METRI CUBI</b>	

## LA NOSTRA STORIA

Pasticceria Filippi è una storia di famiglia, come il nome stesso evoca. L'azienda fu fondata l'11 settembre 1972 da Maria Gasparini, affiancata fin da subito dal marito Giuliano Filippi. Oggi, con l'ingresso dei figli Andrea e Lorenzo, la Pasticceria è alla seconda generazione e continua a crescere portando avanti una visione che fonde artigianalità, innovazione e responsabilità. Fin dalle origini, la filosofia aziendale ha ruotato attorno alla qualità autentica, alla cura per il dettaglio e alla selezione attenta delle materie prime. In un contesto produttivo in costante evoluzione, Pasticceria Filippi ha saputo valorizzare il proprio sapere artigiano attraverso l'adozione di tecnologie e processi che preservano il carattere manuale e naturale della produzione, rendendo l'azienda un punto di riferimento in Italia e all'estero per i lievitati da ricorrenza di alta gamma. Nei primi anni 2000, quando il concetto di gourmet era ancora poco diffuso, l'impresa ha consolidato la propria identità attraverso un percorso distintivo che ha coniugato la qualità del prodotto alla visione di lungo termine: mantenere l'autenticità del "fatto a mano" anche in contesti produttivi più ampi e sfidanti.

Parallelamente al percorso di crescita economica, l'azienda ha maturato nel tempo una crescente consapevolezza rispetto al proprio ruolo sociale e ambientale. Tale percorso si è concretizzato nel 2016 con la trasformazione in Società Benefit, seguita dall'ottenimento della certificazione B Corp, a testimonianza dell'impegno verso modelli di business rigenerativi, equi e inclusivi. Oggi, Pasticceria Filippi adotta una strategia di sostenibilità integrata, che coinvolge l'intera organizzazione e si riflette in scelte concrete: dal benessere dei lavoratori alla collaborazione con i fornitori, dal supporto alla comunità locale fino alla promozione di una cultura alimentare sana e consapevole.

Il presente report, redatto ispirandosi ai principi della rendicontazione di sostenibilità (CSRD e ESRS e in conformità allo standard VSME), rappresenta uno strumento di trasparenza, condivisione e miglioramento continuo, e racconta come l'azienda stia affrontando con responsabilità e coerenza le sfide della transizione verso un'economia sostenibile.



### Premio "impresa Best Performer"

Il riconoscimento Impresa Best Performer assegnato a Pasticceria Filippi celebra le eccellenti performance aziendali, la capacità di innovazione e il contributo alla crescita economica locale. Questo premio è conferito alle aziende che si distinguono per la loro solidità finanziaria, sostenibilità e impegno verso la comunità. Lorenzo Filippi, per conto di Pasticceria Filippi, ha ritirato il premio per l'impegno costante nella qualità dei prodotti, nella sostenibilità ambientale e nel benessere dei dipendenti.

### Premio Compraverde Veneto

La Pasticceria Filippi ha vinto il Premio Compraverde Veneto nella categoria "Coesione e Inclusione" per l'adozione di una politica fondata sul valore del rispetto, pari opportunità di accesso al lavoro a tutte le categorie, supporto alle persone fragili e svantaggiate.

### Selezione come Testimonial alla Green Week di Parma

La Green Week di Parma, conosciuta anche come Festival della Green Economy, è un evento annuale che si concentra sui temi della sostenibilità e dell'economia verde. Questo festival riunisce esperti, imprenditori, accademici e rappresentanti delle istituzioni per discutere e promuovere pratiche sostenibili in vari settori. La partecipazione di Andrea Filippi in qualità di responsabile d'impatto di Pasticceria Filippi ha portato esempi reali e concreti di come sia possibile fare della sostenibilità modello di crescita ed efficientamento.

### Pubblicazione del primo Report di sostenibilità VSME

A inizio 2024 lo standard VSME era disponibile come Exposure Draft a disposizione per le PMI partecipanti al Filed Test di Efrag per testarne l'utilizzo, la complessità, la completezza e la chiarezza. La scelta di rendicontare il nostro 2023 secondo questa bozza di standard è stata approvata dal CDA in vista di un percorso di rendicontazione più strutturato che ci vuole tra le prime PMI ad affrontare un progetto di rendicontazione volontaria.

### Lancio Ecologioco

Ecologioco è un progetto di economia circolare che coniuga educazione ambientale e valorizzazione del packaging. Nato dal desiderio di ridurre i rifiuti e di sensibilizzare grandi e piccoli sull'importanza del riuso, Ecologioco trasforma la cappelliera progettata per il Panettone classico in un gioco da tavolo adatto a tutta la famiglia e ricco di messaggi e riflessioni per parlare di sostenibilità sociale e ambientale con un linguaggio semplice. Il progetto è stato realizzato in collaborazione con una scuola primaria del territorio per dare voce alle generazioni future e far entrare la sostenibilità in aula.

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, Massimo riconoscimento ai Great Taste Awards	2018
Secondo posto ai Sofi Awards (NY) con il nostro Panettone Classico	2019
Certificazione LEED (green building) del nuovo stabile e apertura nuovo negozio presso la sede di Zanè	2020
50° Anniversario di Pasticceria Filippi Certificazione Azienda Carbon Neutral	2022
Raggiungimento dei 100.4 punti della Certificazione B Corp - Primo studio di LCA del panettone classico	2023
Premio "impresa Best Performer" + Testimonial alla Green Week di Parma + Pubblicazione primo report di sostenibilità + lancio di Ecologioco	2024

## I NOSTRI VALORI: IL CUORE DELL'IDENTITÀ FILIPPI

I valori di Pasticceria Filippi sono il fondamento su cui si costruisce ogni scelta strategica, ogni gesto quotidiano, ogni relazione con le persone e con l'ambiente. Radicati nella storia familiare dell'azienda e nella sua evoluzione verso un modello di impresa sostenibile e responsabile, questi principi guidano l'agire collettivo e rappresentano un punto di riferimento per tutti coloro che fanno parte della nostra comunità aziendale.

### Famiglia e rispetto

L'identità familiare è parte integrante dell'essenza di Pasticceria Filippi: un ambiente in cui ogni persona è accolta e valorizzata, in un clima che promuove la realizzazione individuale e professionale. Il rispetto è la regola principale che orienta i comportamenti e le relazioni interne, ed è visibile nei documenti aziendali così come nei gesti quotidiani: rispetto dei diritti, delle differenze, dei tempi e dei bisogni di ciascuno. Il rispetto passa attraverso l'ascolto attivo e la volontà di creare un contesto inclusivo in cui ognuno possa esprimersi e contribuire con autenticità.

### Tradizione e innovazione

In Filippi, tradizione e innovazione non sono opposti, ma elementi complementari di un unico approccio evolutivo. La tradizione custodisce un patrimonio di gesti, ricette e sapere artigiano che è continuamente reinterpretato grazie all'innovazione tecnologica, di processo e di pensiero. Solo così la tradizione resta viva e l'innovazione si radica in valori solidi, offrendo prodotti che parlano al presente con l'autorevolezza del passato.

### La mission: una bontà sostenibile

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

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

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

### Qualità e coerenza

La qualità è un impegno concreto che attraversa tutta la filiera: dalla selezione delle materie prime naturali e selezionate, alla cura delle lavorazioni, fino all'esperienza del cliente. L'obiettivo è creare dolci che siano veri ambasciatori del gusto, ma anche espressione coerente della missione aziendale. Per Filippi, infatti, qualità e sostenibilità sono due dimensioni inseparabili, che si rafforzano a vicenda in un percorso di miglioramento continuo.

### Condivisione e comunicazione

La dolcezza è anche relazione. I prodotti Filippi nascono per essere condivisi e portare gioia, così come l'approccio aziendale è fondato su una comunicazione trasparente e su uno spirito di partecipazione attiva. Clienti, lavoratori, fornitori e comunità sono coinvolti in un dialogo costante: attraverso il packaging informativo, la tracciabilità degli ingredienti, momenti formativi, campagne di sensibilizzazione e iniziative che promuovono uno stile di vita consapevole e un modello di produzione etico e sostenibile.



## LA CREAZIONE DI VALORE

Negli ultimi anni, il dibattito internazionale ha sottolineato l'urgenza di promuovere sistemi alimentari in grado di coniugare **sostenibilità ambientale, salute e sicurezza nutrizionale**. In questo contesto, il modello della dieta mediterranea è stato riconosciuto come uno dei più efficaci: salutare per l'uomo, benefico per l'ambiente, capace di prevenire numerose malattie croniche (cardiovascolari, diabete, patologie renali) e di ridurre la mortalità complessiva<sup>1</sup>.

Tuttavia, per concretizzare la transizione verso modelli alimentari più sani e sostenibili, è necessario ripensare profondamente l'intero sistema agroalimentare, migliorando la produzione, riducendo lo spreco e sensibilizzando i consumatori a fare scelte più consapevoli. È proprio nell'ambito del consumo domestico che si concentra gran parte dello spreco alimentare.

Paradossalmente, proprio nei paesi del Mediterraneo, culla storica di questo stile alimentare, si sta registrando un progressivo allontanamento dai principi fondamentali della dieta mediterranea. Un segnale d'allarme che rende ancora più importante il ruolo di imprese, istituzioni e famiglie nel promuovere l'educazione alimentare, recuperare tradizioni virtuose e rafforzare la cultura del cibo come strumento di benessere e sostenibilità.

Da qui nasce l'impegno di Pasticceria Filippi di creare un prodotto sano, realizzato con ingredienti pregiati, e di fare in modo che il prodotto sia veicolo di una cultura alimentare corretta e di un modo di fare impresa responsabile.

### Prodotti e mercati di riferimento

Pasticceria Filippi è un'azienda artigianale specializzata nella produzione di lievitati da ricorrenza e dolci da forno di alta qualità. Il core business dell'azienda è rappresentato da prodotti iconici della tradizione dolciaria italiana, tra cui:

- **Panettoni e Pandori**, disponibili in versioni classiche e varianti innovative
- **Colombe pasquali**, proposte sia in ricette tradizionali che in interpretazioni creative

Ai quali negli anni si sono aggiunti i **dolci 100% Olio Evo**, **Strucà 100% Olio Evo** e **altri lievitati a base di olio evo**.

I tre prodotti più richiesti e venduti in tutto il mondo sono il Panettone Classico, seguito dal dolce 100% Olio Evo e infine dal Panettone al cioccolato.

La produzione si distingue per l'utilizzo di ingredienti selezionati, come uova "free range" da galline allevate a terra all'aperto, miele biologico dei Colli Euganei, canditi non trattati con solfiti, vaniglia e aromi naturali e per l'impiego di una pasta madre naturale custodita da oltre 40 anni. Per un dettaglio sulle materie prime utilizzate si suggerisce di leggere l'approfondimento a termine del paragrafo [utilizzare materie prodotte con metodi sostenibili, verifica e tracciabilità del ciclo di vita](#).

Pasticceria Filippi opera sia nel mercato nazionale che internazionale, anche se l'Italia resta la destinazione principale con l'81% del fatturato, contro un 19% di mercato estero che tuttavia è solo di recente in fase di espansione. I numeri infatti raccontano un andamento positivo fuori dai confini nazionali, dove i prodotti Filippi raggiungono 30 Paesi nel Mondo con un aumento sia dei clienti esteri sia degli importatori (+43% nel 2024 rispetto al 2023). I nostri prodotti sono distribuiti attraverso una rete di importatori, rivenditori specializzati, negozi gourmet e canali e-commerce, senza dimenticare il ruolo fondamentale degli oltre 100 agenti che presidiano tutto il territorio italiano. L'azienda partecipa regolarmente a fiere di settore in Italia e all'estero per consolidare la propria presenza nei mercati e per promuovere la cultura del dolce artigianale italiano.

Anche nel 2024 abbiamo monitorato la soddisfazione dei nostri clienti, investigando l'indice di gradimento su diversi parametri: estetici, olfattivi, di gusto, sulla morbidezza, la ricchezza della guarnitura e il packaging. Il risultato complessivo è di un indice di soddisfazione di 4.79 punti su un massimo di 5, suggerendo un livello molto buono della qualità offerta ma anche la possibilità di migliorare.



<sup>1</sup> Fonte: CREA Consiglio per la ricerca in agricoltura e l'economia agraria-Centro di ricerca per gli alimenti e la nutrizione, Roma, Italia.

## LA CATENA DEL VALORE

Nel perseguire un continuo miglioramento delle nostre performance di sostenibilità e l'aumento della nostra responsabilità di impresa nei confronti delle tematiche ESG, ci impegniamo ad avere uno sguardo ampio sulla sostenibilità prendendo in considerazione impatti, rischi e opportunità lungo tutta la nostra catena del valore, dalla materia prima al consumatore finale.



## GLI HOTSPOT NELLA CATENA DEL VALORE

### FORNITORI DI MATERIE PRIME

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

### RETE DI VENDITA

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

- Distribuzione in 30 Paesi
- 2180 rivenditori in Italia
- 86 importatori nel mondo

### ALTRI FORNITORI

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

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

### RICERCA E SVILUPPO

### IL PERSONALE INTERNO

Con il 82% di presenza femminile, la forza lavoro di Pasticceria Filippi è il cuore dell'azienda, portando avanti una tradizione di produzione e la cura nei dettagli che solo un approccio artigiano può dare. A una crescente presenza fissa in azienda, si affianca un gruppo ormai consolidato di personale stagionale che supporta la produzione nelle campagne di Natale e di Pasqua.

### INTERAZIONE CON LA COMUNITÀ

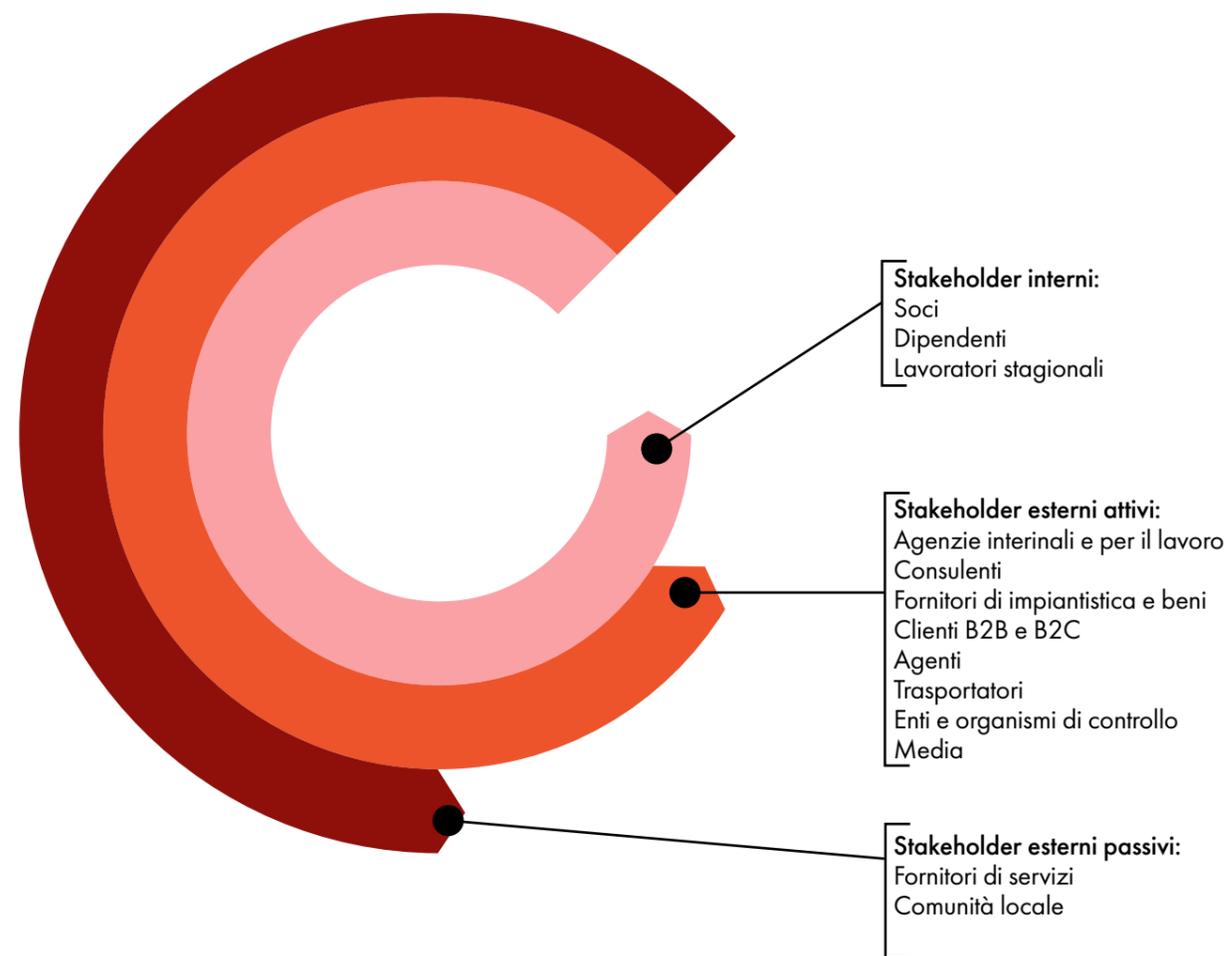
Numerose sono le associazioni del territorio che collaborano in modo continuativo con l'azienda in un rapporto di scambio di benefici consapevoli che solo dall'unione ne può derivare un grande risultato a tutti.

## I NOSTRI STAKEHOLDER

Pasticceria Filippi considera fondamentale attivare processi di coinvolgimento proattivo degli stakeholder della propria value chain, ovvero di tutti coloro che possono influenzare o essere influenzati dalle attività aziendali.

Ci si pone pertanto un obiettivo di crescita sostenibile dell'azienda, all'interno della quale le aspettative e le esigenze degli stakeholder sono raccolte, esaminate e integrate nella strategia, con la convinzione che il coinvolgimento dei diversi portatori di interesse, realizzato in piena trasparenza, consente di dare vita a benefici reciproci e valore condiviso.

Nel 2024 abbiamo completato il lavoro di aggiornamento della mappatura dei nostri Stakeholder. Il progetto ha coinvolto oltre al Team sostenibilità anche il vertice aziendale, con l'obiettivo di garantire un allineamento tra la governance e gli obiettivi di sostenibilità. Il processo di mappatura è stato realizzato ispirandosi ai principi di Accountability e alle linee guida contenute all'interno dello Stakeholder Engagement Standard AA1000.



## Lo Stakeholder Engagement

Il processo di prioritizzazione degli stakeholder ha messo in evidenza le categorie di portatori interesse verso i quali Pasticceria Filippi intende attivare progetti di coinvolgimento di intensità differente a seconda degli

obiettivi perseguiti. In questo modo è stato possibile calendarizzare le attività da svolgere e avviare un processo di dialogo e raccolta di feedback che prevede il coinvolgimento di più funzioni aziendali, rendendo il lavoro più fluido e distribuendo gli appuntamenti in corso d'anno.

### Lavoratori (Dipendenti + Stagionali)

- Rilevazione della soddisfazione e del coinvolgimento dei lavoratori
- Riunioni periodiche di condivisione della strategia
- Meccanismi di feedback o segnalazioni anonime
- Condivisione di informazioni sull'azienda
- Riunione generale di fine anno

### Agenzie interinali e per il lavoro

- Condivisione di policy interne di assunzione rispettose dei principi di D&I
- Dialogo per opportunità di occupazione categorie fragili

### Soci

- Riunioni CDA
- Incontri formativi con Team Sostenibilità
- Analisi di impatti rischi e opportunità e di doppia materialità

### Consulenze

- Invito alla Giornata della Bontà Sostenibile
- Condivisione report di sostenibilità

### Fornitori impiantistica e beni

- Invito alla Giornata della Bontà Sostenibile
- Questionario
- Audit

### Clienti B2B

- Informare su strategia di sostenibilità tramite confronto (chiamate, riunioni), appuntamento e fiere di settore

### Clienti B2C

- Rilevazione della soddisfazione del consumatore
- Comunicazioni tramite social media
- Gruppi di assaggio

### Comunità

- Eventi culturali
- Co-progettazione Ecologioco

### Media

- Organizzazione di attività di comunicazione
- Incontro con la stampa

### Fornitori di servizi

- Questionario

### Comunità

- Riunioni on line
- Incontri in presenza
- Indagine di materialità

## UN ANNO VISSUTO INSIEME, DA PROTAGONISTI

Nel 2024 abbiamo scelto di raccontarci ogni giorno, come in una vera famiglia. Da sempre crediamo che la vera forza di Pasticceria Filippi risieda nelle **persone** che ogni mattina varcano la soglia del nostro laboratorio, ed è a loro che abbiamo voluto parlare, ascoltare, restituire. Proprio per questo, all'ingresso, abbiamo installato un maxischermo che è diventato la nostra finestra aperta: ogni settimana ha proiettato messaggi, curiosità, risultati, appuntamenti, storie di sostenibilità e di impatto. Ma non solo: è stato anche uno strumento per raccogliere opinioni, idee e desideri, grazie all'uso di QR code che hanno reso semplice e immediata la partecipazione di tutti. **Perché costruire il domani, per noi, significa farlo insieme.** Questo spirito ha animato anche il percorso di ristrutturazione organizzativa che abbiamo intrapreso nella prima parte dell'anno con il supporto di un professionista esperto in gestione d'impresa. Abbiamo

lavorato in profondità sul modo in cui comunichiamo, collaboriamo, prendiamo decisioni. Abbiamo creato cicli di incontri per settori e funzioni, trasformando ogni team in un focus group attivo: a volte per affrontare una criticità, altre per progettare nuove strategie. Il risultato? Un clima più consapevole, una squadra più coesa, un senso di appartenenza che si è fatto tangibile e nuove soluzioni che hanno migliorato l'organizzazione del lavoro di tutti. Come da tradizione, il nostro anno si è concluso con la riunione generale, un momento atteso e sentito, dove condividiamo i risultati economici, raccontiamo cosa abbiamo fatto e perché, è erogata formazione su etica, trasparenza e identità benefit. Ma soprattutto, ci guardiamo negli occhi e ci riconosciamo come parte di un'unica grande storia, fatta di dolcezza, impegno e futuro.



**Voci dal territorio: il dialogo con gli agenti**

Il 2024 è stato l'anno in cui abbiamo deciso di aprire un canale diretto, autentico e continuativo con una parte fondamentale della nostra grande famiglia: gli agenti. Sono più di cento, distribuiti in ogni angolo d'Italia, e rappresentano il volto e la voce della Pasticceria Filippi per tantissimi clienti. Per la prima volta, abbiamo organizzato un ciclo di incontri online, una vera e propria maratona di ascolto e condivisione che ci ha tenuti impegnati per una settimana, con l'obiettivo di raccontare la nostra strategia di sostenibilità e, soprattutto, raccogliere il loro punto di vista. Abbiamo chiesto agli agenti di aiutarci a individuare ciò che conta davvero, secondo loro, in termini di impatti, rischi e opportunità. E dalle loro parole è emersa una ricchezza inaspettata: spunti concreti, idee di miglioramento, riflessioni profonde che ci hanno permesso di guardare l'azienda con occhi nuovi. Non solo i loro, ma anche quelli dei clienti che ogni giorno incontrano e ascoltano. Tra i messaggi più condivisi c'è il riconoscimento dell'importanza del nostro impegno a livello di governance. L'essere Società Benefit e azienda certificata B Corp sono percepiti come segni distintivi, che rafforzano l'identità dell'azienda e ne testimoniano la coerenza nel perseguire le finalità di beneficio comune. Gli agenti hanno lanciato una sfida chiara e motivante: quella di comunicare meglio tutto questo al cliente finale, rendendo visibile e comprensibile il valore che si nasconde dietro ogni panettone, ogni colomba, ogni scelta responsabile. Hanno anche sottolineato quanto sia importante continuare con decisione sul fronte ambientale, migliorando il packaging e mantenendo altissimi gli standard qualitativi delle materie prime. E, sul piano sociale, ci hanno incoraggiato a proseguire con le attività a favore della comunità e del territorio, riconoscendo in esse una parte essenziale della nostra identità.

Infine, pur consapevoli dei rischi legati al cambiamento climatico, come la difficoltà di reperire ingredienti di eccellenza e il rischio inevitabile di aumento dei costi, gli agenti vedono nella sostenibilità una fonte continua di opportunità. E noi abbiamo accolto il loro sguardo con gratitudine, pronti a trasformare ogni suggerimento in un passo concreto verso il futuro che vogliamo costruire, insieme.

**Ecologioco: il gioco serio della sostenibilità**

A volte le idee più potenti nascono da un gesto semplice, come aprire una scatola. Ecologioco è nato così, dal desiderio di dare una seconda vita alla cappelliera che custodisce il nostro panettone classico. Un progetto di economia circolare, certo, ma che fin dai primi passi ha dimostrato di essere molto di più. Si è trasformato in un ponte tra generazioni, in uno strumento di dialogo, in un modo nuovo – e profondamente autentico – di fare educazione alla sostenibilità.

Abbiamo coinvolto una classe quinta elementare e una prima media di una scuola locale<sup>2</sup>, chiedendo ai bambini di aiutarci a creare un gioco racchiuso nella confezione di un nostro prodotto. Ma non un gioco qualsiasi: un gioco per riflettere, per guardare il mondo con occhi diversi, per parlare insieme – adulti e ragazzi – di futuro, ambiente, giustizia sociale. Le loro idee, i loro disegni, le loro parole sono diventate il cuore di Ecologioco. E mentre noi condividevamo con loro conoscenze e strumenti, loro ci restituivano visioni limpide, domande sincere, soluzioni sorprendentemente mature. Ci hanno insegnato a pensare in grande con la leggerezza e la forza dei bambini.

Il progetto ha coinvolto anche tanti altri attori: le figure professionali che lo hanno reso possibile, i giornalisti che ne hanno raccontato la storia, e un gruppo di fornitori che hanno potuto confrontarsi con una realtà osservata attraverso gli occhi delle nuove generazioni. La lettura della sostenibilità fatta dai ragazzi – così diretta, emozionante e concreta – ha toccato corde profonde. È stata uno specchio e, allo stesso tempo, un invito: quello di rimettere in discussione le nostre abitudini, le nostre priorità, il nostro ruolo come impresa. Ecologioco ci ha cambiati. Ci ha fatto comprendere che educare significa anche lasciarsi educare. Che progettare il futuro vuol dire coinvolgere chi lo abiterà. E che una semplice scatola, se riempita di sogni, può diventare uno strumento potente per immaginare – e costruire – un mondo più giusto, più verde, più felice.



<sup>2</sup> Scuola Paritaria Grande Quercia di Thiene (VI)

## LA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ

In Pasticceria Filippi ogni politica e attività realizzata è filtrata dalla lente della crescita sostenibile, in quanto non esiste strategia che non sia ricondotta a criteri di sostenibilità sociale e ambientale, con particolare attenzione agli impatti generati nei confronti dei nostri stakeholder.

Nel 2024, abbiamo identificato i nostri temi materiali utilizzando lo strumento dell'analisi di impatti, rischi e opportunità, mettendoli poi in relazione con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) delle Nazioni Unite, grazie allo strumento SDG Action manager. ([I nostri principali Impatti, Rischi e Opportunità \(IRO\)](#)).

L'attenzione particolare a queste tematiche e la loro

trattazione assieme ai nostri stakeholder sono il cuore della nostra strategia di sviluppo sostenibile, contribuendo parallelamente al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite (SDGs). In particolare, da un'analisi dei 17 SDGs e con l'utilizzo del tool SDG Action Manager abbiamo potuto identificare gli Obiettivi verso i quali abbiamo più possibilità e intenzionalità di ottenere dei progressi. Il sinottico qui sotto dimostra la correlazione tra i nostri temi materiali, gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'ONU e le finalità di beneficio comune che abbiamo inserito a Statuto e che perseguiamo di anno in anno con target sempre più sfidanti.



Temi materiali	Obiettivi di sviluppo sostenibile SDGs	Finalità di Beneficio Comune
Benessere e formazione dei lavoratori	3.8 - 5.1 - 8.5 - 8.6 - 8.8	Favorire la formazione e la crescita del personale Promuovere la felicità del personale Sviluppare programmi di welfare aziendale
Sensibilizzazione di clienti e comunità sulle tematiche di sostenibilità ESG	4.7 - 8.7 - 12.3 - 12.5 - 12.8 - 13.3	Lavorare attivamente per la salvaguardia dell'ambiente Affiancare e sostenere i fornitori per migliorare i prodotti in termini di qualità ed etica
Diversità e inclusione	5.1 - 5.5 - 5.9 - 10.2 - 10.3	Assunzioni che sviluppino l'inclusione sociale
Reputazione aziendale	8.2 - 13.2 - 16.7 - 17.D/E	Lavorare attivamente per la salvaguardia dell'ambiente Affiancare e sostenere i fornitori per migliorare i prodotti in termini di qualità ed etica Promuovere la felicità del personale
Uso delle risorse	8.4 - 12.2 - 12.5 - 13.1	Utilizzare materie prodotte con metodi sostenibili, verifica e tracciabilità del ciclo di vita
Uso dell'energia	8.2 - 13.2	Lavorare attivamente per la salvaguardia dell'ambiente
Sviluppo economico del territorio e impatti sulla comunità	4.7	Sviluppare programmi di welfare aziendale Assunzioni che sviluppino l'inclusione sociale Favorire le materie prime e l'economia del territorio
Gestione dei rapporti con i fornitori	8.2 - 12.6 - 13.3	Affiancare e sostenere i fornitori per migliorare i prodotti in termini di qualità ed etica

A nove anni di distanza dalla trasformazione della società in Società Benefit, avvenuta nel 2016, la strategia di sviluppo sostenibile di Pasticceria Filippi ha avuto un'evoluzione importante, sia in termini di consapevolezza sia in termini di risultati. Quanto raggiunto dalla nostra azienda fino ad oggi in termini di organizzazione sostenibile, includendo anche tutto l'insieme di politiche, azioni e il cambio di mindset che dal vertice ha contaminato in modo positivo tutte le persone che lavorano in azienda così come molti stakeholder esterni, ha fatto maturare la necessità di aggiornare le nostre finalità di beneficio comune adattandole al contesto socio-economico attuale e a come Pasticceria Filippi si presenta oggi: azienda

artigianale leader nel settore dei lievitati da forno in Italia e società impegnata sul fronte ambientale e sociale in modo attivo e riconosciuto dalla certificazione B Corp ma anche dal settore di appartenenza.

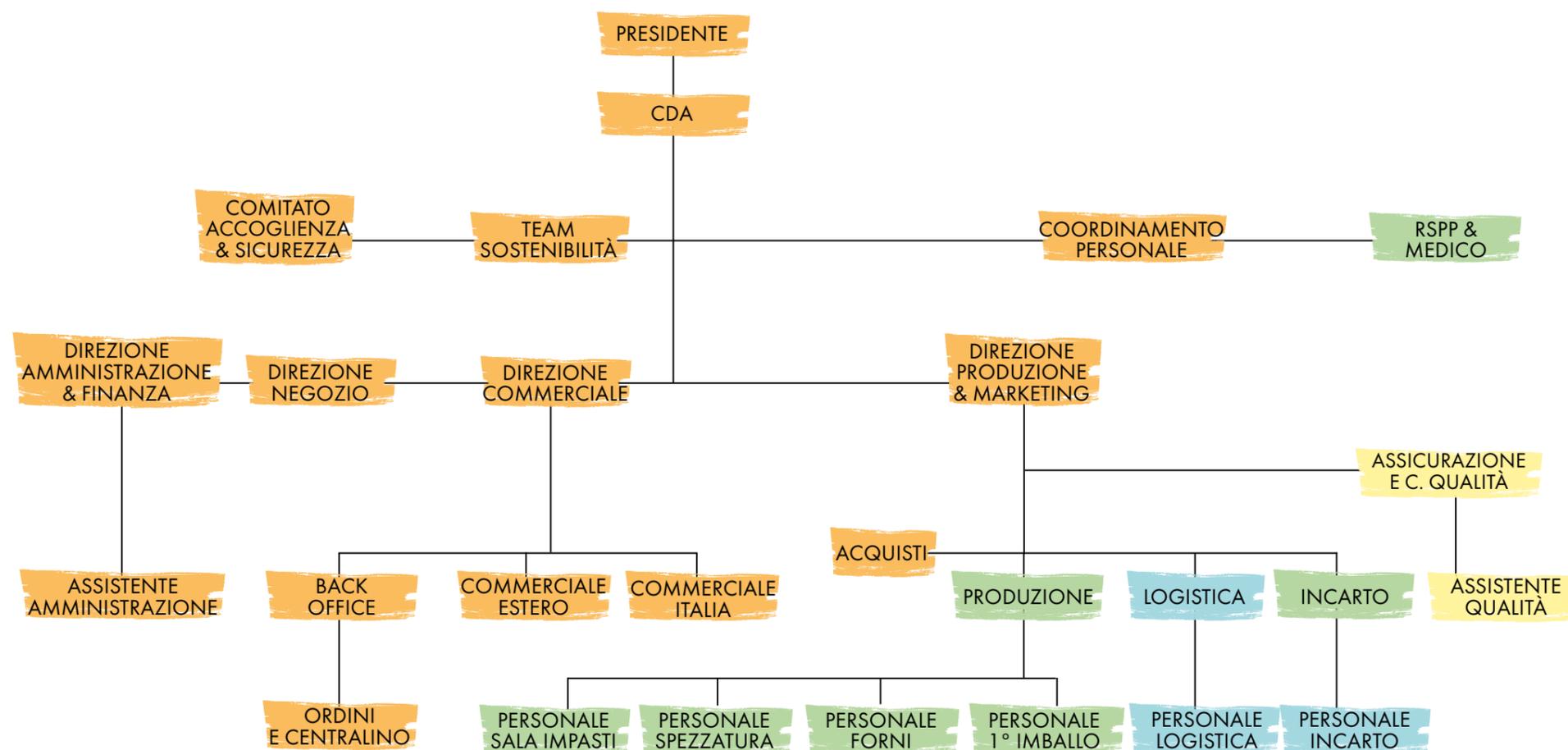
Nella seconda parte del 2024 è stato pertanto avviato un lavoro di analisi e riflessione all'interno del Team Sostenibilità al fine di mettere in luce quali impegni l'azienda è pronta ad assumere nel suo futuro sotto la veste di **nuove finalità di beneficio comune**. L'aggiornamento statutario è pianificato entro il 2025 in modo da avviare già nel corso del 2025 un processo di misurazione e rendicontazione dei KPI secondo i nuovi obiettivi.

# LA GOVERNANCE

La governance di Pasticceria Filippi si fonda sui criteri di **trasparenza** e **responsabilità sociale**, accogliendo dal 2016 un modello rigenerativo di impresa formalizzato nella trasformazione in Società Benefit e riconosciuto dal marchio B Corp acquisito subito dopo.

Il consiglio di amministrazione, composto dai fondatori e dai componenti della famiglia Filippi, che ne costituiscono anche l'organo direttivo, esprime un modello di impresa indipendente a controllo familiare. Il sinottico qui sotto presenta le competenze e la suddivisione dei ruoli del CdA. Il Consiglio di Amministrazione riveste un ruolo centrale nella guida e nella gestione dell'impresa, ricoprendo oltre a quanto previsto ai sensi di legge e dello Statuto, anche la competenza, in via esclusiva, alle principali decisioni sul piano economico-strategico, oltre alla valutazione annuale dell'andamento della gestione della società. Il CdA di Pasticceria Filippi svolge un ruolo fondamentale nel garantire che l'impegno della società verso modelli di sviluppo sostenibile sia costante e condiviso all'interno della catena del valore, così come integrato nel modello di business allineandosi con gli obiettivi di beneficio comune inserite nello Statuto Benefit. Nello svolgimento delle attività il CdA è supportato da professionisti esterni, esperti ESG, assieme ai quali partecipa alle attività del **Team Sostenibilità**, che svolge un ruolo strategico nella gestione delle tematiche di governance, ambientali e sociali. Al fine di perseguire una sempre maggiore integrazione della sostenibilità all'interno della strategia aziendale, il Team Sostenibilità nel 2024 ha collaborato con alcune figure responsabili di funzione per realizzare l'analisi di doppia materialità.

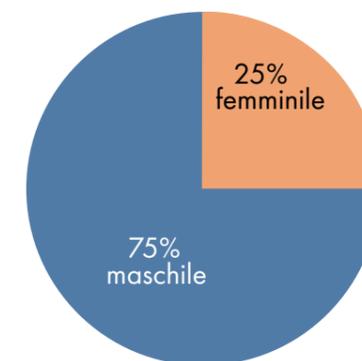
Organigramma Pasticceria Filippi SRL Società Benefit



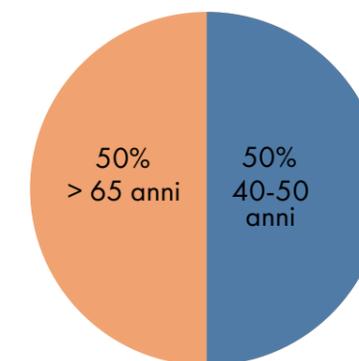
**La direzione dell'impresa** è affidata al consiglio di amministrazione composto da 4 membri, tutti soci indipendenti dell'azienda e parte della famiglia Filippi.

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

D & I NEL CDA



Genere - nr di persone



Età - nr di persone

## POLITICHE DI SOSTENIBILITÀ

Il **Codice Etico** di Pasticceria Filippi rappresenta il fondamento valoriale su cui si basa l'intera attività aziendale. Non è solo un insieme di regole, ma un impegno quotidiano a operare con integrità, trasparenza e responsabilità. È rivolto a tutti: dipendenti, collaboratori, fornitori, clienti e stakeholder, e si applica a ogni decisione e relazione, interna ed esterna.

Tra i principi fondamentali si evidenziano il **rispetto della legalità, l'equità nei rapporti di lavoro, la valorizzazione della persona, la trasparenza nella gestione finanziaria, la tutela dell'ambiente, la sicurezza sul lavoro** e il rifiuto di ogni forma di discriminazione, corruzione, conflitto di interessi e criminalità organizzata. Centrale è l'attenzione verso i diritti umani, la privacy, la sostenibilità e il benessere collettivo.

Il Codice promuove una cultura aziendale basata su **lealtà, ascolto, pari opportunità e crescita condivisa**, garantendo condizioni di lavoro eque, percorsi di formazione e sviluppo professionale, e incoraggiando la segnalazione di comportamenti non etici in un clima di fiducia e protezione.

Infine, coerentemente con la sua identità di Società Benefit e azienda certificata B Corp, Pasticceria Filippi si impegna a estendere questi valori a tutta la catena del valore, coinvolgendo fornitori, partner e clienti in un progetto imprenditoriale rigenerativo, responsabile e orientato al bene comune.

Il Codice Etico è pubblicato sul sito web dell'azienda [https://pasticceriafilippi.it/codice\\_etico.pdf](https://pasticceriafilippi.it/codice_etico.pdf) e accessibile a tutti.

Il **Manuale del Lavoratore** di Pasticceria Filippi, redatto nel 2022 e che ha avuto il suo ultimo aggiornamento nel 2024, si pone come scopo di informare, e al contempo di trasmettere ai nuovi assunti e ai lavoratori stagionali, chi siamo, cosa facciamo e in che modo vogliamo farlo. È il primo passo per entrare in un'impresa che mette al centro le persone, la qualità del lavoro e il rispetto dell'ambiente e infatti è il primo documento consegnato ai lavoratori il primo giorno di lavoro.

Redatto in modo chiaro e accessibile, il manuale racconta la missione dell'azienda, l'identità di Società Benefit e il percorso da B Corp certificata, spiegando in modo semplice i principi che ispirano ogni scelta aziendale: inclusione, benessere, responsabilità sociale e ambientale, cultura della sicurezza e valorizzazione delle competenze. Grande attenzione è data all'accoglienza dei nuovi lavoratori, curata da un Comitato dedicato, e ai percorsi di formazione iniziale e continua, pensati per sostenere sia la professionalità che la crescita personale e la sicurezza. All'interno del manuale trova spazio un elenco dettagliato di tutti gli **strumenti** e le **opportunità** messe a disposizione dei lavoratori dall'azienda per creare un ambiente di lavoro dove potersi realizzare sia professionalmente sia personalmente. È quindi descritto il piano di welfare aziendale, le modalità per segnalare

suggerimenti o criticità, i programmi di educazione alla sicurezza e i diritti delle madri che allattano. Un focus importante è dedicato alla **comunicazione interna**, con la presenza di un maxischermo in ingresso che aggiorna costantemente i lavoratori su obiettivi aziendali, risultati e progetti di sostenibilità, invitandoli a partecipare attivamente alla vita dell'impresa. Questo manuale rappresenta una dichiarazione concreta dell'impegno di Filippi nel creare un ambiente di lavoro sano, inclusivo e generativo, dove ogni persona possa sentirsi parte di un progetto più grande, condividere valori autentici e contribuire al miglioramento continuo dell'azienda e del mondo che la circonda.

In Pasticceria Filippi, anche il processo di selezione del personale è un riflesso dei valori che guidano ogni nostra azione: cura, inclusione, sostenibilità e rispetto. La nostra **Recruitment Policy** definisce con chiarezza un percorso strutturato e trasparente per l'assunzione di nuovi collaboratori, basato su criteri di equità, competenza e crescita condivisa. Crediamo in un sistema di selezione che non sia solo efficace, ma anche umano. Per questo promuoviamo una **cultura dell'inclusione e della diversità**, riconoscendo che la ricchezza delle differenze – culturali, personali, professionali – è un valore aggiunto imprescindibile. Diamo spazio a candidati provenienti da contesti svantaggiati e valorizziamo le competenze interne. Tutte le fasi del processo – dalla pubblicazione dell'annuncio, all'analisi dei curriculum, ai colloqui – sono guidate da principi di trasparenza, oggettività e rispetto della privacy, anche attraverso pratiche come la "blind review" dei CV. Le agenzie partner sono selezionate con attenzione e coinvolte in modo coerente ai nostri standard etici e organizzativi. Siamo convinti che selezionare le persone giuste, nel modo giusto, significhi costruire le basi per una squadra solida, motivata e allineata alla nostra visione di impresa responsabile. Ecco perché mettiamo al centro del nostro sistema di reclutamento non solo le competenze, ma anche l'attitudine, la visione e il desiderio di contribuire a un progetto più grande.

## LE NOSTRE CERTIFICAZIONI: UNA SCELTA DI COERENZA

Certificazione



**ClimatePartner**  
certified company  
[climate-id.com/FYFKKP](https://climate-id.com/FYFKKP)



Pasticceria Filippi ha scelto di affidarsi a enti terzi autorevoli per attestare con trasparenza il proprio impegno verso persone, ambiente e qualità del prodotto. **Le cinque certificazioni** ottenute dall'azienda rappresentano strumenti di responsabilità, che aiutano a monitorare i progressi, a misurare le intenzioni e a consolidare una cultura della sostenibilità concreta e verificabile.

Dal 2016, Pasticceria Filippi fa parte del movimento delle **B Corp**, aziende che credono che il business possa – e debba – essere una forza positiva per il cambiamento. Il percorso di certificazione è severo e richiede il rispetto di elevati standard di performance sociale e ambientale, trasparenza e governance responsabile. Questo impegno ha richiesto la trasformazione in Società Benefit, una scelta giuridica che vincola formalmente l'azienda a generare valore non solo per i soci, ma anche per tutti gli stakeholder: lavoratori, clienti, comunità e ambiente.

La **lotta al cambiamento climatico** è un altro pilastro centrale. In linea con gli obiettivi dell'Agenda 2030, dal 2022 Pasticceria Filippi si è impegnata a misurare e ridurre le proprie emissioni di CO<sub>2</sub>, compensando quelle residue tramite l'acquisto di crediti di carbonio certificati, ottenendo l'etichetta **ClimatePartner certified company** che supera il concetto di Carbon Neutrality richiedendo un impegno costante e formale di riduzione delle proprie emissioni oltre alla compensazione. Il certificato viene rilasciato a seguito di un processo che include analisi della carbon footprint, strategie di riduzione e sostegno a progetti ambientali verificati. Anche gli edifici raccontano la nostra idea di sostenibilità. Dal 2020, lo stabilimento produttivo è stato progettato e realizzato secondo i criteri della **certificazione LEED** (Leadership in Energy & Environmental Design), che valuta le performance ambientali nel settore edilizio, ottenendo il livello GOLD con la certificazione. L'obiettivo è stato fin da subito quello di costruire uno spazio di lavoro sano, efficiente e a basso impatto.



Infine, l'impegno verso **la sicurezza e la qualità alimentare** è garantito da due standard internazionali di riferimento:

- la **certificazione BRCGS Global Standard for Food Safety** è uno standard relativo alla sicurezza alimentare che sostiene le aziende nella fase di produzione al fine di ottenere alimenti che siano conformi dal punto di vista legislativo tutelando il consumatore finale. Questo standard valuta i requisiti più stringenti quali igiene, controllo dei processi produttivi, tracciabilità e gestione del rischio determinando la qualità e la sicurezza igienico sanitaria ed è riconosciuto da GSFI (Global Food Safety Initiative);

- la **certificazione IFS Food (International Featured Standards)** è uno standard internazionale, simile al BRCGS, che garantisce la qualità e la sicurezza alimentare, incentrandosi sull'attività di processo per ottenere un prodotto sicuro e conforme ai requisiti legislativi. Promuove la trasparenza lungo l'intera filiera ed è riconosciuto da GSFI (Global Food Safety Initiative).

Queste certificazioni non sono medaglie da esibire, ma **impegni quotidiani da onorare**, che accompagnano l'azienda nel suo percorso di crescita, innovazione e coerenza. Nel corso del 2024 Pasticceria Filippi ha superato la visita ispettiva da parte dell'ente per gli schemi BRC e IFS, ha inoltre condotto 4 verifiche interne oltre ad una verifica di terza parte sostenuta da un perito agrario.

## ANALISI DI MATERIALITÀ

Per superare le sfide di un mondo in continuo cambiamento, le aziende devono identificare, reagire e adattarsi alle tematiche di sostenibilità più significative per il proprio modello di business e per i propri stakeholder. Per questo motivo, Pasticceria Filippi, pur non essendo soggetta ad alcun obbligo normativo di analisi e rendicontazione degli aspetti di materialità di impatto e finanziaria, ha condotto nel 2024 un'analisi di doppia materialità<sup>3</sup> con l'obiettivo di approfondire la conoscenza delle dinamiche interne ed esterne all'azienda che inevitabilmente ne influenzano il risultato e la capacità di creare valore.

Comprendere ed individuare le questioni di sostenibilità rilevanti per l'organizzazione e per i suoi stakeholder è fondamentale per riuscire a minimizzare, o evitare, gli impatti negativi così come i rischi finanziari e a cogliere o amplificare i propri impatti positivi e le opportunità finanziarie. Pasticceria Filippi da tempo riconosce la necessità di dare ascolto e spazio alle diverse esigenze dei vari stakeholder che ruotano attorno all'azienda. Un Assessment di materialità ci consente quindi di mettere a fuoco le tematiche davvero importanti e rilevanti in riferimento sia all'impresa sia agli stakeholder, e il suo aggiornamento periodico ci garantisce di evolvere con il contesto ambientale e con le aspettative sociali e di guidare la strategia in modo olistico.

### Il ruolo della governance nel processo di analisi di doppia materialità

Pasticceria Filippi ha adottato un approccio strutturato all'analisi di doppia materialità, ispirandosi alle indicazioni contenute nella normativa CSRD<sup>4</sup> e negli standard ESRS<sup>5</sup>, pur non essendone formalmente soggetta. Il processo ha previsto il coinvolgimento diretto dei consulenti ESG esterni incaricati, in collaborazione con la direzione aziendale (riuniti nel Team Sostenibilità) al fine di identificare, valutare e validare gli impatti, i rischi e le opportunità più rilevanti per l'azienda.

La governance dell'intero processo è stata affidata alla compagine sociale, che ha contribuito in modo attivo alla definizione delle priorità strategiche con riunioni periodiche mensili e la partecipazione diretta alla maggior parte delle attività di engagement condotte in corso d'anno. Le risultanze dell'analisi sono state condivise e approvate nel corso di un incontro dedicato, garantendo così che le decisioni aziendali in materia di sostenibilità fossero allineate alla visione a lungo termine dell'impresa. Tale approccio riflette l'impegno di Pasticceria Filippi a integrare i temi ESG nel proprio modello di gestione, in coerenza con la propria identità di impresa a conduzione familiare e con il proprio posizionamento valoriale.

### Premessa metodologica e ambito di analisi

In Pasticceria Filippi, l'analisi di materialità è parte di un ciclo di aggiornamento biennale, che mette in evidenza i punti cruciali del nostro piano strategico nel breve, medio e lungo termine attraverso le questioni rilevanti di sostenibilità (altresi chiamati "temi materiali"). In questo modo riusciamo ad identificare le nostre ambizioni e allo stesso a definire obiettivi che soddisfino le esigenze dell'azienda e le aspettative dei nostri stakeholder.

Condurre un'attività di doppia materialità regolarmente risulta fondamentale per approfondire dove effettivamente impattiamo e per creare un maggiore coinvolgimento con i soggetti o gruppi di stakeholder interessati, che si sentono in questo modo valorizzati e collaborano in modo più attento al raggiungimento dei progressi di Pasticceria Filippi. La valutazione finanziaria condotta nel 2024 ha ampliato il raggio di analisi delle tematiche di sostenibilità, includendo aspetti che nelle annualità precedenti non erano state considerati e avviando progetti di prevenzione e riduzione dei rischi.

L'attività è stata realizzata dal Team Sostenibilità, includendo consulenti esterni con competenze in ambito ESG e il vertice aziendale, al fine di ampliare le prospettive sul piano economico finanziario della Pasticceria Filippi.

Il Team Sostenibilità ha lavorato per aggiornare l'elenco dei temi stilato nelle annualità precedenti alla luce degli eventi accaduti nel corso degli ultimi anni e del contesto esterno all'azienda. Questa nostra prima riflessione e declinazione dei macro-temi significativi si è affiancata ad un'attenta valutazione interna degli impatti, dei rischi e delle opportunità (IRO) che già coinvolgono o potenzialmente possono riguardare l'azienda, partendo dall'elenco delle questioni di sostenibilità proposto all'interno dell'appendice B dello standard di rendicontazione volontario per piccole imprese non quotate (VSME<sup>6</sup>), incrociando pertanto le risultanze di un primo approccio "bottom-up", che prevede un processo di analisi che parte dalla situazione specifica della nostra azienda, con un affinamento "top-down" di ricongiunzione con i temi suggeriti dallo standard europeo VSME. Lo standard di rendicontazione è infatti ritenuto uno strumento e uno stimolo di analisi e definizione delle strategie future fondamentali al fine di garantire stabilità, proattività e resilienza dell'impresa all'interno di un sistema economico-sociale quantomai critico e incostante.

L'analisi di doppia materialità, o "doppia rilevanza", chiede all'azienda di considerare sia la rilevanza dell'impatto sia la rilevanza finanziaria di ogni questione di sostenibilità. Secondo il concetto di doppia materialità, così come

definito dalla direttiva europea di rendicontazione di sostenibilità CSRD, sono definiti come materiali:

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

La valutazione deve prendere in considerazione non



L'attività di analisi di materialità trova un suo compimento in due passaggi fondamentali per la creazione di una strategia efficace ed efficiente:

**Follow up 01:** La definizione di politiche e azioni future funzionali a costruire i passaggi necessari per ottenere i risultati attesi dalle aspettative aziendali e degli stakeholder

**Follow up 02:** La comunicazione e la condivisione dei progressi

#### Fase 01 – Individuazione di temi materiali

In prima istanza abbiamo creato un elenco dei temi utilizzando gli elenchi dei temi materiali delle materialità precedenti e attingendo da questionari di rating e da altra letteratura in materia ESG. In questo modo abbiamo costruito una mappatura abbondante di tematiche riconosciute generalmente come materiali dalle quali avviare la nostra riflessione e indagine di materialità.

#### Fase 02: Analisi degli IRO e assegnazione significatività dell'azienda

Per valutare la significatività di ciascun tema individuato all'interno della fase 01, ci siamo ispirati alla procedura delineata nelle linee guida rilasciate da Efrag<sup>7</sup> per l'analisi di doppia materialità richiesta dagli standard ESRS. Abbiamo creato un foglio di lavoro all'interno del quale le tematiche sono state raggruppate per sfera ESG di appartenenza (Ambiente, Sociale, Governance) e poi ricondotte, dove possibile, all'interno dei Topic descritti all'interno dell'appendice B<sup>8</sup> dello standard VSME. Il livello di analisi è stato quindi sdoppiato per soddisfare le due prospettive di indagine: quella di impatto e quella di rischio/opportunità. Ogni tematica è stata quindi affrontata secondo la logica di impatto negativo effettivo o potenziale, impatto positivo effettivo o potenziale, rischio potenziale e opportunità potenziale, determinando anche nel caso di rischi/opportunità il fattore economico/finanziario coinvolto. Nello specifico, nella valutazione finanziaria si

solo la prospettiva interna, ma anche il punto di vista degli stakeholder che attraverso le modalità descritte precedentemente informano e partecipano alla definizione di strategie finalizzate a prevenire o contenere rischi così come a cogliere prospettive di sviluppo fondamentali per la crescita del business.

Il processo implementato dal Team Sostenibilità per la doppia materialità si può riassumere in 4 fasi:

è tenuto conto di come il tema influenza o può influenzare positivamente (opportunità) o negativamente (rischio) il fatturato dell'azienda, la marginalità e la reputazione, quest'ultimo elemento particolarmente delicato visto lo status giuridico di Società Benefit e il marchio B Corp per i quali l'azienda è stata pioniera in Italia nel 2016. L'analisi è stata condotta con un calcolo matematico andando a delineare un profilo di rilevanza per ogni tematica che ha consentito di ricondurre le riflessioni e le considerazioni sviluppate ad un parametro numerico oggettivo. Questo con la finalità di ottenere un risultato chiaro e comprensibile dei risultati, adatto a definire una lista di temi prioritari da sottoporre a valutazione da parte degli stakeholder interessati.

#### Fase 03: Attività di stakeholder engagement

Le tematiche risultanti come significative, o materiali, dal punto di vista dell'azienda a seguito dell'analisi degli impatti, dei rischi e delle opportunità, sono poi state oggetto di confronto con gli stakeholder interessati secondo le modalità previste dalla strategia di engagement ([I nostri stakeholder](#)). La scelta di relazionarsi con gli stakeholder soprattutto attraverso incontri dedicati ci ha consentito di raccogliere oltre al parametro oggettivo utile per ottenere una comparazione agile, anche una valutazione qualitativa approfondita e l'individuazione di altre tematiche non incluse nell'elenco, ma considerate quindi tematiche aggiuntive.

#### Fase 04: Elaborazione e valutazione dei dati

La quarta fase vede l'aggregazione dei risultati dell'analisi di rilevanza dell'azienda con quanto emerso dalle consultazioni con gli stakeholder. In questo modo è possibile definire un unico elenco di temi materiali prioritari sotto il profilo di impatto e/o finanziario, cioè di quelle questioni di sostenibilità che superano la soglia stabilita come riferimento oltre al quale il tema è da considerare materiale. A queste tematiche sono state aggiunte quelle suggerite dagli stakeholder come temi extra da considerare nello sviluppo delle strategie future.

#### I nostri principali Impatti, Rischi e Opportunità (IRO)

<sup>3</sup> La CSRD considera l'analisi di materialità il punto di partenza per la rendicontazione di sostenibilità secondo gli standard ESRS e ritiene che l'analisi di doppia materialità possa determinare se un tema è materiale sotto il punto di vista degli impatti (positivi o negativi, attuali o potenziali) e sotto il profilo finanziario (rischi o opportunità attuali o potenziali).

<sup>4</sup> La CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) è una direttiva dell'Unione Europea che mira a migliorare la qualità, la coerenza e la comparabilità della rendicontazione di sostenibilità da parte delle aziende. È stata proposta dalla Commissione Europea nel 2021 per sostituire la direttiva sulla rendicontazione non finanziaria (NFRD). La CSRD richiede alle aziende di fornire informazioni dettagliate sulle loro pratiche di sostenibilità, inclusi i dati sulle emissioni di carbonio, per promuovere investimenti e processi decisionali sostenibili. In Italia, la CSRD è stata recepita il 25 settembre 2024, attraverso il Decreto Legislativo n. 125 del 6 settembre 2024. Questo decreto ha sostituito il Decreto Legislativo n. 254 del 30 dicembre 2016, che aveva implementato la direttiva sulla rendicontazione non finanziaria (NFRD).

<sup>5</sup> Gli ESRS (European Sustainability Reporting Standards) sono un insieme di principi e linee guida per la rendicontazione delle performance aziendali in termini di sostenibilità.

<sup>6</sup> VSME (Voluntary Sustainability Reporting Standard for non-listed SMEs).

<sup>7</sup> EFRAG IG 1: Materiality Assessment Implementation Guidance [https://www.efrag.org/sites/default/files/sites/webpublishing/SiteAssets/IG%201%20Materiality%20Assessment\\_final.pdf](https://www.efrag.org/sites/default/files/sites/webpublishing/SiteAssets/IG%201%20Materiality%20Assessment_final.pdf)

<sup>8</sup> List of possible sustainability issues

# RISULTATI

Gli IRO sono stati individuati e discussi dalla direzione aziendale con il supporto di una consulenza di sostenibilità esterna basandosi sulla conoscenza profonda da parte dei soci delle dinamiche e del funzionamento dell'azienda oltre che del mercato di riferimento e del contesto di cui l'azienda fa parte.

Abbiamo analizzato e mappato le tematiche affrontate all'interno di un foglio di calcolo; la direzione aziendale ha quindi valutato i temi materiali individuati in precedenza dal punto di vista degli impatti positivi o negativi, effettivi o potenziali, attribuendo un valore numerico alla rilevanza o severità di questi impatti secondo aspetti di entità, portata

e probabilità/irrimediabilità, così come è stato attribuito un valore ai rischi e/o alle opportunità finanziarie. Ogni valutazione è stata contestualizzata anche in un previso arco temporale: breve, medio o lungo, in modo da aiutare la definizione di un piano strategico che avesse priorità differenti.

Lo strumento si è rivelato utile e strategico al fine di anticipare e/o gestire eventi che potrebbero accadere in un futuro più o meno remoto per Pasticceria Filippi. Le considerazioni effettuate sono fondate su una base di ipotesi, sulla storicità aziendale e la padronanza dei dati della direzione aziendale.

tema materiale AREA AMBIENTE	Topic VSME	Impatto negativo effettivo (🟡) positivo effettivo (🟢) negativo potenziale (🔴) o positivo potenziale (🟢)	Rischi (🔴) e/o Opportunità (🟢)
Uso dell'energia	Cambiamento climatico	🟡 dipendenza da fornitori esterni di energia elettrica e gas causa insufficienza impianto fotovoltaico (superficie sul tetto satura) per autoconsumo di energia elettrica e forno di cottura a gas.	🔴 aumento repentino dei costi di energia acquistata che va poi a ridurre l'EBITDA.
Azioni di mitigazione		In ottica di espansione della produzione, progettare una nuova struttura funzionale ad ospitare una buona porzione di pannelli fotovoltaici. Sfruttare gli incentivi 5.0 per l'efficientamento energetico per migliorare la performance energetica del sistema fabbrica e quindi ridurre i costi di acquisto.	Negoziare con il fornitore di energia un prezzo fisso o dei cap di sicurezza. In caso di irreperibilità delle materie prime (gas) si possono convertire i bruciatori del forno per utilizzare fonti energetiche differenti.
Uso delle risorse	Economia Circolare	🟢🔵 Rispetto alle alternative sul mercato, si preferisce l'acquisto di packaging riciclabile e facilmente smaltibile, anche in fase di progettazione dell'incarto si considera quali materiali scegliere per ridurre i rifiuti e prediligere materiali riciclabili. 🟢 Limitare gli scarti alimentari, inevitabilmente generati per mancato raggiungimento di parametri qualitativi/estetici, re-immettendoli nel mercato anche attraverso canali di distribuzioni dedicati a favore di persone svantaggiate.	🔴 Eventuali carenze, difficoltà di reperimento o aumenti dei costi degli ingredienti dovuto a calamità naturali potrebbero compromettere l'offerta di prodotto (ad esempio forzando l'uso di un prodotto alternativo qualitativamente inferiore oppure riducendo la quantità prodotto per mancanza di ingredienti) riducendo il margine o il fatturato a causa di un aumento del prezzo. 🟢 Dare una seconda opportunità al packaging veicolando messaggi di tutela ambientale e sensibilizzazione sulle tematiche ESG per rafforzare la reputazione aziendale. 🟢 Aumento delle vendite del dolce all'olio quando il settore non riesce a reperire burro o il suo prezzo è troppo elevato.
Azioni di mitigazione		Identificare soluzioni di recupero dello scarto alimentare per altre finalità diverse dallo smaltimento.	-Intrattenere con la maggior parte dei fornitori rapporti di lavoro di lunga data che consentono di definire per tempo eventuali operazioni di stock oppure di accordare politiche di prezzo poco impattanti. -Pasticceria Filippi considera l'utilizzo della liquidità come fondo emergenze per limitare eventuali criticità, l'acquisto di polizze assicurative dedicate. -Rischio a breve-lungo periodo è lo stesso perché i cambiamenti sul mercato sono imprevedibili. Identificare prodotti di back up per le materie prime provenienti da Paesi soggetti a disastri ambientali o alimenti a lunga conservazione da poter stoccare e limitare il rischio di deficit di magazzino.

tema materiale AREA SOCIALE	Topic VSME	Impatto negativo (🔴) o positivo (🟢) Effettivo (🟢) o Potenziale (🔵)	Rischi (🔴) e/o Opportunità (🟢)
Benessere dei lavoratori	Forza lavoro propria - condizioni di lavoro	🔴 Nei periodi di picco produttivo la quantità di prodotto stoccato in attesa di essere spedito può trasformarsi in criticità per la sicurezza dei lavoratori perché, per mancanza di spazio, si rischia di occupare le vie di fuga e i punti di accesso a sistemi di sicurezza.	🟢 La riduzione dei mesi di inattività resa possibile da politiche di dilazione dei turni, contratti responsabili e la domanda per il mercato estero, consente al personale stagionale di tornare in azienda stagione dopo stagione, limitando il turnover e ottimizzando il costo del personale.
Azioni di mitigazione		Perfezionare il flusso degli ordini e ipotizzare la costruzione di un nuovo magazzino.	Strutturare un progetto di produzione continuativa.
Diversità e inclusione	Forza lavoro propria - Parità di trattamento e di opportunità per tutti	🟢🔵 Impegno formale a considerare e implementare i concetti di diversità e inclusione nelle procedure di assunzione e nell'organizzazione del personale per concretizzare i principi, offrire maggiori diritti e fidelizzare i dipendenti. 🟢 Per fidelizzare i dipendenti, garantire uguaglianza e limitare il turnover, i lavoratori stagionali beneficiano delle stesse condizioni dei lavoratori fissi, sia per le politiche di supporto al reddito sia per le attività che offrono benessere ai lavoratori.	🔴 I progetti di inserimento lavorativo di soggetti fragili non sempre garantiscono un numero adeguato di persone né competenze adeguate, mettendo in difficoltà la produttività e quindi il fatturato. 🟢 Creare un'alternativa ad un mercato del lavoro critico per mancanza di personale attraverso politiche e pratiche di D&I che stimolano la fidelizzazione e limitano i costi di cambio di personale.
Azioni di mitigazione			Partecipare a più progetti e cercare partner strutturati.
Formazione dei lavoratori		🟢🔵 Nei periodi di fermo produttivo, avendo più tempo a disposizione, si riesce a coinvolgere il personale in attività di formazione trasversale e personale, oltre ai corsi professionalizzanti; questo favorisce la costruzione del team e le relazioni tra colleghi così limita gli errori e aumenta il benessere in azienda.	🟢 La formazione aiuta a ridurre gli errori e a migliorare i risultati con benefici sia sulla marginalità sia sul risultato aziendale. 🔴 Formare lavoratori stagionali che al termine del contratto trovano un'altra occupazione e non rientrano per la stagione successiva disperdendo risorse per la nuova formazione.
Azioni di mitigazione			Creare delle condizioni contrattuali e di welfare che fidelizzano i lavoratori
Sviluppo economico del territorio e impatti sulla comunità	Comunità Interessate - Diritti economici, sociali e culturali delle comunità	🟢 Per quanto possibile, soprattutto in riferimento ad alcune materie prime alimentari, le materie prime provengono da fornitori locali per sviluppare e sostenere l'economia del territorio. 🟢 Limitare gli scarti alimentari re-immettendoli nel mercato anche attraverso canali di distribuzione dedicati a favore di persone svantaggiate. 🔵 Contribuire a rafforzare la cultura della sostenibilità e di un sistema economico rigenerativo tramite attività informative e realizzando progetti. 🟢 Con il supporto in donazioni e sponsorizzazioni rivolto a no profit e associazioni sportive e culturali della Comunità, si contribuisce a realizzare attività di sensibilizzazione, di sostegno a diverse categorie di soggetti fragili e di supporto al reddito di enti caritatevoli.	🟢 Il grande impegno che da anni rivolgiamo alla Comunità, attraverso le attività informative e di supporto economico, consolida la nostra vision e aiuta a rafforzare la reputazione aziendale. 🔴 Gli aiuti sono distribuiti a numerose realtà del territorio, senza concentrarsi in pochi destinatari, con il rischio di disperdere energie a fronte di piccoli risultati frammentati.
Azioni di mitigazione			Investire e lavorare correttamente nella comunicazione. Monitorare gli effetti dell'attività filantropica.
Sensibilizzazione di clienti e comunità sulle tematiche di sostenibilità ESG	Consumatori e utilizzatori finali - Inclusione sociale dei consumatori e/o degli utilizzatori finali	🟢 Sensibilizzazione ai consumatori di tematiche di sostenibilità e di qualità/caratteristiche di materie prime utilizzate per stimolare una domanda più consapevole e responsabile. 🔵 Aumentare la diffusione di una cultura di acquisto responsabile attraverso la divulgazione del modello benefit, per alimentare un mercato sano e proiettato nel futuro.	🔴 Errori nella comunicazione per mancato aggiornamenti normative ESG che inducono un danno reputazionale. 🟢 Aumento del fatturato per fidelizzazione del cliente e soddisfazione delle esigenze di acquisto di consumatori responsabili.
Azioni di mitigazione			Formazione e assistenza da parte di specialisti.

tema materiale AREA	Topic VSME	Impatto negativo (☹️) o positivo (😊) Effettivo (🟢) o Potenziale (🟡)	Rischi (🔴) e/o Opportunità (🟢)
GOVERNANCE Reputazione aziendale	Condotta d'impresa	🟢 L'azienda si propone come esempio per altre PMI nel territorio condividendo know-how ed esperienze.	<ul style="list-style-type: none"> <li>🔴 Comunicare in modo non trasparente performance di sostenibilità può ledere la reputazione aziendale.</li> <li>🔴 Differenziarsi in un contesto sempre più attento e dove le performance ESG creano il vantaggio competitivo.</li> <li>🟢 Differenziarsi nel mercato, essere punto di riferimento anche per altre aziende, potenziali clienti o fornitori per creare un network positivo e una catena del valore sorretta da mutuo beneficio.</li> </ul>
			<p>Azioni di mitigazione</p> <p>Mantenere la certificazione B Corp restituisce una valutazione oggettiva delle performance e una distinzione tra altre aziende. Implementare strategie ESG proiettate al futuro, essere sempre aggiornati sul contesto.</p>
Gestione dei rapporti con i fornitori		<ul style="list-style-type: none"> <li>🟢 Stimolare l'implementazione di politiche e azioni con finalità ESG all'interno della supply chain attraverso fornitori in attività di formazione e sensibilizzazione per aiutarli ad evolvere.</li> <li>🟢 Supportare piccoli produttori rispetto a grandi aziende e multinazionali per favorire l'economia del territorio tipica del tessuto economico italiano.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>🔴 Perdere improvvisamente un fornitore strategico a causa del mercato difficile creando discontinuità produttiva.</li> <li>🔴 Il volume di produzione molto inferiore rispetto ai grandi produttivi industriali, rischia di far subire cambiamenti repentini di prezzo senza avere tanto potere d'acquisto.</li> <li>🟢 Valutare i fornitori anche sotto il profilo ESG consente di rafforzare il proprio impatto e aumentare il valore della reputazione allargata alla catena del valore.</li> </ul>
			<p>Azioni di mitigazione</p> <p>Individuare dei fornitori di back up con un prodotto accettabile. Coinvolgere i fornitori della strategia comunicativa ESG dove Pasticceria Filippi è all'avanguardia aumentando così l'importanza del rapporto.</p>

Le valutazioni effettuate hanno suggerito la rilevanza di temi quali **diversità ed inclusione, formazione dei lavoratori, sviluppo economico del territorio e impatti sulla comunità, sensibilizzazione di clienti e comunità sulle tematiche di sostenibilità ESG e gestione dei rapporti con i fornitori.**

Sotto il **profilo ambientale**, Pasticceria Filippi possiede già una gestione valutata efficiente e attenta all'ambiente, che pertanto non risulta particolarmente impattante. Da anni l'azienda lavora per ridurre al limite possibile le emissioni e si è impegnata in un progetto di compensazione delle emissioni residue con un piano pluriennale. Tuttavia, consapevoli delle emergenze climatiche che il Pianeta sta affrontando e dovrà contenere nei prossimi anni, la nostra azienda riconosce una significatività di contesto socioeconomico anche a queste tematiche, in particolare verso gli ambiti dell'uso dell'energia e dell'approvvigionamento delle materie prime, i rifiuti e lo smaltimento del prodotto a fine vita. Tutte queste si confermano tra gli obiettivi principali da curare nei prossimi anni per contribuire a ridurre qualsiasi effetto negativo che un'attività produttiva come la nostra può causare sull'ambiente. Il lavoro di sensibilizzazione e coinvolgimento nelle tematiche di sostenibilità proposto

ai fornitori si pone come obiettivo la trasformazione del sistema economico da un modello estrattivo a un modello rigenerativo al suo interno, pur riconoscendo il ruolo marginale di un'azienda artigianale in un contesto di mercato, quello alimentare, dove le regole sono dettate da grandi player. Rispetto al contesto analizzato nel 2023, si prende atto di come la fluttuazione dei prezzi delle materie prime legata a dinamiche climatiche soprattutto di siccità stia divenendo un problema cronico che difficilmente potrà incontrare un nuovo equilibrio nel medio termine.

Le questioni che riguardano la **sfera sociale** sono di grande interesse dimostrando come l'azienda, in particolare per il ruolo di amplificazione dei messaggi di cura delle persone che persegue da sempre ma soprattutto dalla trasformazione in Società benefit e dall'ottenimento del marchio B Corp, sia un soggetto ad alto impatto positivo sulla società e sul territorio. Molte sono le attività ad impatto positivo che colpiscono vari strati sociali: dai lavoratori, in particolare categorie fragili con barriere all'occupazione, ai fornitori considerati come un'estensione delle operation, alla comunità locale intessuta di associazioni e progetti che reggono la società sulla quale si regge tutto il mondo dell'impresa, alle scuole dove si vuole prima di tutto

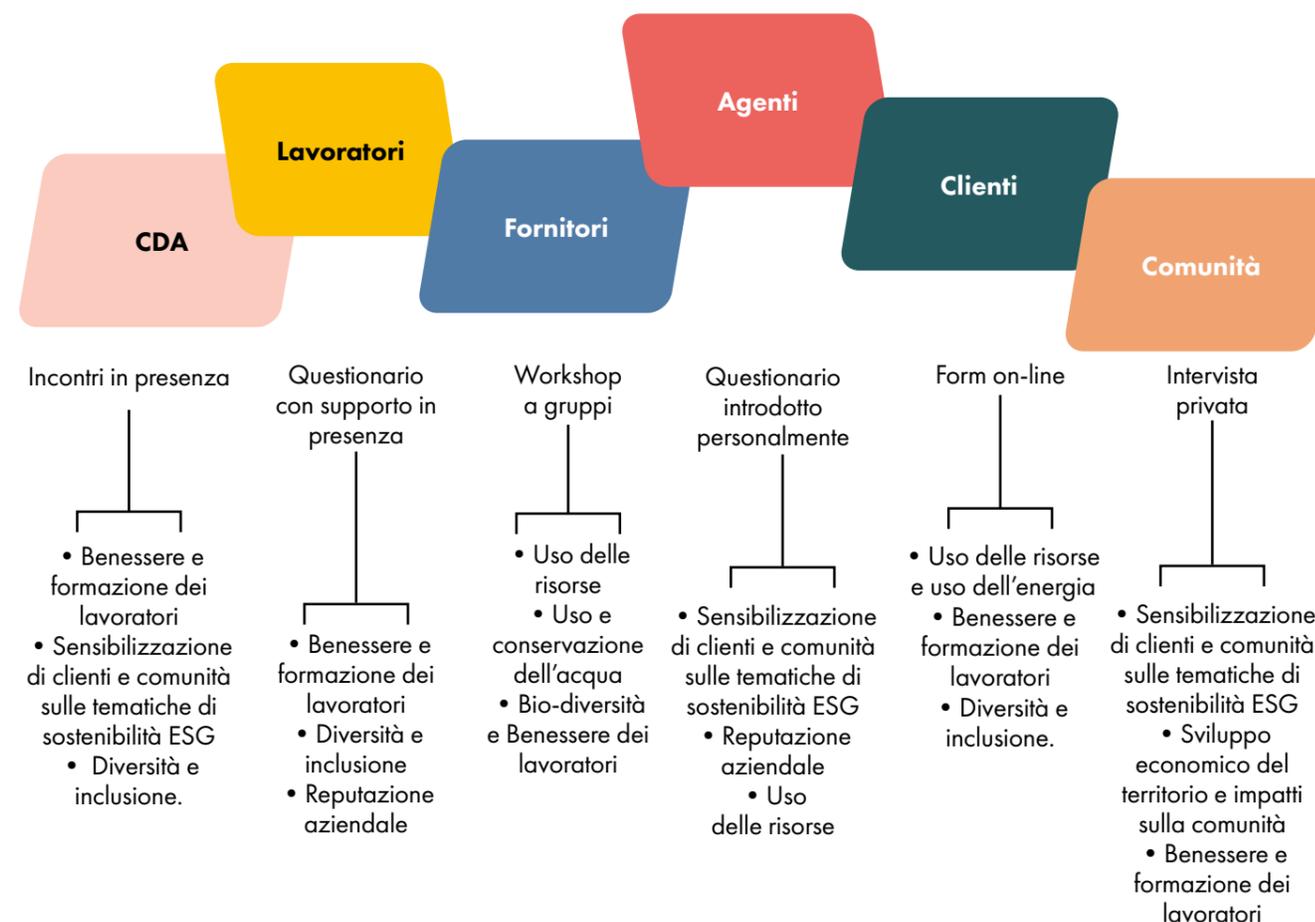
ascoltare per comprendere le esigenze degli abitanti di domani e cooperare per promuovere comportamenti virtuosi, fino al consumatore finale informato ed educato attraverso la comunicazione sui canali web così come con il packaging del prodotto stesso. Le tematiche D&I in passato trattate senza una vera e propria strategia, sulla spinta del fattore valoriale e di principi etici, divengono ora un aspetto di rilievo sia in quanto connesse alla reperibilità di forza lavoro, sia in quanto particolarmente radicata in azienda e quindi perno sul quale anche la certificazione B Corp riconosce un grande valore di impatto positivo realizzato dalla Pasticceria.

**Il punto di vista dei nostri stakeholder principali**

L'indagine svolta con i nostri gruppi stakeholder è stata sviluppata come illustrato nel capitolo dedicato allo stakeholder engagement ([I nostri Stakeholder](#)). Si è ritenuto

opportuno interrogare gli stakeholder sulle tematiche a loro più inerenti in termini di impatto o comunque verso le quali hanno strumenti adatti a formulare un'opinione. Di conseguenza i risultati raccolti esprimono una valutazione dettata da una conoscenza delle attività e delle politiche presenti in azienda, cercando di limitare quindi giudizi fondati su supposizioni. Questo metodo ha consentito una raccolta di pareri più veritieri e rispondenti ai fatti in quanto pertinenti, e ha dato modo di far emergere altre tematiche non rilevate dall'azienda e che quindi il team sostenibilità ha poi discusso e valutato di includere come tema materiale aggiuntivo (chiamati entity specific) assieme al vertice aziendale.

Nello specifico, è possibile riassumere nel grafico qui sotto le tre tematiche a impatto più significativo per ciascuna categoria di stakeholder e la modalità di interazione rispetto all'analisi di materialità:



Dalle attività di engagement realizzate con gli stakeholder sono emerse questioni di sostenibilità che l'azienda non aveva rilevato come materiali in una fase iniziale, ma che sono state in seguito discusse e valutate. Le tematiche sono:

**Il Passaggio generazionale**

Nel contesto economico italiano, il tema del passaggio generazionale è sentito dagli stakeholder come un potenziale rischio per la stabilità della governance a causa di molte vicende avverse che si sono presentate negli ultimi anni in aziende del territorio a conduzione familiare. Tuttavia, da anni la proprietà di Pasticceria Filippi sta lavorando per assicurare adeguati assetti e garantire continuità produttiva in ogni circostanza. La seconda generazione è presente in azienda da oltre 20 anni dimostrando competenze ed esperienze trasversali, oltre ad aver avviato un processo di riorganizzazione delle funzioni in modo da decentrare e costruire una struttura più manageriale.

**Biodiversità**

Nel settore alimentare il tema della biodiversità risulta particolarmente significativo in quanto strettamente connesso con il settore agricolo, la destinazione di aree naturali a monocultura e di pesticidi e altri prodotti potenzialmente inquinanti. Pasticceria Filippi non ha un potere d'acquisto così elevato da poter condizionare le pratiche di coltivazione in origine della materia prima; tuttavia, lavora costantemente per sensibilizzare la propria supply chain e conduce indagini per valutare politiche e pratiche implementate con lo scopo di privilegiare fornitori più responsabili. La scelta dei prodotti, soprattutto per quanto riguarda le materie prime alimentari, considera quindi anche fattori di tutela della biodiversità.

Tutti i temi considerati materiali da Pasticceria Filippi e/o dai propri stakeholder rientrano nella definizione della strategia di sostenibilità dei prossimi anni. Risulta comunque utile assegnare un ordine di priorità alle tematiche risultanti materiali, come evidenziato all'interno della tabella di seguito rappresentata:

tema materiale	materialità di impatto						materialità finanziaria	
	stakeholder							
	CdA	Agenti	Comunità	Lavoratori	Clienti	Fornitori		Referenti finanziari
Benessere e formazione dei lavoratori								
Sensibilizzazione di clienti e comunità sulle tematiche di sostenibilità ESG								
Diversità e inclusione								
Reputazione aziendale								
Uso delle risorse								
Uso dell'energia								
Sviluppo economico del territorio e impatti sulla comunità								
Gestione dei rapporti con i fornitori								
Passaggio generazionale (entity specific)								
Biodiversità (entity specific)								

LEGENDA PRIORITÀ	***	**	*	TEMA NON AFFRONTATO
------------------	-----	----	---	---------------------

Tabella Temi Materiali: Illustra i temi materiali individuati inizialmente come argomenti significativi per Pasticceria Filippi (asse Y) e gli stakeholder significativi dell'azienda (asse X).

I risultati delle consultazioni svolte con gli stakeholder hanno sorprendentemente restituito una fotografia delle tematiche sentite come più significative dal punto di vista degli impatti perfettamente allineata con la lettura interna aziendale condotta dal consiglio di amministrazione. "Benessere e formazione dei lavoratori", "Sensibilizzazione di clienti e comunità sulle tematiche di sostenibilità ESG" e "Diversità e Inclusione" risultano tra le questioni di sostenibilità che l'azienda è invitata a perseguire con maggiore slancio, accogliendo perfettamente lo spirito del movimento B Corp e delle Società Benefit per stimolare un sistema economico più responsabile, equo e inclusivo.

Le tematiche ambientali trovano sempre spazio di miglioramento, tuttavia il percorso di decarbonizzazione ed efficientamento messo in essere negli scorsi anni sta restituendo la fiducia da parte degli stakeholder sull'impegno che l'azienda a prescindere ripone verso il tema del Climate Change.

In una visione più d'insieme, appare evidente come le tematiche che riguardano la forza lavoro dell'azienda siano al centro dell'interesse condiviso tra tutti. Questa spinta deriva probabilmente dalla natura stessa di Pasticceria Filippi: impresa a conduzione familiare, artigiana, che fa del lavoro manuale il suo punto di forza per la cura del prodotto e del servizio offerto al cliente. Non a caso, quindi, anche da una lettura di rischi e opportunità, lavorare sul benessere dei lavoratori, della

comunità in cui l'azienda è inserita e una continuità nella manodopera, sono tutti aspetti che richiedono impegno nel breve così come nel lungo periodo.

**I prossimi passi**

Questa analisi di materialità ci ha permesso di mettere a fuoco e comprendere da diverse prospettive gli ambiti all'interno dei quali è fondamentale che Pasticceria Filippi assuma in atteggiamento proattivo velocemente e capire anche quali aspettative riporre nei nostri piani futuri.

Il dialogo con gli stakeholder è indubbiamente lo strumento più utile per inquadrare le priorità e avere una lettura completa delle nostre performance. Per questo motivo, per il futuro ci impegniamo a mantenere il dialogo aperto e attivo, auspicando ad una maggiore apertura del bacino di stakeholder coinvolti e un approfondimento delle tematiche affrontate, in modo da dare ai nostri stakeholder strumenti e informazioni più accurate per poter offrire una prospettiva funzionale alla stesura di strategie efficaci. Allo stesso modo, la prospettiva finanziaria consente una lettura diversificata e funzionale a svolgere una pianificazione accurata delle implicazioni che le varie questioni hanno sul risultato economico. L'intenzione è pertanto quella di approfondire il dialogo con le figure competenti a dare una valutazione in termini di rischi e opportunità e contribuire alla costruzione di un'impresa resiliente e proattiva.



## RELAZIONE D'IMPATTO 2024

## GLI OBIETTIVI DI BENEFICIO SPECIFICO RISULTATI 2024 E OBIETTIVI 2025

### ASSUNZIONI CHE SVILUPPANO L'INCLUSIONE SOCIALE

Con la prima finalità di beneficio comune indicata a statuto, Pasticceria Filippi intende ottenere un impatto positivo sulla società e sul personale che lavora in azienda contribuendo, con le proprie politiche e le proprie azioni, a combattere le discriminazioni nei confronti di persone fragili o appartenenti a categorie svantaggiate, stimolando e favorendone l'inserimento nel mondo lavorativo, anche come forma di emancipazione ed empowerment.

Nel 2024 è proseguito il progetto "Energia Donna Plus" in collaborazione con Women For Freedom con l'obiettivo di sostenere donne del territorio in situazione di disagio economico, sociale e umano dando la possibilità di avere un'esperienza lavorativa all'interno di Pasticceria Filippi e di conseguenza di reinserirsi in un contesto sociale oltre al fatto di ottenere uno stipendio economico, motivo di autonomia.

La stagionalità della produzione in azienda non ha consentito l'inserimento di nessuna figura individuata dagli sportelli comunali nel corso del 2024. Tuttavia, con l'esperienza del primo anno il progetto verrà riproposto nel 2025.

Nel primo semestre del 2024 è stato avviato un secondo progetto di inclusione in collaborazione con Dimensione Impresa srl ed Umana Forma s.r.l. che attraverso un percorso formativo di lingua italiana e professionalizzante si poneva l'obiettivo di favorire l'inserimento nella società,

attraverso il lavoro, di rifugiati provenienti da Paesi stranieri.

Le persone coinvolte nel progetto hanno frequentato un corso di formazione per "addetto produzione e confezionamento alimentare" strutturato in un primo corso di lingua, e successivamente altre 108 ore di corso di sicurezza, sicurezza ed igiene alimentare; infine 6 delle 9 persone selezionate inizialmente hanno accettato di proseguire la formazione con l'inserimento temporaneo in azienda. Grazie a quest'attività 5 rifugiati sono stati inseriti in azienda per la stagione del Natale 2024.

L'indipendenza economica, soprattutto per persone con barriere culturali e croniche al lavoro, è sicuramente un canale preferenziale di inserimento in società, grazie anche alla possibilità di creare legami con altri lavoratori.

Questa esperienza ha messo in risalto il valore dell'integrazione, che stimola il rafforzamento dei valori del rispetto, dell'ascolto e della necessità di creare un modo di relazionarsi con il prossimo. Per supportare la cultura dell'inclusività la direzione ha definito l'intenzione di creare un Comitato D&I dedicato all'ascolto, al dialogo e alla creazione di relazioni sane e fondate sul reciproco vantaggio.

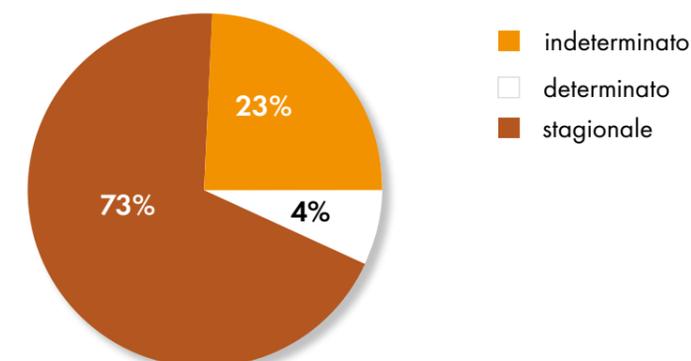
Il lavoro di Pasticceria Filippi segue un andamento stagionale e per tale motivo l'azienda assume tramite agenzie interinali lavoratori stagionali (con contratti a tempo determinato) nei periodi di picco produttivo.

Nella tabella seguente sono rendicontate le caratteristiche generali dei lavoratori presenti in Pasticceria Filippi nel corso del 2024. I contratti di lavoro variano da 40 ore settimanali fino a 20 ore settimanali.

Tipo di contratto	Totale	Uomini <sup>9</sup>	Donne	Stranieri <sup>10</sup>	>50 anni	< 25 anni
Indeterminato	28	16	12	3	7	0
Determinato	5	1	4	1	2	0
Stagionale	90	5	85	31	43	3
<b>Totale</b>	<b>123</b>	<b>22</b>	<b>101</b>	<b>35</b>	<b>52</b>	<b>3</b>

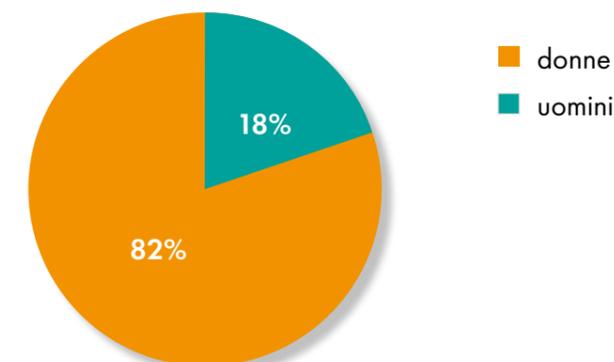
Il grafico seguente rappresenta la percentuale di lavoratori con contratto indeterminato, determinato e stagionale presenti in Pasticceria Filippi nel corso del 2024.

#### Tipo di contratto



Il grafico seguente mostra il genere<sup>11</sup> dei lavoratori di Pasticceria Filippi nel 2024.

#### Genere



OBIETTIVO 2024	RISULTATO ● obiettivo raggiunto ● obiettivo non raggiunto	OBIETTIVI 2025
Aggiornamento della Recruiting Policy	● Il progetto di revisione è stato iniziato ma non completato	<ul style="list-style-type: none"> <li>Terminare la revisione della Recruiting Policy</li> <li>Costituire il Comitato D&amp;I</li> </ul>
Attività di sensibilizzazione e informazione interna ed esterna	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Pubblicazioni social dedicate alla cooperazione</li> <li>● 1 incontro formativo di fine anno per i lavoratori</li> </ul>	Percorso formativo strutturato per i lavoratori di Pasticceria Filippi sulle tematiche di Diversità, Inclusione, Parità di genere, Rispetto, Comunicazione, Gestione dei conflitti.
Proseguo del progetto "Energia Donna Plus" con Women for Freedom Avviamento di un nuovo progetto per l'inserimento in azienda di lavoratori stranieri per favorirne l'indipendenza economica e l'integrazione nella comunità.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Finalizzazione del progetto "Energia Donna Plus<sup>12</sup>" con Women For Freedom e gli sportelli comunali.</li> <li>● Avviamento del nuovo progetto con Dimensione Impresa e Umana.</li> </ul>	Mantenere attivi i progetti pendenti e creare delle policy dedicate con più partner per formalizzare gli intenti dell'impresa a favore dell'inclusione.

<sup>9</sup> Informazione sul genere ottenuta da documenti d'identità

<sup>10</sup> Sono considerati stranieri i lavoratori aventi nazionalità diversa da quella italiana

<sup>11</sup> Informazione sul genere ottenuta da documenti d'identità

<sup>12</sup> <https://www.womenforfreedom.org/progettiitalia/>

## FAVORIRE LA FORMAZIONE E LA CRESCITA DEL PERSONALE

Con questo secondo obiettivo Pasticceria Filippi lavora per ottenere un impatto positivo verso la propria forza lavoro, in particolare sostenendo la crescita delle persone attraverso esperienze formative di vario tipo: professionali, trasversali e personali. Il luogo di lavoro si configura pertanto come un ambiente rigenerativo dove le persone migliorino ed espandano le proprie competenze lavorative così come le proprie competenze trasversali e le abilità personali, oltre alle necessità legate al lavoro svolto in Pasticceria Filippi nella convinzione che persone più motivate, soddisfatte e consapevoli siano lavoratori più sereni e produttivi in grado di trasferire positività anche fuori dal contesto lavorativo.

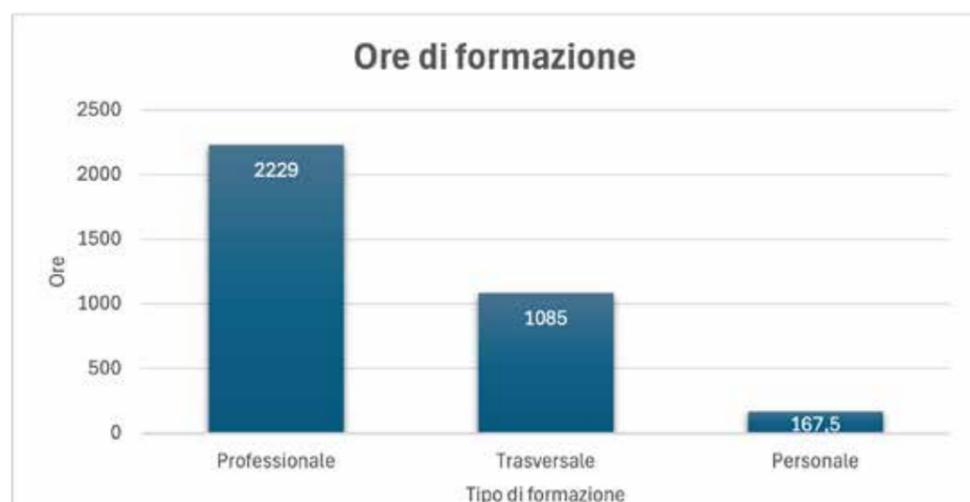
Merita un appunto l'attenzione rivolta ai lavoratori stagionali, che sebbene formalmente non siano assunti direttamente dall'azienda, a tutti gli effetti godono delle stesse opportunità formative di tutti i lavoratori.

Nel 2024 Pasticceria Filippi ha erogato un totale di 3481,5 ore di formazione suddivise tra formazione professionale (2229 ore), formazione trasversale (1085 ore) e formazione personale (167,5 ore). Complessivamente la quantità di ore è aumentata rispetto al 2023.

Nel grafico seguente è rappresentato il numero medio di ore di formazione annuali per dipendente, suddivise per genere.



Nel grafico seguente sono rappresentate le ore di formazione erogate nel 2024 suddivise per formazione professionale, trasversale e personale.



Alcuni dei corsi o delle attività formative portate a termine nel 2024 sono state:

- **Corso di panificazione:** nonostante Pasticceria Filippi non produca panificati è stato proposto in azienda un corso di approfondimento sul tema della panificazione, che ha permesso ai partecipanti di ampliare le proprie conoscenze e competenze su questo ambito, oltre ad aver creato occasione di confronto e di team building.
- **Percorso di affiancamento con un Fractional Manager esperto in organizzazione e comunicazione aziendale:** sono stati proposti una serie di appuntamenti continuativi per andare prima a rilevare le dinamiche di gruppo, e poi a formalizzare procedure e istruzioni condivise tra tutti per una migliore gestione dei processi e della comunicazione intra reparto e tra reparti;
- **Corso di gestione del tempo:** realizzato da un professionista esterno, ha trasferito strumenti pratici e

nozioni teoriche per capire come organizzare la propria giornata sia lavorativa sia personale, al fine di aumentare l'efficienza, la soddisfazione e ridurre lo stress;

• **Evento Formativo di fine anno:** durante il consueto evento di fine anno, la proprietà ha condiviso andamento finanziario, traguardi e progetti futuri; a seguire sono stati proposti molteplici interventi formativi e divulgativi: formazione finanziaria, formazione sul codice etico, sui benefit concessi dall'azienda e la testimonianza dell'OdV Da Spreco a Risorsa che è una delle realtà supportate da Pasticceria Filippi per combattere il problema dello spreco alimentare e della povertà. Infine, è stata data la possibilità di raccontare e condividere il senso di essere Società Benefit con le testimonianze dei lavoratori e l'ascolto di come loro, nella quotidianità, vedono realizzarsi il progetto benefit di Pasticceria Filippi.



OBIETTIVO 2024	RISULTATO	OBIETTIVI 2025
Effettuare una valutazione delle soft skills del personale aziendale. Approfondire le dinamiche di gruppo e individuali con un percorso guidato da un professionista con lo scopo di aumentare il benessere personale e il senso di squadra.	● Obiettivo raggiunto ● Completata	Proseguire con il percorso di valutazione del personale aziendale e di affiancamento nella gestione dei processi e della comunicazione interna.
Mantenere un monte ore di formazione pari o superiore a quanto erogato nell'annualità precedente.	● Obiettivo raggiunto	Mantenere un monte ore di formazione pari o superiore a quanto erogato nell'annualità precedente.
Dedicare tempo di lavoro ad incontri di formazione professionale, trasversale e personale: • corso di panificazione • corso di approfondimento sui grandi lievitati • formazione sul tema "curarsi con una sana alimentazione" • corso sulla gestione del tempo • approfondire tematiche legate ad aspetti sociali, diversità e inclusione.	● Obiettivo raggiunto parzialmente (la formazione sulla sana alimentazione non è stata erogata causa inadeguatezza degli spazi aziendali per la proposta formativa)	Erogare proposte formative professionalizzanti e anche di sviluppo competenze trasversali e personali. In particolare, coinvolgere gruppi di lavoratori in incontri dedicati ai temi della parità di genere, diversità, inclusione e gestione dei conflitti.
Organizzare almeno 1 incontro dedicato alla cultura aperto alla comunità e agli stakeholder esterni.	● Evento pubblico "Dare alla Luce"	Organizzare almeno 1 incontro formativo aperto alla comunità e agli stakeholder esterni.

**Dare alla Luce** è stato il primo evento culturale organizzato da Pasticceria Filippi all'interno dello stabilimento produttivo. L'idea, nata da una passione per l'arte industriale condivisa tra i soci e l'architetto Broglio, è stata proposta come evento aperto alla comunità per diffondere un tipo di arte, quella di Claudio Leonardi, che combina creatività e sostenibilità, realizzando opere e

lampade con oggetti di vario tipo, spesso consegnando ad uno strumento di lavoro un ruolo nuovo, quello appunto di dare alla luce la possibilità di esprimersi in forme, colori e intensità differenti. L'evento è stato occasione di divulgazione del ruolo delle imprese nel contesto sociale e del modello delle Società Benefit.

# DARE alla LUCE

Giovedì 07.03 ore 20:30

Pasticceria Filippi, Studio Massimo Broglio e Ubik Art Direction Studio vi invitano al dopocena immerso nelle luci dell'artista Claudio Leonardi

DJ Set e degustazione di colombe pasquali e vini selezionati

Visita guidata allo stabilimento di Pasticceria Filippi

Dove? Pasticceria Filippi  
Via Monte Pasubio 96a, Zanè  
\*entrata laterale



## PROMUOVERE LA FELICITA' DEL PERSONALE

Questa finalità della Società Benefit ha uno scopo ben chiaro e un impatto dichiarato apertamente. Ci sono tantissime sfumature che raccontano l'impegno dell'azienda nel promuovere la felicità del personale, quelle più materiali che passano attraverso le politiche di welfare e supporto al reddito, ma anche quelle più esperienziali come le proposte formative e il lavoro quotidiano nel creare un ambiente sereno e dove tutti possono esprimersi e realizzarsi liberamente.

La revisione del Manuale del Lavoratore ultimata nel 2024 è certamente un modo concreto di dimostrare e formalizzare i diritti dei lavoratori, con trasparenza e con la volontà di mettere tutti nelle condizioni di conoscere l'azienda all'interno della quale prestano lavoro e che contribuiscono in prima persona a rendere un ambiente positivo. In questo documento sono contenute le informazioni utili ad ogni lavoratore per conoscere la realtà aziendale di Pasticceria Filippi, sono enunciati i principi sui quali si fonda l'impresa e condivisi con tutti i lavoratori. Nel corso del 2024 è stato utilizzato con una buona regolarità il maxischermo informativo per diffondere informazioni, notizie, promemoria e dare annunci a tutti i lavoratori. Dal 2024 inoltre lo strumento del maxischermo è servito per realizzare sondaggi e

raccogliere feedback dai lavoratori attraverso form on line collegati a QR code proiettati sullo schermo. In questo modo è stato possibile raccogliere in forma anonima informazioni di varia entità dai lavoratori.

A livello contrattuale, anche nel 2024 si è preferito richiamare la quasi totalità del personale stagionale assunto per il Natale 2023 anche per la Pasqua, sebbene la necessità sia inferiore, distribuendo le ore tra tutti i lavoratori in modo da dare il più possibile continuità anche al personale stagionale.

Questa modalità di gestione sarà riproposta nel 2025, unitamente al progetto di lancio della linea continuativa dei dolci da forno: i Panettoni estivi e i lievitati In-Piè. La linea continuativa si pone l'obiettivo di ridurre l'alternanza di lavoro tra le due stagioni Pasqua e Natale e riuscire nel tempo a gestire in modo più lineare la richiesta di manodopera.

Per migliorare il benessere delle persone, nel 2024 sono stati realizzati spogliatoi nuovi per il personale femminile: aree climatizzate con ricambio d'aria per dare il massimo comfort.

OBIETTIVO 2024	RISULTATO ● obiettivo raggiunto ● obiettivo non raggiunto	OBIETTIVI 2025
<ul style="list-style-type: none"> <li>Mantenimento della stessa gestione contrattuale.</li> <li>Su input del personale, organizzare il lavoro del reparto incarto su due turni per favorire una gestione migliore del tempo di lavoro rispetto alle esigenze personali.</li> </ul>	● Obiettivi raggiunti	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mantenimento della stessa gestione contrattuale per la Pasqua</li> <li>Avvio progetto linea continuativa per ridurre l'alternanza di lavoro nel medio periodo (obiettivo 2028)</li> </ul>
Mantenimento delle politiche in essere per garantire delle linee di comunicazione anonime e sicure per segnalare eventuali problematiche da affrontare.	● Obiettivo raggiunto	Costituzione del Comitato D&I
Ulteriore approfondimento con un professionista esperto di organizzazione aziendale per attivare processi di miglioramento del clima aziendale e di efficientamento.	● Realizzato un percorso di formazione dedicato	Formazione e affiancamento sul miglioramento dell'organizzazione, della comunicazione e dei processi
Effettuare almeno 1 rilevazione della soddisfazione e del benessere dei lavoratori, coinvolgendo il numero maggiore possibile di persone.	● Obiettivo raggiunto	Effettuare almeno 1 rilevazione della soddisfazione e del benessere dei lavoratori, coinvolgendo il numero maggiore possibile di persone.
Utilizzo del maxi-monitor per attività informative ma anche per raccogliere feedback attraverso sondaggi con QR code proiettato, con lo scopo di coinvolgere e soddisfare le aspettative.	● Obiettivo raggiunto	Utilizzo del maxi-monitor per attività informative ma anche per raccogliere feedback attraverso sondaggi con QR code proiettato, con lo scopo di coinvolgere e soddisfare le aspettative.
/	/	Installazione climatizzazione di un'area dello stabilimento produttivo particolarmente calda nei mesi estivi



## SVILUPPARE PROGRAMMI DI WELFARE AZIENDALE

Il welfare non è solo un supporto integrativo al reddito per i lavoratori di Pasticceria Filippi, ma è anche un aiuto al nucleo familiare di ciascun lavoratore, potendo infatti estendere l'utilizzo del credito anche ai familiari più stretti, ad esempio per l'acquisto di abbonamenti di trasporto pubblico, libri di testo, rette scolastiche, attività sportive, eccetera. La scelta di Pasticceria Filippi di utilizzare la piattaforma TreCuori Società Benefit si fonda da un lato per la praticità (avendo un'interfaccia user friendly),

dall'altro perché questa consente a ciascun lavoratore di accreditare anche piccole attività commerciali locali e quindi spendere il credito welfare sul territorio favorendo l'economia locale.

Coerentemente con le politiche di formazione e di gestione degli orari, anche in questo caso la parità di trattamento che l'azienda porta avanti da anni rispetto ai lavoratori stagionali, ha consentito l'attivazione di una piattaforma welfare dedicata anche per loro.

OBIETTIVO 2024	RISULTATO ● obiettivo raggiunto ● obiettivo non raggiunto	OBIETTIVI 2025
Rinnovo Bonus Nascita € 1500 cadauno	● Assegnazione di 3 Bonus Nascita	Bonus Nascita € 1500 <sup>13</sup> cadauno
Mantenimento del premio welfare attraverso la piattaforma TreCuori.	● Obiettivo raggiunto	Mantenimento del premio welfare per dipendenti assunti dall'azienda e stagionali
Mantenimento del contributo aziendale volontario versato al fondo TFR dei lavoratori iscritti a Solidarietà Veneto	● Obiettivo raggiunto	Mantenimento del contributo aziendale volontario <sup>14</sup> versato al fondo TFR dei lavoratori iscritti a Solidarietà Veneto
Mantenimento dell'estensione della polizza Sani-in-veneto al nucleo familiare dei lavoratori dipendenti	● Obiettivo raggiunto	Mantenimento dell'estensione della polizza Sani-in-veneto al nucleo familiare dei lavoratori dipendenti
/	/	Erogazione del Bonus mobilità sostenibile

### Il Bonus Mobilità Sostenibile

Nell'ottica di una riduzione sempre più concreta delle emissioni di CO<sub>2</sub> e di un maggiore coinvolgimento dei dipendenti nella strategia di sostenibilità aziendale, Pasticceria Filippi sta valutando l'introduzione di un **Bonus Mobilità Sostenibile** per il 2025.

Questa iniziativa ha l'obiettivo di incentivare modalità di trasporto a basso impatto ambientale per gli spostamenti casa-lavoro, premiando i dipendenti che scelgono soluzioni più sostenibili, come:

- L'utilizzo della **bicicletta** o della micromobilità elettrica (monopattini, e-bike, ecc.).
- L'uso del **trasporto pubblico**, riducendo l'uso dell'auto privata.
- Il **car sharing** tra colleghi, per ottimizzare i tragitti e ridurre il numero di veicoli in circolazione.

Il bonus verrà erogato sotto forma di **incentivo economico o benefit aziendale**, calcolato in base alla modalità di trasporto scelta e alla frequenza di utilizzo. Questo sistema permetterà non solo di **diminuire l'impronta carbonica aziendale**, ma anche di **migliorare la qualità della vita dei**

**dipendenti**, riducendo i costi di trasporto e contribuendo a una mobilità più sicura ed efficiente.

Attraverso questo progetto, Pasticceria Filippi ribadisce il proprio impegno verso l'**Agenda 2030 dell'ONU**, contribuendo direttamente agli **SDG 11 (Città e comunità sostenibili)** e **13 (Azione per il clima)**, e rafforza la propria adesione agli obiettivi del **Green Deal Europeo**, che mira alla neutralità climatica entro il 2050. L'implementazione del Bonus Mobilità Sostenibile rappresenta quindi un ulteriore passo nella strategia aziendale per un futuro più responsabile e attento all'ambiente, coinvolgendo attivamente i dipendenti come protagonisti del cambiamento.

## FAVORIRE LE MATERIE PRIME E L'ECONOMIA DEL TERRITORIO

Con questo obiettivo Pasticceria Filippi intende realizzare un impatto positivo verso il territorio, favorendone lo sviluppo economico e supportando tutte quelle attività culturali, sportive e di supporto a persone fragili che consentono stabilità sociale, miglioramento delle condizioni della popolazione e tutta una serie di servizi e benefici che, anche se indirettamente, consentono alle aziende di operare in un territorio sano e favorevole. In questi tempi non è possibile non considerare l'importanza del supporto delle comunità locali per poter fare impresa in modo adeguato. Prendersi cura della comunità non è pertanto soltanto un gesto etico di valore enorme da parte del tessuto imprenditoriale, ma è soprattutto un atto di responsabilità e di opportunità finanziarie per l'azienda stessa nel lungo periodo.

Dal 2024 si intende misurare e monitorare la percentuale di fornitori di Pasticceria Filippi con un'anzianità superiore ai 60 mesi, in modo da allineare il KPI con quanto indagato

dallo strumento del B Impact Assessment e fornire una rappresentazione chiara e sintetica. Nel calcolo sono inclusi i fornitori che complessivamente rappresentano l'80% della spesa dell'organizzazione.

Rispetto alle donazioni, sponsorizzazioni e contributi erogati nel 2024, la diminuzione registrata va letta assieme al risultato eccezionalmente elevato del 2023. In realtà, l'efficientamento produttivo ottenuto nel 2024 ha consentito una forte riduzione di prodotti di seconda scelta che storicamente sono donati ad associazioni no profit, pertanto venendo meno una quota di questo prodotto il risultato complessivo è ridotto. Rispetto agli obiettivi futuri appare più adeguato considerare una percentuale sul fatturato destinata a donazioni, contributi e sponsorizzazioni come testimonianza dell'impegno continuativo dell'azienda sul territorio.

OBIETTIVO 2024	RISULTATO ● obiettivo raggiunto ● obiettivo non raggiunto	OBIETTIVI 2025
Tutelare i fornitori acquisiti monitorando e preservando rapporti di lunga durata.	● 76% dei fornitori lavora da oltre 60 mesi ● La media dei fornitori è pari a 115,51 mesi	Mantenere o aumentare la % di fornitori con i quali l'azienda ha rapporti da oltre 60 mesi.
Aumentare del 5% il totale delle donazioni, contributi e sponsorizzazioni effettuate nel 2023	● -33%	Destinare a donazioni, sponsorizzazioni e contributi una somma maggiore dell'1% di fatturato.
Ulteriore aumento della quantità di panettoni confezionati dalla Cooperativa Sociale Il Graticolato.	● Obiettivo raggiunto	Mantenimento del personale della Cooperativa Il Graticolato dedicato al confezionamento dei Panettoni Filippi

La Cooperativa il Graticolato confeziona una parte dei dolci di Pasticceria Filippi assegnando il lavoro, quando possibile, a persone appartenenti a categorie protette. Questo accordo fa parte di un progetto avviato molti anni fa e che nel tempo è cresciuto portando un contributo positivo all'interno della Comunità. Nel 2024 n.12 persone della Cooperativa hanno lavorato costantemente tutti i

giorni per un totale di 74 ore giornaliere. Di queste 12, 3 sono persone iscritte alle categorie protette. Nel 2023 il personale dedicato alla produzione per Pasticceria Filippi contava 10 persone di cui 2 appartenenti a categorie protette, per circa 62 ore lavorate al giorno.

<sup>13</sup> Importo lordo inserito nella retribuzione mensile

<sup>14</sup> 1% quota aggiuntiva volontaria che Pasticceria Filippi integra nel fondo

### Il progetto di prevenzione contro il tumore al Seno

Nel 2024 Pasticceria Filippi ha rinnovato l'adesione all'iniziativa proposta da @WelfareCare dedicata alla prevenzione del tumore al seno. Su prenotazione, le donne residenti all'interno del Comune dove si terrà l'evento e che rientrano nei requisiti richiesti, potranno effettuare mammografie ed ecografie gratuite con consegna immediata del referto. L'attività, sottoscritta da Pasticceria Filippi nel 2024, sarà erogata entro i primi mesi dell'anno 2025.

L'iniziativa è dedicata alle donne non incluse nei programmi di screening e consente di effettuare esami diagnostici gratuiti.



Le associazioni, organizzazioni e progetti supportati da Pasticceria Filippi nel 2024 sono:

- ♥ DA SPRECO A RISORSA ODV
- ♥ TREE NATION
- ♥ OASI VILLAGGIO MAMAMIMA ETS
- ♥ PARROCCHIA SS PIETRO E PAOLO
- ♥ WOMEN FOR FREEDOM ETS
- ♥ SLA MAI SOLI ONLUS
- ♥ OPERA DELLA PROVVIDENZA S. ANTONIO
- ♥ PURO 10.000 GARA PODISTICA
- ♥ ASD RUNNERS TEAM ZANE'
- ♥ PROGETTO SAVINGBEES
- ♥ PGS BASKET CONCORDIA SCHIO
- ♥ EVENTO CULTURALE VILLEGGIANDO 2024
- ♥ GARA CICLISTICA ZANE' MONTE CENGIO

- ♥ ORDINE EQUESTRE
- ♥ ASSOCIAZIONE CONTROMANO ONLUS
- ♥ WELFARE CARE- MAMMOGRAFIA
- ♥ ASS. TURISTICA PROLOCO CANOVE
- ♥ PRO LOCO BOLZANO VICENTINO APS
- ♥ ASD LA FULMINEA RUNNING TEAM SINCE 2008
- ♥ PARROCCHIA DI SANTA MARIA
- ♥ ASSOCIAZIONE PRO LOCO ZANE'
- ♥ IST. SUORE MAESTRE DI SANTA DOROTEA
- ♥ HOCKEY ASIAGO

Quanto devoluto dall'azienda prende in considerazione la volontà dei lavoratori ai quali è chiesta una preferenza.

## AFFIANCARE E SOSTENERE I FORNITORI PER MIGLIORARE I PRODOTTI IN TERMINI DI QUALITÀ ED ETICA

Il 3 ottobre 2024 ha avuto luogo la 3<sup>a</sup> Giornata della Bontà Sostenibile, appuntamento ormai consolidato di incontro, confronto e condivisione con rappresentanti delle aziende partner e fornitori di Pasticceria Filippi. Le tematiche discusse durante la giornata abbracciano la sfera della sostenibilità nelle sue tre accezioni: ambientale, sociale e di conduzione di impresa. Ed è in particolare proprio alla governance che abbiamo dedicato un focus nell'incontro del 2024, volendo condividere il significato di fare fronte comune per affrontare le sfide del presente e del futuro con chi ogni giorno, attraverso i propri servizi e/o prodotti, consente a Pasticceria Filippi di realizzare prodotti di qualità elevata e anche buoni per il Pianeta. Sono stati proprio loro, i fornitori, consulenti e partner il centro della narrazione avviata con la condivisione dell'analisi dei dati raccolti dalle indagini condotte sulla supply chain, la spiegazione di perché certi parametri ESG sono considerati cruciali nella scelta del fornitore e del contesto normativo all'interno del quale ci stiamo muovendo, chi direttamente chi indirettamente perché parte di una catena del valore attenta alla sostenibilità.

Il racconto di Molino Pasini S.p.A. che, affascinato dal mondo delle società benefit conosciuto con la prima Giornata della Bontà Sostenibile, ha avviato un percorso di implementazione di una strategia di sostenibilità trasformando la propria azienda in Società Benefit proprio nel 2024 è stato l'esempio emblematico di come

condividere esperienze positive e lavorare tutti assieme verso un obiettivo condiviso sia fattore di crescita collettivo. È stata quindi ufficialmente fondata la Filippi Legacy: nel linguaggio delle Società Benefit e delle Corp, i Legacy Leaders sono coloro che si adoperano affinché i principi, i valori e la visione che supportano questa scelta di fare impresa siano divulgati e condivisi con altre persone che a loro volta si fanno poi portavoce ed esempio vivente di come un'azienda rigenerativa possa portare benefici per sé stessa e per tutto quello che le sta attorno. Pasticceria Filippi lavora ogni giorno all'interno della propria azienda per coltivare il seme della Sostenibilità e fare in modo che sia sempre il punto di partenza per le attività operative così come per le scelte strategiche. Ma se si vuole davvero generare un impatto positivo forte verso il territorio, verso la comunità e verso il sistema economico, per noi è indispensabile allargare questo compito anche ai fornitori, a coloro che offrono strumenti materiali e immateriali per realizzare ogni giorno il nostro valore: i nostri fornitori.

I presenti hanno infine potuto confrontarsi nel Workshop Ecologico sulle tematiche più critiche per il settore alimentare, aprendo per la prima volta il capitolo della biodiversità grazie all'intervento formativo di Matteo De Simone, fondatore di SavingBees.org<sup>15</sup>.

OBIETTIVO 2024	RISULTATO	OBIETTIVI 2025
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● obiettivo raggiunto</li> <li>● obiettivo non raggiunto</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantenimento delle policy</li> <li>• Potenziamento della collaborazione con il fornitore di carta stampata in ottica di innovazione del packaging al fine di ridurre l'impatto ambientale del prodotto finale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Sostituzione del nastro con fasce di cartoncino riciclabile ed eliminazione dei pendagli, soluzione migliore dal punto di vista ambientale</li> </ul>	Utilizzare le fasce in cartoncino in sostituzione al nastro anche sulla linea Strucà
Ulteriore aumento di personale dedicato alle attività di confezionamento appartenente alla Cooperativa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● + 2 persone rispetto al 2023, di cui 1 iscritta alle categorie protette;</li> <li>● +19% ore/giorno lavorate dalla Cooperativa per il confezionamento</li> </ul>	Assicurare lavoro per il personale della Cooperativa il Graticolato dedicato a Pasticceria Filippi
Organizzazione della terza Giornata della Bontà Sostenibile con workshop operativo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Obiettivo Raggiunto e creazione della Filippi Legacy</li> </ul>	Organizzazione della quarta Giornata della Bontà Sostenibile con workshop operativo su tematiche sociali

<sup>15</sup> <https://www.savingbees.org>

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

Nel 2024 abbiamo ampliato il progetto di raccolta informazioni e monitoraggio delle pratiche ESG adottate nella catena di fornitura di Pasticceria Filippi. Sono stati selezionati 45 fornitori ai quali abbiamo sottoposto un questionario di raccolta dati relativi alle pratiche di sostenibilità ambientale, sociale e di governance adottate nel corso dell'anno. In particolare, gli ambiti di analisi riguardano:

- Emissioni
- Consumo di acqua
- Gestione dei rifiuti e delle sostanze pericolose e chimiche
- Biodiversità
- Certificazioni aziendali o di prodotto
- Aspetti di Governance

L'esito dell'analisi condotta, condiviso con i fornitori presenti alla 3<sup>a</sup> Giornata della Bontà Sostenibile, racconta di una fase iniziale della strutturazione delle aziende in chiave ESG. Più di qualcuno ha già fatto il primo passo nella giusta direzione per dimostrare in modo chiaro e trasparente di fare impresa nel rispetto dell'ambiente, delle persone e della comunità. Molte PMI non riconoscono ancora le opportunità di intraprendere questo percorso al loro interno, sentendo la tematica della sostenibilità più adatta a grandi aziende, soprattutto per quanto riguarda i costi di certificazioni e di analisi ambientali.

Più di qualcuno ha confermato di condurre iniziative o progetti con impatto positivo ambientale o sociale come ad esempio:

- Sistemi di recupero dell'acqua piovana o dell'acqua di processo;
- Maggiore attenzione al riciclo e smaltimento dei rifiuti;
- Maggiore attenzione al territorio attraverso il supporto a comunità locali e le collaborazioni con realtà locali.

Infine, sono pervenute diverse testimonianze di fornitori che sulla spinta di dover trovare una risposta al questionario di valutazione di Pasticceria Filippi su tematiche ESG ha avuto occasione di ripensarsi in un altro modo, di analizzare investimenti sotto una lente più approfondita e di rilevare inefficienze prima occulte.

Questi dati ci comunicano pertanto l'utilità sia interna sia esterna di rendicontare le prestazioni ESG e attraverso questi strumenti di sensibilizzare la supply chain e di suggerire percorsi di evoluzione sostenibile percorribili.

Il monitoraggio sarà ripetuto nel 2025 e i dati condivisi con una platea ancora maggiore di fornitori.

### Ecologgioco: un modello di economia circolare applicata al packaging

Il progetto Ecologgioco, sviluppato dal Team Sostenibilità di Pasticceria Filippi, rappresenta un esempio concreto di economia circolare applicata al packaging, trasformando un potenziale rifiuto in uno strumento educativo e ludico. Integrato nella confezione del panettone classico, Ecologgioco è un gioco da tavolo progettato per sensibilizzare le famiglie sui temi della sostenibilità ambientale e sociale.

La confezione, realizzata in cartone certificato FSC, include un tabellone, pedine e dadi stampati su cartoncino pretagliato, facilitando il riutilizzo del materiale e promuovendo la riduzione dei rifiuti a valle. Questo approccio non solo prolunga il ciclo di vita del packaging, ma incoraggia anche comportamenti sostenibili attraverso il gioco. Il progetto ha coinvolto attivamente gli alunni della scuola "Grande Quercia" di Thiene, che hanno contribuito con disegni e idee alla creazione del gioco, rendendo Ecologgioco un'iniziativa partecipativa e educativa. Ogni elemento del gioco è stato pensato per rappresentare valori positivi e

buone pratiche ambientali, trasformando l'esperienza del consumo in un'opportunità di apprendimento e consapevolezza. Ecologgioco si inserisce nella strategia ESG di Pasticceria Filippi, evidenziando l'impegno dell'azienda nel promuovere una cultura della sostenibilità che va oltre il prodotto, coinvolgendo la comunità e stimolando una riflessione attiva sulle tematiche ambientali e sociali.

OBIETTIVO 2024	RISULTATO	OBIETTIVI 2025
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● obiettivo raggiunto</li> <li>● obiettivo non raggiunto</li> </ul>	
Re-Invio del questionario con restituzione dei risultati ottenuti dalla prima analisi al fine di stimolare azioni di miglioramento	● Obiettivo raggiunto	Effettuare una nuova indagine e valutare i questionari raccolti con i dati dei fornitori
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terza edizione della Giornata della Bontà Sostenibile con ospiti specialisti di tematiche ESG</li> <li>• Condivisione degli impatti di Pasticceria Filippi attraverso comunicazioni dedicate e personali</li> <li>• Workshop sui temi materiali di Pasticceria Filippi</li> </ul>	● Obiettivi raggiunti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quarta Giornata della Bontà Sostenibile con ospiti specialisti di tematiche ESG</li> <li>• Condivisione degli impatti di Pasticceria Filippi attraverso comunicazioni dedicate e personali</li> <li>• 1 Workshop sui temi materiali di Pasticceria Filippi</li> </ul>
/	/	In un contesto di impatto ambientale di prodotto, nel 2025 si studierà la fattibilità di realizzare una specialità natalizia vegana, quindi senza l'utilizzo di materie prime animali.



## LE NOSTRE MATERIE PRIME

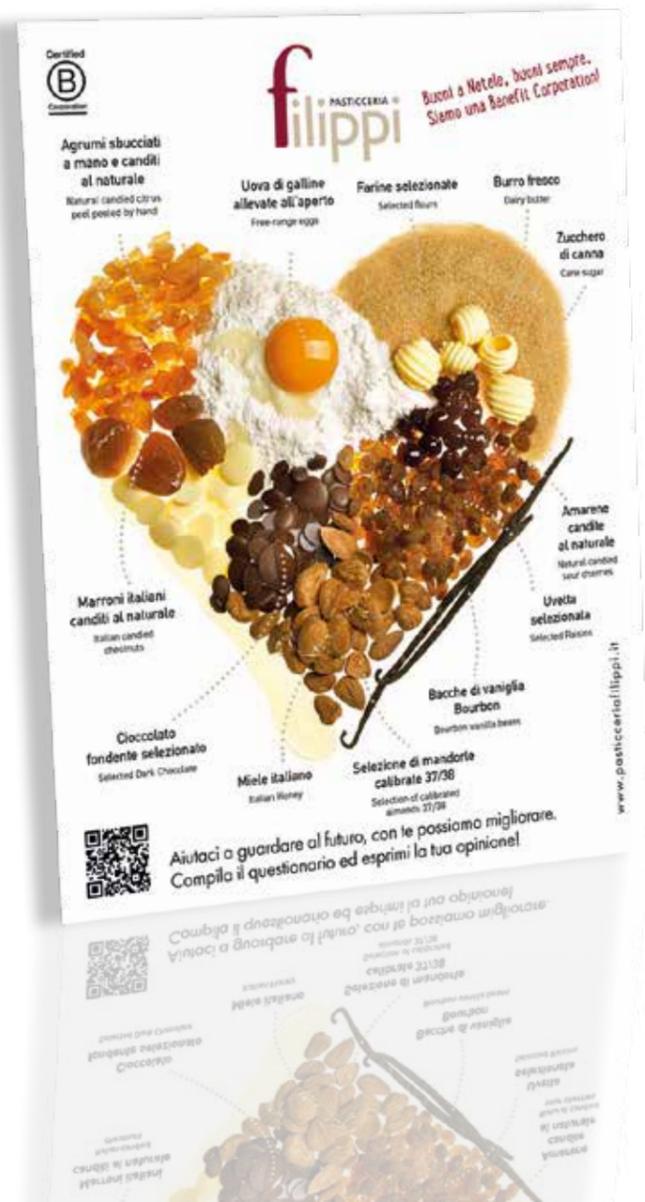


➔ **UOVA "FREE RANGE"** - Tutte le uova acquistate sono classificate "free range" e quindi prodotte da galline allevate a terra e all'aperto secondo metodi che assicurano una vita dignitosa agli animali.

➔ **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.

➔ **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.



## LAVORARE ATTIVAMENTE PER LA SALVAGUARDIA DELL'AMBIENTE

L'obiettivo perseguito da Pasticceria Filippi è la massima riduzione del nostro impatto sull'ambiente. Siamo consapevoli che in quanto realtà produttiva nel settore alimentare, per poter realizzare i nostri dolci inevitabilmente impattiamo sul Pianeta. Per questo, ci impegniamo costantemente nella misurazione e nel monitoraggio dei consumi e delle emissioni, per poi identificare soluzioni anche innovative per diminuirli e realizzare interventi di efficientamento.

La misurazione viene eseguita sia attraverso un monitoraggio complessivo di consumi ed emissioni, sia normalizzando i dati sui kg di prodotto realizzati nello stesso periodo di riferimento. Attraverso la normalizzazione, adottando come unità di misura 1 kg di prodotto, è possibile avere un dato più affidabile paragonabile con gli anni precedenti e condurre analisi ponderate e più attinenti alla realtà. Gli interventi di efficientamento più significativi realizzati nel 2024 possono essere identificati nella sostituzione di una macchina impastatrice con una macchina nuova più efficiente e la messa in funzione di una nuova sezione di impianto fotovoltaico installato nel 2023<sup>16</sup>.

### ENERGIA

Anche nel 2024, la totalità dell'energia elettrica acquistata dalla rete proviene **da fonti rinnovabili**. L'energia acquistata (370,098 MWh) riporta un risultato molto simile a quello riscontrato nel 2023 (370,431 MWh di energia acquistata).

A luglio 2024 è entrata in funzione la nuova sezione dell'impianto fotovoltaico di potenza pari a 78,45 kW che ha prodotto, assieme all'impianto fotovoltaico, già esistente 116,257 MWh di energia elettrica. In questo modo la produzione totale dell'impianto fotovoltaico è aumentata da

90,397 MWh a 116,257 MWh. Dell'energia autoprodotta nel 2024, 92,693 MWh sono stati autoconsumati da Pasticceria Filippi, pertanto, il totale dell'energia elettrica utilizzata nel 2024 risulta dalla somma dell'energia acquistata e dell'energia autoprodotta e autoconsumata ovvero 462,791 MWh. L'energia autoconsumata da Pasticceria Filippi risulta pari al 20% dell'energia elettrica totale utilizzata nel 2024. Nel 2023 la percentuale si attestava al 17,55%. Va infine evidenziato come ad oggi tutta la superficie utilizzabile per l'installazione di pannelli fotovoltaici è stata saturata.

Pasticceria Filippi consuma per il proprio processo produttivo anche gas naturale per l'azionamento del forno. Nel 2024 sono stati utilizzati 89.369,00 Smc di gas naturale. In questo caso si ritiene necessario eseguire un confronto con il consumo relativo all'anno 2022 (97.790,50 Smc) in quanto il consumo di gas registrato nel 2023 non risulta attendibile a causa di un malfunzionamento del contatore, riscontrato tardivamente nel 2024. Di conseguenza, i consumi registrati e approvati su stime dal fornitore per l'anno 2023, non sono attendibili e sebbene nella rendicontazione 2023 si giustificava il numero inferiore dal risparmio di gas ottenuto grazie all'installazione del nuovo forno, nella realtà solo a termine del 2024 si è compreso come il dato non era corretto. Per avere una lettura corretta dei dati, si ritiene quindi più opportuno confrontare i rilievi del 2022 rispetto al 2024, normalizzati su unità di prodotto (1 Kg).

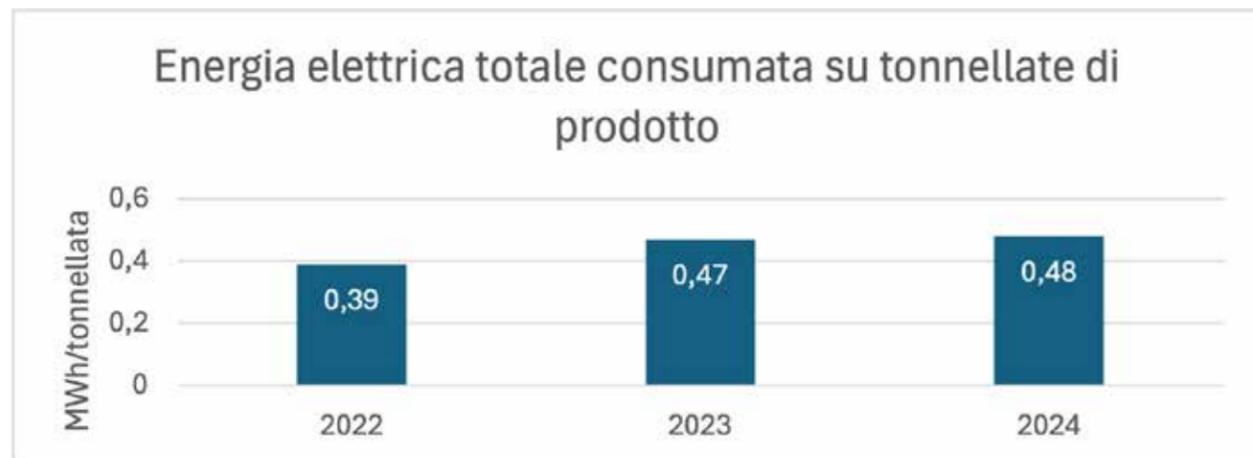
Nel grafico seguente sono riportati i consumi di energia in MWh suddivisi per energia elettrica acquistata, elettricità autoprodotta e autoconsumata e gas naturale consumato convertito da Smc a MWh utilizzando le indicazioni e i fattori di conversione riportati al [seguito link](#) come indicato dallo standard VSME.



<sup>16</sup> Nel Report 2023 è indicato erroneamente che questa terza sezione di fotovoltaico è stata installata e attivata nel 2023, in questa sede correggiamo l'informazione specificando che l'attivazione è avvenuta solo nel 2024.



Di seguito è riportato il grafico dei consumi totali normalizzati sulla produzione in MWh su tonnellata prodotta. Come precedentemente esposto si fa notare che il dato relativo al 2023 non è rappresentativo dei reali consumi nell'anno, pertanto, i dati considerati utili al fine di un confronto sono quelli del 2022 e 2024.



### CARBURANTE

Il monitoraggio annuale di consumo di carburante si riferisce alla flotta veicoli aziendali costituita solamente da autovetture. Il trasporto del prodotto è infatti affidato a fornitori esterni.

Si riporta di seguito il dato relativo ai consumi di carburante per la flotta aziendale convertiti secondo apposito fattore di conversione in MWh<sup>17</sup>.

2024	Consumo di energia rinnovabile (MWh)	Consumo di energia non rinnovabile (MWh)	Consumo totale di energia (MWh)
Carburanti per flotta aziendale	/	87,72	87,72

Nella tabella seguente sono riassunti i consumi di elettricità, carburante e gas naturale convertiti in MWh secondo i fattori di conversione riportati nel [seguito documento](#).

CONSUMI (MWh)	2022	2023	2024
Gas naturale	912,71	697,25	834,11
Carburanti	26,22	61,10	87,72
Energia elettrica acquistata dalla rete	288,13	370,431	370,098
Energia elettrica autoprodotta e autoconsumata	67,45	78,86	92,69
TOTALE	1.294,51	1.207,64	1.384,62

### EMISSIONI

Anche per il 2024, Pasticceria Filippi ha scelto di misurare la propria Corporate Carbon Footprint, ovvero l'impronta di carbonio generata dalle attività aziendali nell'arco dell'anno solare, espressa in tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente. La misurazione, che copre il periodo dal 1° gennaio al 31 dicembre 2024, rappresenta un passo fondamentale per comprendere e ridurre l'impatto ambientale dell'azienda. Monitorare le proprie emissioni è il primo passo verso una strategia di riduzione efficace. Tuttavia, alcune emissioni sono inevitabili. Per questo motivo, Pasticceria Filippi si è impegnata a compensare le emissioni residue attraverso l'acquisto di crediti di carbonio certificati, generati da progetti verificati di riduzione e assorbimento della CO<sub>2</sub>. Il calcolo della Carbon Footprint è stato realizzato da ClimatePartner<sup>18</sup>, una delle aziende leader a livello mondiale nello sviluppo di progetti di compensazione delle emissioni. L'analisi ha richiesto un'attenta raccolta di dati relativi allo stabilimento aziendale, tra cui consumi energetici, gestione dei rifiuti, utilizzo di acqua e carburante, oltre alle emissioni generate da viaggi di lavoro, pendolarismo dei dipendenti e altre attività. Per garantire una compensazione efficace e responsabile,

Pasticceria Filippi ha nuovamente collaborato con ClimatePartner nella selezione di un progetto di compensazione certificato. Inoltre, per tenere conto di eventuali margini di incertezza nel calcolo delle emissioni, è stato compensato il totale delle emissioni maggiorato di un margine di sicurezza pari al 10%.

Sono incluse nel calcolo le emissioni dirette (SCOPE 1), ovvero generate ad esempio dall'uso di carburante per il riscaldamento e per la flotta veicoli; le emissioni derivanti dall'energia acquistata (SCOPE 2) calcolate con approccio marked based ovvero considerando fattori di emissione basati sul mix energetico che nel caso di Pasticceria Filippi è costituito al 100% da fonti rinnovabili pertanto le emissioni calcolate con questo metodo sono pari a 0; e con approccio location based ovvero basato sui fattori di emissione relativi al mix medio di rete elettrica del Paese. Infine, è incluso nel calcolo lo SCOPE 3 parziale ovvero le emissioni che non sono sotto il controllo diretto dell'azienda.

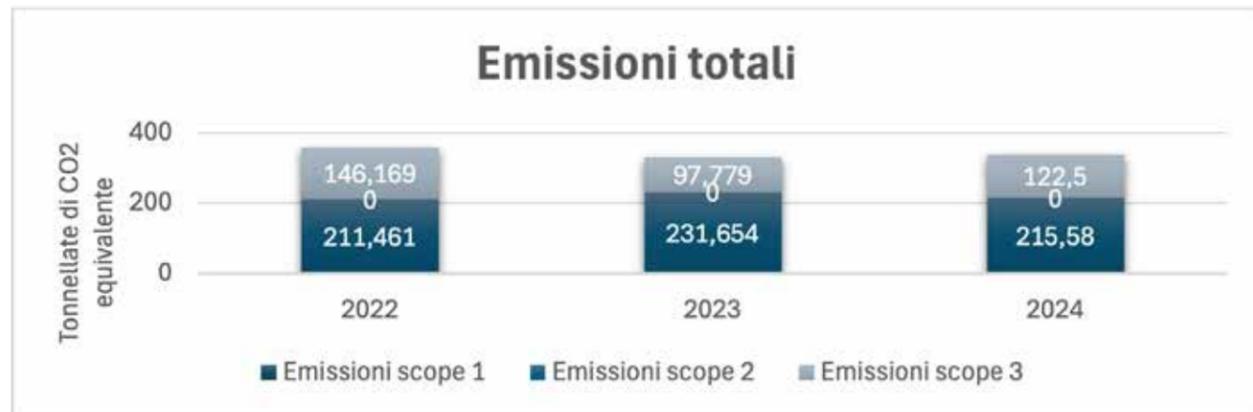
<sup>17</sup> [https://cdn.cdp.net/cdp-production/cms/guidance\\_docs/pdfs/000/000/477/original/CDP-Conversion-of-fuel-data-to-MWh.pdf?147975175](https://cdn.cdp.net/cdp-production/cms/guidance_docs/pdfs/000/000/477/original/CDP-Conversion-of-fuel-data-to-MWh.pdf?147975175)

<sup>18</sup> <https://www.climatepartner.com/it>

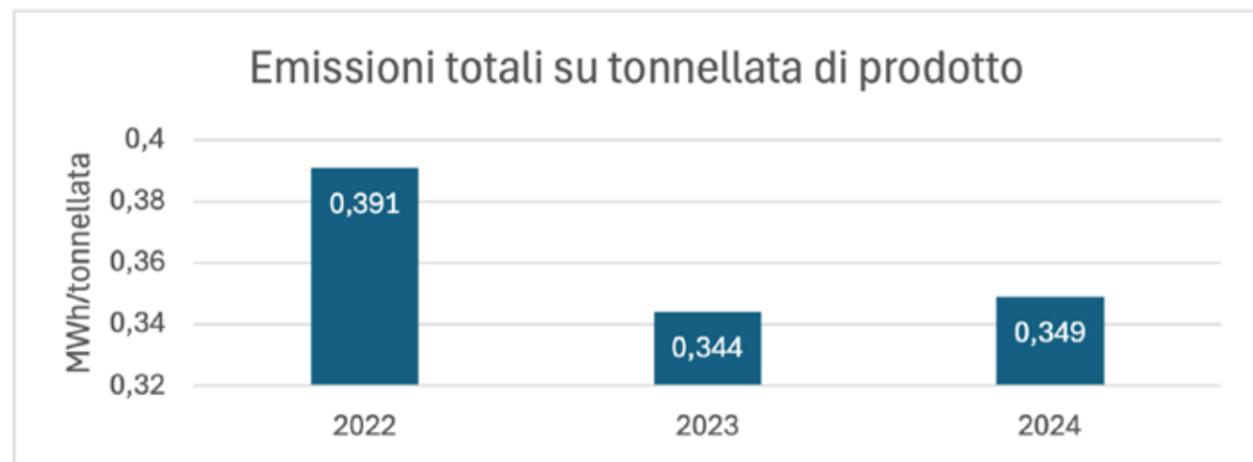
Nello specifico sono incluse nel calcolo delle emissioni SCOPE 3 le seguenti fonti di emissioni:

- Beni acquistati
- Cibo e bevande
- Data center esterni
- Consumo di acqua
- Attività correlate a combustibile ed energia (non incluse in scope 1 e 2)
- Rifiuti generati
- Viaggi aziendali
- Pernottamenti in hotel
- Pendolarismo dei dipendenti e smart working

Nel grafico seguente sono riportate le emissioni registrate nel 2022, 2023 e 2024 divise in Scope 1, Scope 2 e Scope 3.



Anche in questo caso si riportano le emissioni totali normalizzate sulle tonnellate di prodotto realizzato.



Maggiori dettagli sul calcolo dell'impronta carbonica di Pasticceria Filippi sono disponibili al seguente link: <https://climate-id.com/en-gb/FYFKKP>  
 Il progetto di compensazione sostenuto è lo stesso dello scorso anno e maggiori informazioni sono consultabili qui: <https://projects.climatepartner.com/en/1499>

che l'azienda ha definito e attuato strategie di riduzione, oltre ad aver finanziato progetti di protezione per il clima.

Questo video <https://youtu.be/eFgYDILoOFE> spiega nel dettaglio i cinque passi richiesti da ClimatePartner al fine di ottenere la loro certificazione.

Attraverso queste iniziative, Pasticceria Filippi ha mantenuto l'etichetta ClimatePartner certified company, con la quale è possibile dare certezza a clienti/partner commerciali in merito al metodo di misurazione delle emissioni di carbonio dell'azienda certificata e garantire



**RIFIUTI**

Pasticceria Filippi monitora annualmente i rifiuti prodotti e smaltiti identificati dall'apposito codice CER. Non sono stati prodotti nel 2024 rifiuti pericolosi o tossici. La tabella seguente illustra anno per anno le quantità di rifiuti prodotti suddivisi per codice CER. Per il 2024 abbiamo ritenuto opportuno indicare sia i rifiuti prodotti sia quelli smaltiti che potrebbero differire per la presenza di giacenze oppure nel caso in cui non tutti i rifiuti prodotti siano smaltiti, ma alcune quantità restino stoccate in azienda al termine dell'anno in

attesa di uno smaltimento nell'anno successivo. La colonna "Destinazione rifiuti 2024" indica le destinazioni dei rifiuti come riportato nelle dichiarazioni dei fornitori adibiti al recupero e smaltimento dei rifiuti.

CATEGORIA DI RIFIUTO	RIFIUTI PRODOTTI IN KG 2022	RIFIUTI PRODOTTI IN KG 2023	RIFIUTI PRODOTTI IN KG 2024	DESTINAZIONE
150101 Carta e cartone	31.940	34.270	34.540	Riciclaggio
150102 imballaggi in plastica	2.170	1.500	540	Riciclaggio
170401 rame, bronzo, ottone	-	-	-	-
150104 Imballaggi metallici	2.210	1.620	Prodotti: 3.860 (Smaltiti: 2.660)	680 kg potrebbero essere stati sia riciclati sia smaltiti in discarica. 1980 kg sono stati riciclati.
170405 ferro e acciaio	2.900	-	2100	Destinazione non conosciuta
170604 materiali isolanti diversi da quelli di cui alle voci 17 06 01 e 17 06 03	1.900	-	-	-
170107 miscugli di cemento, mattoni, mattonelle e ceramiche	1.140	-	-	-
170802 materiali da costruzione a base di gesso	919	-	-	-
150106 Imballaggi in materiali misti	970	6.090	Prodotti: 3.490 (Smaltiti: 4.990)	Riciclaggio
170402 alluminio	-	-	-	-
170407 metalli misti	-	-	-	-
191202 metalli ferrosi	-	-	-	-
160214 - apparecchiature fuori uso, diverse da quelle di cui alle voci da 16 02 09 a 16 02 13	-	-	-	-
160216 - componenti rimossi da apparecchiature fuori uso	-	80	55	Riciclaggio
080318 - toner per stampa esauriti	-	12	80	Riciclaggio
170904 Rifiuti misti dell'attività di costruzione e demolizione	-	-	1.240	Potrebbero essere stati sia riciclati sia smaltiti in discarica.
<b>Totale rifiuti (Kg)</b>	<b>44.149</b>	<b>43.572,00</b>	<b>Prodotti: 45.905 (Smaltiti: 46.205)</b>	
<b>Variazione</b>	<b>-32%</b>	<b>-1,31%</b>	<b>+5,35%</b>	
<b>Totale Kg rifiuti/Kg. Prodotto</b>	<b>48,33</b>	<b>45,49</b>	<b>47,33</b>	
<b>Variazione</b>	<b>-34,12%</b>	<b>-5,88%</b>	<b>+4,05%</b>	

Sotto il profilo degli impatti, i nostri traguardi e gli impegni futuri sono racchiusi nel sinottico qui sotto delineato, che racconta un minimo aumento dei consumi elettrici, dato considerato comunque positivo considerando l'inserimento di nuove attrezzature e soluzioni tecnologiche alimentate ad energia elettrica. A tal proposito nel 2025 saranno installati dei misuratori di energia per verificare le prestazioni reali delle attrezzature di lavoro e di specifici reparti. Il dato del gas, come precisato in precedenza, è tarato sul 2022 e dimostra un ottimo risultato grazie all'installazione del nuovo forno. L'obiettivo di aumento dell'autoproduzione di

energia elettrica viene abbandonato avendo saturato tutta la superficie idonea a supportare pannelli fotovoltaici. Il progetto di innovazione di prodotto per transare verso soluzioni eco-compatibili non derivate dalla plastica invece è in fase di valutazione, in quanto tutte le prove realizzate negli ultimi due anni non hanno conseguito un risultato anche solo vicino alle prestazioni dei prodotti attuali, trascurando in questa fase le dinamiche di prezzo.

OBIETTIVO 2024	RISULTATO	OBIETTIVI 2025
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Obiettivo raggiunto</li> <li>● Obiettivo non raggiunto</li> </ul>	
Nel 2024 si auspica di ottenere una riduzione dei consumi di gas e di energia elettrica per kg di prodotto grazie all'efficientamento produttivo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Consumo di energia elettrica per kg di prodotto rispetto al 2023: +1,73%</li> <li>● Consumo di gas per kg di prodotto rispetto al 2022: -13,92%<sup>19</sup></li> </ul>	Utilizzare le fasce in cartoncino in sostituzione al nastro anche sulla linea Strucà
Ridurre le emissioni totali di un ulteriore 5% entro il 2027	Monitoraggio	Ridurre le emissioni totali di CO2e in Scope 1 e 2 del 5% entro il 2027 rispetto al 2023.
Avanzamento progetto di studio di un nuovo sacchetto in materiale a ridotto impatto ambientale. (Innovazione di prodotto)	● Obiettivo non raggiunto	In fase di valutazione se perseguire il progetto o abbandonarlo dati i limiti oggettivi dei materiali eco-compatibili testati a raggiungere le prestazioni meccaniche e di tenuta dell'umidità necessarie per la qualità dei nostri prodotti
Re-design della confezione esterna per facilitare il riciclo e ridurre l'impatto ambientale, eliminando derivati dalla plastica.	● Obiettivo raggiunto	Estensione della soluzione anche alla linea degli Strucà
Anche in questo caso si conta di ottenere un incremento di energia elettrica autoprodotta nel 2024.	● Obiettivo raggiunto	Superficie per fotovoltaico saturata
Mantenimento del 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	● 297 Alberi Piantati	Terminare gli Alberi prenotati - accordato di non rinnovare il progetto per trasferire il supporto ad altre attività

Nel contesto dell'impegno di Pasticceria Filippi a tutela dell'ambiente molte sono le iniziative di sensibilizzazione realizzate dall'azienda, sia direttamente attraverso testimonianze e la comunicazione dell'importanza di avere un atteggiamento attento e responsabile verso la biosfera, sia indirettamente con la sponsorizzazione e adesione a progetti di vario tipo. Tra tutti, assume particolare rilievo nel 2024 il supporto di Pasticceria Filippi per le Oasi Apistiche di SavingBees<sup>20</sup>. Chi opera nel settore alimentare conosce il ruolo cruciale che le scelte di approvvigionamento hanno sulla biodiversità. Preferire materie prime certificate risulta pertanto fondamentale, così come coinvolgere tutti i fornitori nella direzione che si vuole intraprendere come filosofia aziendale.

Partecipare alla creazione e al mantenimento di oasi apistiche, si configura pertanto come un progetto nature-oriented che risponde alla necessità di preservare o ripristinare una condizione di biodiversità, in questo caso recuperando aree precedentemente impoverite da tecniche di agricoltura intensiva o da attività umane di cementificazione. I progetti di SavingBees consentono, tramite l'adozione di arnie e donazioni, la creazione di aree protette in cui seminare le specie vegetali più nutrienti per le api e tutti gli impollinatori: sono le oasi apistiche, terreni custoditi per questa finalità per un lungo periodo.

<sup>19</sup> Il confronto viene eseguito tra 2024 e 2022 in quanto, come descritto nel paragrafo "Energia" i consumi di gas naturale registrati nel 2023 non sono rappresentativi dei reali consumi a causa di un guasto del contatore.

<sup>20</sup> <https://www.savingbees.org>

## VALUTAZIONE ESTERNA

Al fine di assolvere agli obblighi in capo alle Società Benefit, come previsto dalla legge del 28 dicembre 2015 n.208, Pasticceria Filippi conduce annualmente oltre alla valutazione degli impatti, che include una presentazione delle attività realizzate, la rispondenza agli obiettivi prefissati e la definizione di nuovi obiettivi, anche una valutazione utilizzando uno strumento di parte terza indipendente. Pasticceria Filippi utilizza come tool di autovalutazione il B Impact Assessment<sup>15</sup> proposto da B Lab a tutte le aziende che intendono misurare la propria performance nei confronti della condotta di impresa (governance), dei lavoratori, della comunità, dell'ambiente e dei clienti. Essendo un'azienda certificata B Corp dal 2016, Pasticceria Filippi periodicamente si sottomette anche a audit di verifica del punteggio da parte di personale qualificato e incaricato da B Lab. L'audit di ricertificazione per il marchio B Corp ricorre ogni tre anni e l'ultimo si è concluso nel 2023 con un punteggio validato

di 100.4 punti. La scheda esplicativa del punteggio ottenuto da Pasticceria Filippi è pubblicamente consultabile sul sito di B Lab Europe: <https://www.bcorporation.net/en-us/find-a-b-corp/company/pasticceria-filippi-srl-societa-benefit/> L'autovalutazione complessiva e il dettaglio per area d'impatto del dato riferito a quanto posto in essere dall'azienda fino alla data del 31/12/2024 è descritto nei riquadri di seguito dove è rappresentata la performance dell'impresa raffrontata con la media del Paese di riferimento, del Settore e delle imprese con Dimensioni simili. Il quadro che si evince è di un'impresa evoluta e che si sta allenando a migliorare i propri impatti anno dopo anno. Complessivamente il punteggio ottenuto è di 112.8 pt.



### Governance

Scopra in che modo l'azienda può migliorare le politiche e pratiche pertinenti alla propria missione, all'etica, la responsabilità e trasparenza.

La governance valuta la missione complessiva di un'azienda, l'impegno rispetto al suo impatto sociale/ambientale, l'etica e la trasparenza. Questa sezione valuta anche la capacità di un'azienda di proteggere la propria missione e di considerare formalmente le parti interessate nel processo decisionale attraverso la propria struttura aziendale (ad es. società di beneficenza) o documenti di governo aziendale.

[PER SAPERNE DI PIÙ](#)




### Lavoratori

Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere finanziario, fisico, professionale e sociale dei propri lavoratori.

I lavoratori valutano i contributi di un'azienda alla sicurezza finanziaria, alla salute & sicurezza, al benessere, allo sviluppo della carriera e al coinvolgimento & dei dipendenti. Inoltre, questa sezione riconosce i modelli di business progettati a beneficio dei lavoratori, come le aziende che sono possedute per almeno il 40% da dipendenti non dirigenti e quelle che hanno programmi di sviluppo della forza lavoro per sostenere le persone con ostacoli all'occupazione.

[PER SAPERNE DI PIÙ](#)




### Comunità

Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere economico e sociale delle comunità in cui opera.

Community valuta il coinvolgimento e l'impatto di un'azienda sulle comunità in cui opera, assume e da cui proviene. Gli argomenti includono diversità, equità & inclusione, impatto economico, impegno civico, donazioni di beneficenza e gestione della catena di approvvigionamento. Inoltre, questa sezione riconosce i modelli di business progettati per affrontare problemi specifici orientati alla comunità, come l'alleviamento della povertà attraverso l'approvvigionamento o la distribuzione del commercio equo tramite microimprese, modelli di cooperative di produttori, sviluppo economico incentrato a livello locale e impegni formali di beneficenza.

[PER SAPERNE DI PIÙ](#)




### Ambiente

Scopra in che modo l'azienda può migliorare la propria gestione ambientale in generale.

L'ambiente valuta le pratiche complessive di gestione ambientale di un'azienda, nonché il suo impatto su aria, clima, acqua, territorio e biodiversità. Ciò include l'impatto diretto delle operazioni di un'azienda e, ove applicabile, della sua catena di approvvigionamento e dei canali di distribuzione. Questa sezione riconosce anche le aziende con processi produttivi innovativi dal punto di vista ambientale e quelle che vendono prodotti o servizi che hanno un impatto ambientale positivo. Alcuni esempi potrebbero includere prodotti e servizi che creano energia rinnovabile, riducono il consumo o gli sprechi, preservano la terra o la fauna selvatica, forniscono alternative meno tossiche al mercato o istruiscono le persone sui problemi ambientali.

[PER SAPERNE DI PIÙ](#)




### Clienti

Scopra in che modo l'azienda può migliorare il valore che crea per i clienti e consumatori diretti dei propri prodotti e servizi.

Clienti valuta la gestione dei propri clienti da parte di un'azienda attraverso la qualità dei suoi prodotti e servizi, il marketing etico, la privacy e la sicurezza dei dati e i canali di feedback. Inoltre, questa sezione riconosce i prodotti o servizi progettati per affrontare un particolare problema sociale per o tramite i suoi clienti, come prodotti sanitari o educativi, prodotti & artistici, servire clienti/clienti svantaggiati e servizi che migliorano l'impatto sociale di altre aziende o organizzazioni.

[PER SAPERNE DI PIÙ](#)



Va precisato che per ottenere l'autovalutazione sull'anno 2024 abbiamo utilizzato la versione V6 del B Impact Assessment, che sarà presto sostituita dalla nuova versione V7. I nuovi Standard B Corp sono infatti stati annunciati e da luglio 2025 sarà possibile misurarsi con uno strumento

aggiornato e adeguato anche al panorama normativo europeo che impone caratteristiche più rigide di misurazione e valutazione degli impatti rispetto alla versione attuale V6.

<sup>15</sup> <https://www.bcorporation.net/en-us/programs-and-tools/b-impact-assessment/>



RELAZIONE SULLA  
SOSTENIBILITA' VSME

# GOVERNANCE

## B1 – Basi per la preparazione

La nostra dichiarazione sulla sostenibilità VSME compliant tratta tutti gli obblighi di informativa applicabili alla nostra azienda, includendo i due moduli (base e completo) proposti

dallo Standard. Il report è preparato su base individuale e non sono state omesse informative a causa di dati sensibili o riservati.

Informazioni dell'azienda	
Forma giuridica Pasticceria Filippi Srl Società Benefit	Srl: Società a responsabilità limitata SB: Società Benefit
Codice NACE/Ateco	10.72
Dimensione del bilancio (euro)	7.312.067 € patrimonio netto
Fatturato (euro)	12.865.174 € ricavi
Numero di dipendenti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 4 soci</li> <li>• 26 dipendenti fissi</li> <li>• 96 dipendenti stagionali</li> </ul>
Paese delle operazioni principali e ubicazione dei beni significativi	Italia
Geolocalizzazione dei siti di proprietà, in affitto o gestiti	Sede legale e operativa in Via Monte Pasubio 96/A, a Zanè (VI), Italia

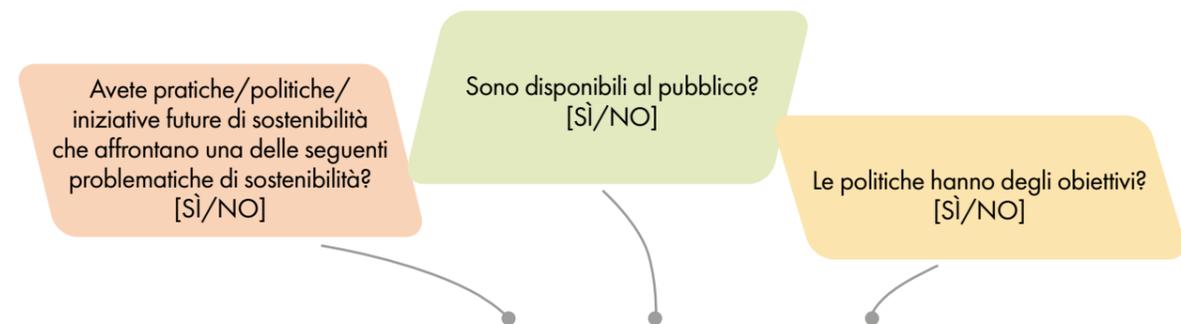
**LE CERTIFICAZIONI** - Il tema è approfondito nella sezione [Le nostre certificazioni: una scelta di coerenza](#)

## C1 – Strategia: modello di business e sostenibilità – iniziative correlate

Si rimanda ai capitoli in cui gli elementi chiave del modello di business e della strategia di sostenibilità di Pasticceria Filippi sono affrontati nel dettaglio, così come i risultati dell'analisi di materialità.  
Vedere capitoli: [La nostra Storia](#) - [I nostri Stakeholder](#) - [La creazione di valore](#)

## B2 – Pratiche, politiche e iniziative future per la transizione verso un'economia più sostenibile

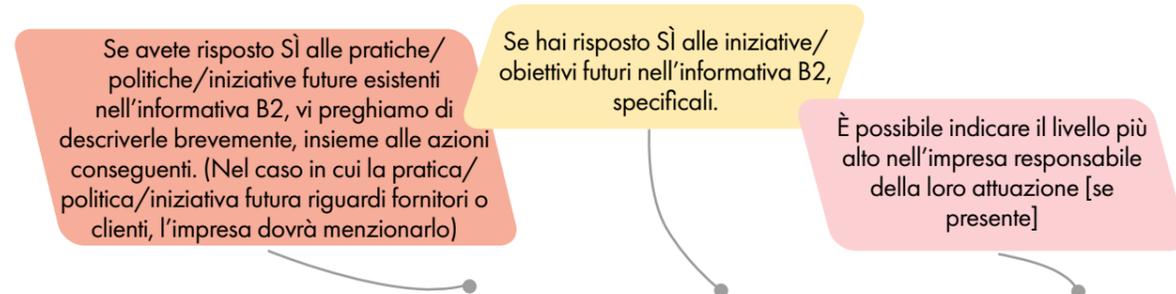
Si rimanda al paragrafo [Politiche di Sostenibilità](#) e al capitolo [GLI OBIETTIVI DI BENEFICIO SPECIFICO – RISULTATI 2024 E OBIETTIVI 2025](#) per ritrovare la descrizione delle pratiche e delle politiche aziendali, così come sono rendicontati i risultati degli impatti e definite le iniziative future e gli obiettivi per il futuro, con indicatori il più possibile quantitativi e un termine temporale entro il quale dare forma alle intenzioni di Pasticceria Filippi.



Cambiamento climatico	SI	SI	SI
Inquinamento	NO	/	/
Acqua e risorse marine	NO	/	/
Biodiversità ed ecosistemi	NO	/	/
Economia circolare	SI	SI	SI
Forza lavoro propria	SI	SI	SI
Lavoratori nella catena del valore	NO	/	/
Comunità interessate	SI	SI*	SI
Consumatori e utilizzatori finali	NO	/	/
Condotta aziendale	SI	SI	NO

\*(Non sono disponibili al pubblico il Manuale del Lavoratore e la Recruitment Policy)

## C2 – Descrizione di pratiche, politiche e iniziative future per la transizione verso un'economia più sostenibile



Cambiamento climatico	Si rimanda al capitolo <a href="#">LAVORARE ATTIVAMENTE PER LA SALVAGUARDIA DELL'AMBIENTE</a>	Responsabile d'Impatto
Inquinamento	NO / /	/
Acqua e risorse marine	NO / /	/
Biodiversità ed ecosistemi	NO / /	/
Economia circolare	Si rimanda ai capitoli <a href="#">UTILIZZARE MATERIE PRODOTTE CON METODI SOSTENIBILI, VERIFICA E TRACCIABILITÀ DEL CICLO DI VITA</a> e <a href="#">LAVORARE ATTIVAMENTE PER LA SALVAGUARDIA DELL'AMBIENTE</a>	Responsabile d'Impatto
Forza lavoro propria	Si rimanda ai capitoli <a href="#">ASSUNZIONI CHE SVILUPPINO L'INCLUSIONE SOCIALE - FAVORIRE LA FORMAZIONE E LA CRESCITA DEL PERSONALE - PROMUOVERE LA FELICITÀ DEL PERSONALE - SVILUPPARE PROGRAMMI DI WELFARE AZIENDALE - CODICE ETICO - MANUALE DEL LAVORATORE - RECRUITMENT POLICY</a> (questi ultimi sono disponibili pubblicamente solo internamente ai lavoratori e collaboratori dell'azienda)	Responsabile d'Impatto e Comitato di Inclusione e Accoglienza
Lavoratori nella catena del valore	/ /	/
Comunità interessate	Si rimanda al capitolo <a href="#">FAVORIRE LE MATERIE PRIME E L'ECONOMIA DEL TERRITORIO</a>	Responsabile d'Impatto
Consumatori e utilizzatori finali	/ /	/
Condotta aziendale	Si rimanda al <a href="#">CODICE ETICO</a>	SOCI

## C9 – Rapporto di diversità di genere negli organi di governo

Il Consiglio di Amministrazione di Pasticceria Filippi è composto da 4 Soci (3 di genere maschile e uno di genere femminile) come descritto al capitolo [La governance](#). L'indice di diversità di genere del CdA è pertanto pari a 0,33.



## AMBIENTE

### B3 – Energia ed emissioni di gas a effetto serra

Di seguito sono illustrati i consumi di elettricità e gas naturale utilizzato per il riscaldamento convertiti secondo apposito fattore di conversione<sup>22</sup>.

2024	Consumo di energia rinnovabile (MWh)	Consumo di energia non rinnovabile (MWh)	Consumo totale di energia (MWh)
Elettricità	462,791	/	462,791
Gas naturale	/	834,11	834,11
TOTALE	462,791	834,11	1.296,901

Di seguito si riportano le emissioni di gas a effetto serra (GHG) derivanti dalle attività dell'impresa calcolate da Climate Partner in conformità allo standard GHG e suddivise in SCOPE 1 (emissioni dirette da fonti di proprietà o controllate), SCOPE 2 (emissioni indirette derivanti dall'energia acquistata dall'azienda) e SCOPE 3 parziale (emissioni che non sono sotto il controllo diretto dell'azienda). Vedere capitolo LAVORARE ATTIVAMENTE PER LA SALVAGUARDIA DELL'AMBIENTE per approfondimenti.

	2024 Emissioni di gas serra (tCO2e)
SCOPE 1	215,58
SCOPE 2 (location based)	88,98
SCOPE 2 (market based)	0,00
SCOPE 3	122,50
TOTALE SCOPE 1 + SCOPE 2 (market based) + SCOPE 3	338,08
INTENSITA' GHG <sup>22</sup>	0,00002628 (TON DI CO <sub>2</sub> EQ) / (€)

### C3 – Obiettivi di riduzione GHG e transizione climatica

Gli obiettivi di riduzione relativi a Scope 1, Scope 2 e Scope 3 assieme alle misure implementate per raggiungerli sono consultabili al [seguito link](#). Di seguito si riportano gli obiettivi di riduzione prefissati:

	ANNO OBIETTIVO	VALORE DELL'ANNO OBIETTIVO	ANNO BASE	VALORE DELL'ANNO BASE	UNITÀ DI MISURA DEL VALORE OBIETTIVO
Scope 1 e 2	2027	0,230	2023	0,242	Tonn CO2e / Tonn prodotto
Scope 3	2027	0,100	2023	0,102	Tonn CO2e / Tonn prodotto

Le principali azioni che Pasticceria Filippi intende intraprendere per ridurre le proprie emissioni sono in parte consultabili al capitolo LAVORARE ATTIVAMENTE PER LA SALVAGUARDIA DELL'AMBIENTE e all'interno del piano di transizione ecologica dell'azienda che nell'arco temporale 2023-2030 si esprime nelle seguenti azioni prioritarie:

#### A. Energia e Clima

- Estensione impianto fotovoltaico: Progettazione di una nuova area produttiva che ospiti un secondo impianto. (progetto realizzato nel 2024)
- Acquisto di energia 100% rinnovabile certificata (GO – Garanzia d'Origine).
- Programma di compensazione CO<sub>2</sub> rafforzato tramite progetti internazionali certificati e azioni locali.
- Efficientamento della produzione
- Implementazione di un sistema di Smart factory
- Sostituzione attrezzature e macchinari con altri nuovi più efficienti.

#### B. Risorse e Rifiuti

- Recupero scarti alimentari: implementazione di un sistema per la reimmissione sul mercato degli scarti estetici (canali solidali, vending etico).
- Progetto Ecologioc: sviluppo di una linea di packaging educativo/riutilizzabile.
- Ottimizzazione dei materiali utilizzati per il packaging per consentire il 100% di componenti riciclabili e scegliere materiali meno inquinanti.
- Fornitori locali: favorire l'acquisto di materie prime e sussidiarie da fornitori locali (laddove possibile).

#### C. Mobilità Sostenibile

- Bonus mobilità per dipendenti: incentivo per chi usa bici o carpooling.

### C4 – Rischi climatici

Questi aspetti sono stati affrontati con l'analisi degli impatti, dei rischi e delle opportunità descritta nel dettaglio al paragrafo [I nostri principali Impatti, Rischi e Opportunità \(IRO\)](#)

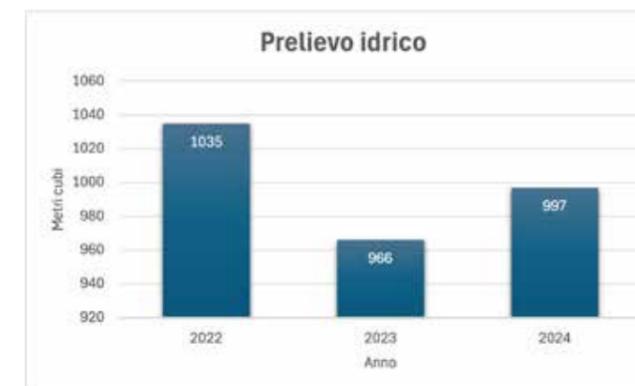
### B4 – Inquinamento di aria, acqua e suolo

Pasticceria Filippi esegue regolarmente tramite il proprio fornitore i controlli delle emissioni di gas in atmosfera; i rapporti vengono caricati dal fornitore stesso sulla banca dati del ministero dell'ambiente come previsto dalla legge. Non ci sono state emissioni di gas climalteranti in atmosfera nel corso del 2024.

### B6 – Acqua

Pasticceria Filippi si trova in una zona a medio alto stress idrico<sup>23</sup>.

Di seguito si presenta il dato relativo al prelievo idrico dell'azienda nel 2022, 2023 e 2024.



<sup>21</sup> CDP Technical Note: Conversion of fuel data to MWh: [https://cdn.cdp.net/cdp-production/cms/guidance\\_docs/pdfs/000/000/477/original/CDP-Conversion-of-fuel-data-to-MWh.pdf?1479755175](https://cdn.cdp.net/cdp-production/cms/guidance_docs/pdfs/000/000/477/original/CDP-Conversion-of-fuel-data-to-MWh.pdf?1479755175)

<sup>22</sup> Il valore totale in kg di CO<sub>2</sub> eq utilizzato per il calcolo è dato dalla somma delle emissioni di scope 1, scope 2 marked based e scope 3.

<sup>19</sup> WRI's Aqueduct Water Risk Atlas: [https://www.wri.org/applications/aqueduct/water-risk-atlas/#/?advanced=false&basemap=hydro&indicator=w\\_awr\\_def\\_tot\\_cat&lat=30&lng=-80&mapMode=view&month=1&opacity=0.5&ponderation=DEF&predefined=false&projection=absolute&scenario=optimistic&scope=baseline&threshold&timeScale=annual&year=baseline&zoom=3](https://www.wri.org/applications/aqueduct/water-risk-atlas/#/?advanced=false&basemap=hydro&indicator=w_awr_def_tot_cat&lat=30&lng=-80&mapMode=view&month=1&opacity=0.5&ponderation=DEF&predefined=false&projection=absolute&scenario=optimistic&scope=baseline&threshold&timeScale=annual&year=baseline&zoom=3)

**B7 - Uso delle risorse, economia circolare e gestione dei rifiuti**

Maggiori informazioni relativamente all'uso delle risorse, ai propri prodotti e sull'uso dei materiali sono riportati nei capitoli UTILIZZARE MATERIE PRODOTTE CON METODI SOSTENIBILI, VERIFICA E TRACCIABILITÀ DEL CICLO DI VITA, LAVORARE ATTIVAMENTE PER LA SALVAGUARDIA DELL'AMBIENTE.

Di seguito si riportano i rifiuti prodotti nel 2024. Maggiori informazioni sono riportate al capitolo LAVORARE ATTIVAMENTE PER LA SALVAGUARDIA DELL'AMBIENTE. Non sono stati prodotti rifiuti pericolosi o radioattivi.

Rifiuti prodotti (in Kg)		
Totale rifiuti prodotti, di cui:		
	Rifiuti destinati a riciclo o riuso	Rifiuti destinati allo smaltimento
<b>Rifiuti non pericolosi</b>		
150101 Carta e cartone	34.540	
150102 imballaggi in plastica	540	
150104 Imballaggi metallici	1.980	
150106 imballaggi in materiali misti	4.990	
170405 ferro e acciaio		2100
160216 – componenti rimossi da apparecchiature fuori uso	55	
080318 – toner per stampa esauriti	80	
170904 Rifiuti misti dell'attività di costruzione e demolizione		1.240
<b>Totale rifiuti (Kg)</b>	<b>42.185</b>	<b>4020</b>

Il flusso di massa totale annuo dei materiali pertinenti utilizzati è di 85.818 tonnellate.



**METRICHE SOCIALI**

**B8 – Forza lavoro, caratteristiche generali**

Il lavoro di Pasticceria Filippi segue un andamento stagionale e per tale motivo l'azienda assume tramite agenzie interinali lavoratori stagionali (con contratti a tempo determinato) nei periodi produttivi.

Nella tabella seguente sono rendicontate le caratteristiche generali dei lavoratori presenti in Pasticceria Filippi nel corso del 2024.

La tipologia di contratto varia tra determinato, indeterminato e stagionali assunti tramite agenzia interinale.

TIPO DI CONTRATTO	NUMERO DI DIPENDENTI NEL 2024
Determinato	5
Indeterminato	28
Stagionale	90
<b>TOTALE</b>	<b>123</b>

GENERE <sup>24</sup>	NUMERO DI DIPENDENTI NEL 2024
Uomo	22
Donna	101
Altro	0
Non riportato	0
<b>TOTALE</b>	<b>123</b>

Per approfondimenti si rimanda al capitolo [ASSUNZIONI CHE SVILUPPINO L'INCLUSIONE SOCIALE](#).

Il tasso di abbandono registrato nel 2024 tra i lavoratori di Pasticceria Filippi, considerando i lavoratori con contratto indeterminato risulta di:

ANNO	MEDIA OCCUPAZIONALE	DIMISSIONI	TASSO DI ABBANDONO
2024	26,28	2	6,45%

**B9 – Forza lavoro, salute e sicurezza**

Nel 2024 non sono stati registrati infortuni sul lavoro.

**B10 – Forza lavoro, retribuzione, contrattazione collettiva e formazione**

Tutti i dipendenti sono coperti dal contratto collettivo nazionale di lavoro del settore artigiani e ricevono una paga uguale o superiore al minimo tabellare regolamentato dal CCNL stesso.

% di dipendenti coperti da CCNL	100%
Media ore di formazione per dipendente	27,4
Media ore di formazione per dipendenti di genere femminile	23,6*
Media ore di formazione per dipendenti di genere maschile	43,1*

\*il dato è da valutare in considerazione del fatto che i lavoratori di genere maschile rappresentano il 18% della forza lavoro, pertanto le ore di formazione erogate in proporzione alla popolazione femminile sono più rilevanti.

<sup>24</sup> Informazione sul genere ottenuta da documenti d'identità

**C5 – Ulteriori caratteristiche (general) della forza lavoro<sup>25</sup>**

Le uniche figure manageriali in azienda sono i componenti del Consiglio di amministrazione. Il rapporto donne/uomini nel Consiglio di Amministrazione di Pasticceria Filippi è di 1/3.

Tipologie di lavoratori	Numero di lavoratori autonomi e temporanei impegnati in attività di impiego
Totale lavoratori autonomi senza personale che lavorano esclusivamente per l'impresa	0
Totale lavoratori temporanei forniti da imprese impegnate principalmente in attività di impiego	91

**C6 – Metriche aggiuntive forza lavoro propria: politiche e processi sui diritti umani**

L'impresa possiede un Codice di Condotta o una Policy sui Diritti Umani per la propria forza lavoro?  
Sì, Pasticceria Filippi possiede un Codice Etico, il quale tratta le seguenti tematiche:

Tematiche affrontate nel Codice Etico di Pasticceria Filippi:	
Lavoro minorile	SI
Lavoro forzato	SI
Tratta di esseri umani	NO
Discriminazioni	SI
Prevenzione incidenti	SI
Altro	Conflitto d'interesse, tutela della privacy, libertà di associazione, tutela dell'ambiente,
L'impresa ha un meccanismo di segnalazione per la propria forza lavoro?	SI

**C7 – Gravi violazioni dei Diritti Umani**

Incidenti nella propria forza lavoro relativi a:	
Lavoro minorile	NO
Lavoro forzato	NO
Tratta di esseri umani	NO
Discriminazioni	NO
Prevenzione incidenti	NO
Altro	NO

Infine, non siamo a conoscenza di incidenti confermati che abbiano coinvolto lavoratori nella nostra catena del valore, nelle comunità interessate, tra i consumatori e gli utilizzatori finali.

<sup>25</sup> L'informativa C5 viene rendicontata in quanto i lavoratori stagionali sono considerati forza lavoro dell'azienda e pertanto il numero di dipendenti di Pasticceria Filippi supera il numero oltre il quale le presenti metriche devono essere rendicontate.



## TABELLA DI RACCORDO

MODULO BASE	SEZIONE/RIFERIMENTO/CAPITOLO	PAGINA
<b>Informazioni generali</b>		
B1 – Criteri per la redazione	B1 – <a href="#">Basi per la preparazione</a> E <a href="#">Le nostre certificazioni: una scelta di coerenza</a>	66
B2 – Pratiche, politiche e iniziative future per la transizione verso un'economia più sostenibile	B2 – <a href="#">Pratiche, politiche e iniziative future per la transizione verso un'economia più sostenibile e Politiche di Sostenibilità e GLI OBIETTIVI DI BENEFICIO SPECIFICO – RISULTATI 2024 E OBIETTIVI 2025</a>	66
<b>Metriche base - Ambiente</b>		
B3 – Energia ed emissioni di gas a effetto serra	B3 – <a href="#">Energia ed emissioni di gas a effetto serra e LAVORARE ATTIVAMENTE PER LA SALVAGUARDIA DELL'AMBIENTE</a>	68
B4 – Inquinamento di aria, acqua e suolo	B4 – <a href="#">Inquinamento di aria, acqua e suolo</a>	69
B5 - Biodiversità	Non applicabile	-
B6 - Acqua	B6 – <a href="#">Acqua</a>	69
B7 – Uso delle risorse, economia circolare e gestione dei rifiuti	B7 - <a href="#">Uso delle risorse, economia circolare e gestione dei rifiuti e UTILIZZARE MATERIE PRODOTTE CON METODI SOSTENIBILI, VERIFICA e TRACCIABILITÀ DEL CICLO DI VITA e LAVORARE ATTIVAMENTE PER LA SALVAGUARDIA DELL'AMBIENTE</a>	70
<b>Metriche base – Sociali</b>		
Metriche base – Sociali	B8 – <a href="#">Forza lavoro, caratteristiche generali e ASSUNZIONI CHE SVILUPPINO L'INCLUSIONE SOCIALE</a>	71
B9 – Forza lavoro – Salute e sicurezza	B9 – <a href="#">Forza lavoro, salute e sicurezza</a>	71
B10 – Forza lavoro – Retribuzione, contrattazione collettiva e formazione	B10 – <a href="#">Forza lavoro, retribuzione, contrattazione collettiva e formazione</a>	71
<b>Metriche base – Governance</b>		
B11 – Condanne e sanzioni per corruzione e tangenti	Non applicabile	-
MODULO COMPLETO	Sezione/riferimento/CAPITOLO	PAGINA
<b>Informazioni generali</b>		
C1 – Strategia: modello di business e sostenibilità – Iniziative correlate	C1 – <a href="#">Strategia: modello di business e sostenibilità – iniziative correlate e La nostra Storia e I nostri Stakeholder e La creazione di valore</a>	66
C2 – Descrizione di pratiche, politiche e iniziative future per la transizione verso un'economia più sostenibile	C2 – <a href="#">Descrizione di pratiche, politiche e iniziative future per la transizione verso un'economia più sostenibile</a>	67
<b>Metriche ambientali</b>		
C3 – Obiettivi di riduzione GHG e transizione climatica	C3 – <a href="#">Obiettivi di riduzione GHG e transizione climatica e LAVORARE ATTIVAMENTE PER LA SALVAGUARDIA DELL'AMBIENTE</a>	68
C4 – Rischi climatici	<a href="#">I nostri principali Impatti, Rischi e Opportunità (IRO)</a>	32
<b>Metriche sociali</b>		
C5 - Caratteristiche (generali) aggiuntive sulla forza lavoro	<a href="#">Non applicabile ma rendicontata ugualmente considerando i lavoratori somministrati come lavoratori interni C5 – Ulteriori caratteristiche (generali) della forza lavoro</a>	72
C6 – Metriche aggiuntive forza lavoro propria: politiche e processi sui diritti umani	C6 – <a href="#">Metriche aggiuntive forza lavoro propria: politiche e processi sui diritti umani</a>	72
C7 – Gravi violazioni dei Diritti Umani	C7 – <a href="#">Gravi violazioni dei Diritti Umani</a>	72
<b>Metriche di governance</b>		
C8 – Ricavi da determinati settori ed esclusione dai benchmark di riferimento dell'UE	Non applicabile	-
C9 - Rapporto di diversità di genere nell'organo di governo	C9 – <a href="#">Rapporto di diversità di genere negli organi di governo</a>	67



## NOTA METODOLOGICA

La responsabilità verso il Pianeta e la Società è da sempre il lievito della nostra cultura aziendale, facendo crescere anno dopo anno la cura e l'attenzione che riponiamo in ogni aspetto delle attività aziendali.

Per questo motivo, già nel 2024 abbiamo volontariamente scelto di rendicontare la nostra performance di sostenibilità secondo l'Exposure Draft dello standard volontario per le PMI non quotate (VSME<sup>26</sup>) pubblicato da Efrag<sup>27</sup> il 21 gennaio 2024, pur non essendo soggetti ad alcun obbligo di rendicontazione, ma riconoscendo l'importanza di integrare la comunicazione della performance economico-finanziaria dell'azienda con anche indicatori di performance ESG. A seguito dell'invio del pacchetto completo di documentazione VSME alla Commissione Europea avvenuto in data 17 dicembre 2024, abbiamo scelto di proseguire il nostro percorso di rendicontazione volontaria misurandoci con la versione finale semplificata dello standard VSME. Questo documento si pone come finalità la costruzione di una risposta esaustiva e trasversale alla maggior parte dei questionari ESG ad oggi utilizzati all'interno degli Stati membri dell'Unione Europea e anche in altri contesti extra UE, alleggerendo il carico imposto alle PMI non quotate nell'elaborazione di risultati e informazioni che ne raccontano il posizionamento rispetto a parametri di sostenibilità.

All'interno di questo report sono stati affrontati gli obblighi di informativa del modulo base (Basic Module) e del modulo omnicomprensivo (Comprehensive Module), rispondendo quindi non solo alle informazioni considerate basilari, ma aggiungendo anche altri dati utili a soddisfare altre categorie di utilizzatori e lettori, soprattutto quelli afferenti al settore finanziario. Nessuna informativa è stata omessa per motivi di riservatezza.

### Il Perimetro di rendicontazione

Il report è redatto su base individuale e riguarda le attività della Pasticceria Filippi srl Società Benefit, con sede in Italia a Zanè (VI), via Monte Pasubio 96/A.

L'arco temporale preso in esame è l'anno solare 2024, quindi dal 1° gennaio al 31 dicembre.

Pasticceria Filippi è una Società benefit dal 2016, rientrando tra le prime aziende in Italia e in Europa a riconoscere, con la modifica dello statuto societario, la necessità di formalizzare i propri impegni verso le persone, la comunità, la catena del valore e il Pianeta. Siamo consapevoli che anche la nostra azienda, pur rientrando nella categoria delle PMI, influenza la società e il territorio e allo stesso tempo si trova ad affrontare quotidianamente le sfide che il contesto socio-economico e climatico fanno ricadere sul settore produttivo. Al fine di imparare a gestire correttamente i nostri impatti, così come ad anticipare rischi e opportunità, nel 2024 abbiamo condotto

un'analisi di doppia materialità, seppur non richiesto da nessuna normativa, ma con la consapevolezza che materialità di impatto e materialità finanziaria siano strumenti funzionali e rilevanti per garantire un equilibrio economico dell'azienda nel tempo.

Nella seconda parte di questo report è stata inserita la relazione di impatto di Pasticceria Filippi, che assolve a quanto richiesto alle Società Benefit in Italia in ambito di rendicontazione dei propri impatti, l'allineamento con gli obiettivi e la definizione di nuovi target<sup>28</sup>. Le due sezioni sono volutamente distinte per chiarezza di esposizione dei contenuti ma dialogano tra di loro attraverso la metodologia dei riferimenti per inclusione, in modo da alleggerire la lettura ed evitare ripetizioni. Alla valutazione interna condotta dall'azienda si aggiunge la valutazione terza e indipendente di B Lab, attraverso l'utilizzo dello strumento B Impact Assessment, quale portale idoneo per la misurazione delle performance aziendali.

Il Team Sostenibilità è il gruppo di lavoro incaricato per l'esecuzione dei lavori di rendicontazione qui sopra descritti e che ha coinvolto responsabili delle diverse funzioni di Pasticceria Filippi per svolgere una completa e corretta raccolta delle metriche e delle informazioni.

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

### Note sul Report

La raccolta di dati e metriche è effettuata in corso d'anno ove possibile e all'inizio dell'annualità successiva utilizzando il sistema informatico interno e fogli di calcolo sviluppati su specifiche esigenze di Pasticceria Filippi. La quantità di informazioni e le dimensioni dell'azienda non suggeriscono la necessità di adottare un software dedicato.

Per il calcolo della carbon footprint di organizzazione, Pasticceria Filippi si avvale dei servizi e del metodo di calcolo sviluppato da ClimatePartner GmbH in conformità alle direttive del Greenhouse Gas Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard (Protocollo GHG). Lo stesso metodo di calcolo è stato utilizzato per il calcolo delle emissioni di Pasticceria Filippi nel 2023, 2022 e 2021 consentendo pertanto un paragone corretto e rappresentativo della performance aziendale.

Pasticceria Filippi applica il calcolo di Scope 1, 2 e di Scope 3 parziale, limitando quindi i KPI riferiti alla catena di fornitura allo stretto necessario secondo i parametri di ClimatePartner. È possibile apprendere l'analisi completa del calcolo dal profilo pubblico di Pasticceria Filippi sul portale ClimatePartner al link.

<sup>26</sup> VSME (Voluntary Standards for non listed SMEs)

<sup>27</sup> EFRAG (European Financial Reporting Advisory Group) è un'associazione privata istituita nel 2001 su iniziativa della Commissione Europea. L'obiettivo principale di EFRAG è quello di sviluppare e promuovere le opinioni europee nel campo della rendicontazione aziendale, sia finanziaria che di sostenibilità, contribuendo al progresso in questo settore.

<sup>28</sup> Legge n.208 del 28/12/2015, art.1, commi 376-384



## LA TUA OPINIONE È IMPORTANTE!

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





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

