

Faba S.r.l.
PI: 05284370268

Via G. Bortolan 28
Vascon di Carbonera
31050 Treviso Italy

T. +39 0422 44 76 00
F. + 39 0422 44 77 73

info@myfaba.com
www.myfaba.com

RELAZIONE DI IMPATTO

2025

FABA





Lettera agli stakeholder	4
1. Introduzione	6
1.1 La relazione di impatto	6
1.2 Metodologia, strumenti e perimetro di analisi	6
1.3 Chi siamo	9
2. L'impatto.....	12
2.1 Impact statement	12
2.2 Impact value chain.....	14
2.3 I beneficiari del nostro impatto.....	16
3. Valutazione dell'impatto	18
3.1 Future generazioni e impatto educativo.....	18
3.2 Benessere lavorativo e cultura interna	22
3.3 Ambiente e design sostenibile	27
4. Relazione con la comunità educativa e fornitori	33
4.1 Relazione con la comunità educativa	33
4.2 Governance sostenibile e valutazione fornitori.....	34
5. Conclusione	37
5.1 Sintesi valutativa e obiettivi futuri.....	37
5.2 Closing statement.....	43

Faba S.r.l.
PI: 05284370268

Via G. Bortolan 28
Vascon di Carbonera
31050 Treviso Italy

T. +39 0422 44 76 00
F. + 39 0422 44 77 73

info@myfaba.com
www.myfaba.com



Lettera agli stakeholder

Il 2025 è stato un anno di consolidamento e maturazione. Dopo la forte fase di espansione che ha accompagnato il lancio di FABA+ e l'evoluzione della nostra piattaforma, l'esercizio appena concluso ha richiesto disciplina, metodo e capacità di esecuzione. Abbiamo scelto di concentrarci sulla solidità del prodotto, sulla qualità dell'esperienza utente e sull'efficienza operativa, privilegiando stabilità e sostenibilità rispetto a una crescita accelerata.

Faba nasce con una visione chiara: offrire ai bambini/e uno spazio di immaginazione libero dagli schermi, attraverso contenuti audio di qualità e un'esperienza fisica semplice e sicura. Nel 2025 questa visione è rimasta il nostro punto fermo, mentre abbiamo lavorato per rafforzare l'infrastruttura tecnologica, ottimizzare i processi e migliorare ulteriormente l'affidabilità del sistema.

L'aggiornamento continuo del firmware di FABA+ e dell'app MyFaba ha rappresentato un investimento strategico. La tecnologia, per noi, non è un fine ma uno strumento: deve essere invisibile, stabile e al servizio dell'esperienza del bambino e della serenità dei genitori. Nel corso dell'anno abbiamo consolidato questa base, creando le condizioni per un'evoluzione qualitativa nei prossimi esercizi. Sul piano organizzativo, il 2025 ha segnato un ulteriore passo verso la maturità aziendale. Abbiamo lavorato sulla struttura, sui processi decisionali e sul controllo di gestione, con l'obiettivo di rendere Faba un'impresa sempre più solida, capace di sostenere investimenti nel medio-lungo periodo.

L'internazionalizzazione è proseguita con attenzione e selettività. Il nostro approccio non è stato quello dell'espansione indiscriminata, ma della costruzione di presenze coerenti, sostenibili e supportate da adeguata struttura operativa.

In qualità di Società Benefit e B Corp, continuiamo a integrare obiettivi economici e impatto positivo. Il 2025 non è stato un anno di dichiarazioni, ma di lavoro concreto: miglioramento dei processi, attenzione alla filiera, monitoraggio degli indicatori e



rafforzamento della governance. La credibilità si costruisce nella coerenza tra ciò che si comunica e ciò che si realizza. Il mercato dei dispositivi audio per l'infanzia evolve rapidamente e vede l'ingresso di nuovi operatori. La nostra risposta non è stata l'inseguimento di logiche di breve termine, ma l'investimento sulla qualità del prodotto, sulla profondità delle partnership editoriali e sulla relazione con la nostra community di famiglie.

Faba chiude il 2025 più consapevole, più strutturata e più stabile. Abbiamo rafforzato le fondamenta per affrontare le prossime fasi di crescita con maggiore equilibrio tra ambizione e prudenza.

Guardiamo al futuro con realismo e fiducia, convinti che la combinazione tra solidità economica, qualità educativa e responsabilità sociale sia la chiave per costruire valore duraturo.

Matteo Fabbrini
CEO, Faba



1. Introduzione

1.1 La relazione di impatto

La Relazione di impatto è il documento annuale che misura e presenta agli stakeholder i principali risultati nella generazione di impatto conseguiti da Faba S.r.l.

Per noi è fondamentale accrescere la nostra trasparenza e comunicare ufficialmente il nostro impatto a tutti gli stakeholder.



La struttura

La prima parte di questo documento ha lo scopo di raccontare chi siamo, cosa facciamo e quali sono gli impatti che strategicamente ci poniamo l'obiettivo di realizzare.

La seconda sezione illustra la nostra catena d'impatto e identifica i principali beneficiari verso i quali sono dirette le nostre azioni.

La terza parte approfondisce la descrizione delle 3 aree di beneficio comune individuate dall'azienda, fornendo una spiegazione specifica di ogni dimensione attraverso l'analisi di input, attività, output e outcome.

Il quarto capitolo approfondisce l'impegno di Faba relativo alla comunità educativa e al rapporto con i fornitori, impegno che va oltre il perseguimento delle tre principali aree di beneficio comune.

La quinta e ultima parte, infine, presenta una sintesi dei risultati conseguiti e delinea gli obiettivi futuri che ci siamo posti di raggiungere.

1.2 Metodologia, strumenti e perimetro di analisi

La metodologia adottata da Faba S.r.l. per valutare l'impatto delle proprie attività si fonda su un approccio integrato, volto a garantire la massima trasparenza, misurabilità e un orientamento al miglioramento continuo. Questo processo ci



permette di quantificare il valore sostenibile generato per i nostri stakeholder, per la società e per l'ambiente.

Per mappare accuratamente il nostro operato, abbiamo analizzato sistematicamente tutte le attività svolte da Faba all'interno di ciascuna area di impatto. La costruzione della nostra *Impact Value Chain* ha permesso di scomporre ogni processo secondo quattro dimensioni fondamentali:

- Risorse impiegate (Input): abbiamo valutato per ogni area di impatto le risorse umane, economiche e tecnologiche impiegate;
- Attività svolte: per ogni area di impatto sono state analizzate le principali attività messe in atto;
- Output (risultati immediati): abbiamo mappato i risultati tangibili e misurabili derivanti dalle attività;
- Outcome (cambiamenti generati a lungo termine): abbiamo valutato gli effetti di medio-lungo periodo, ovvero i cambiamenti reali e duraturi prodotti sia all'interno dell'organizzazione che sulla comunità di riferimento.

L'obiettivo di questa valutazione non è puramente rendicontativo. Per Faba misurare l'impatto significa innanzitutto attivare un processo di revisione interna e di apprendimento continuo, capace di affinare la nostra proposta di valore e rendere la generazione di beneficio comune un elemento sempre più intenzionale e strategico.

A garanzia del rigore e dell'affidabilità scientifica del metodo, il nostro impegno è costantemente allineato agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) delle Nazioni Unite, che fungono da bussola per orientare le nostre scelte future verso un modello di business sempre più responsabile.

Modello di valutazione

Lo standard di valutazione adottato da Faba S.r.l. è stato redatto in ottemperanza a quanto previsto dalle normative italiane sulle Società Benefit, che richiedono una rendicontazione trasparente e completa del nostro impatto. In particolare, con riferimento all'Allegato 4 citato all'Art. 1 comma 378 della Legge sulle Società Benefit.

Nello specifico, il modello è:

- stato articolato per fornire una valutazione esauriente e articolata dell'impatto della società e delle sue azioni nel perseguimento delle proprie finalità di beneficio comune;
- basato su uno standard costruito attraverso un approccio scientifico e multidisciplinare;
- trasparente, poiché le informazioni più rilevanti dello stesso, quali criteri, strumenti e metodologia utilizzati, sono oggetto di analisi all'interno della presente relazione di impatto.

Ma il nostro lavoro non si ferma qui. La valutazione d'impatto non è solo un momento di rendicontazione: è un'occasione per riflettere, imparare e migliorare. Ogni dato raccolto e ogni feedback ricevuto rappresentano per noi uno strumento prezioso per crescere e affinare le nostre pratiche, continuando a costruire un percorso di sostenibilità solido, responsabile e condiviso.

Con questa metodologia, puntiamo non solo a monitorare il nostro progresso verso le finalità di beneficio comune, ma a trasformare ogni sfida in un'opportunità di innovazione e cambiamento positivo. È un processo in continua evoluzione, che ci impegniamo a portare avanti con trasparenza, determinazione e apertura al dialogo.

Strumenti e perimetro di analisi

Per l'analisi delle aree di impatto di Faba, abbiamo adottato un approccio che unisce il coinvolgimento diretto degli stakeholder interni principali e una valutazione approfondita degli effetti generati lungo l'intera value chain aziendale.

Lo strumento fondamentale per la nostra analisi delle aree di impatto è stata l'impact value chain. Questo strumento traccia il legame tra le risorse messe in gioco (*input*), le attività intraprese, i risultati immediati (*output*) e i cambiamenti significativi attesi nel medio termine (*outcome*), creando una catena logica che consente di comprendere come ogni risorsa impiegata si traduca, attraverso azioni concrete, in valore educativo e sociale per bambini/e e famiglie.

L'Impact Value Chain è stata applicata alle tre principali aree di beneficio comune definite all'interno dello Statuto aziendale, che rappresentano il cuore del nostro impegno come Società Benefit:



- Area delle future generazioni: finalizzata a stimolare lo sviluppo cognitivo e creativo attraverso contenuti educativi di qualità;
- Area del benessere lavorativo: volta a promuovere l'equilibrio vita-lavoro e la crescita dei nostri collaboratori;
- Area dell'ambiente: focalizzata sulla creazione di prodotti durevoli e sull'uso responsabile delle risorse per abbattere gli sprechi.

Oltre a questi pilastri, la nostra rendicontazione si estende ad altri ambiti fondamentali descritti negli impegni statutari. Nel quarto capitolo, infatti, vengono approfonditi i temi relativi alla relazione con la comunità educativa e alla gestione responsabile delle relazioni con i fornitori, illustrando come la nostra visione d'impatto coinvolga l'intero ecosistema in cui Faba opera.

Attraverso questo modello, Faba non solo illustra come intende generare valore aggiunto, ma garantisce la misurabilità dei risultati ottenuti. Questo approccio offre una chiave di lettura trasparente dei benefici generati e costituisce una solida base per il miglioramento continuo e per un'innovazione sempre più responsabile.



1.3 Chi siamo

Faba S.r.l. è una società italiana nata nel 2022 con una missione ambiziosa e concreta: rivoluzionare l'educazione e l'intrattenimento dei bambini/e attraverso una piattaforma interattiva senza schermi. In un momento storico in cui i più piccoli sono sempre più esposti a smartphone, tablet e televisione, Faba offre un'alternativa capace di stimolare l'immaginazione, la curiosità e le competenze cognitive, rendendo l'ascolto dei contenuti audio una pratica diffusa e piacevole.

L'idea nasce dall'esperienza diretta dei fondatori come genitori: accompagnare i bambini/e nel loro percorso di crescita con strumenti pensati davvero per loro, che rispettino i loro ritmi e li trattino da bambini/e. Faba non demonizza la tecnologia, ma la mette al servizio di un'esperienza autentica, creativa e formativa.

La nostra storia e la nostra crescita

In pochi anni, Faba ha conosciuto una crescita straordinaria: oltre 480.000 dispositivi venduti, più di 2,4 milioni di prodotti audio distribuiti, 2.000 punti vendita attivi, e un fatturato che nel 2025 ha superato i 13 milioni di euro. I risultati parlano anche di impatto reale: il 76% dei bambini/e che posseggono un dispositivo FABA lo usano una o più volte al giorno, il 94,4% dei genitori ne riconosce l'efficacia nel ridurre il tempo trascorso davanti agli schermi e, secondo una ricerca dell'Università degli Studi di Trieste, l'utilizzo di FABA è associato a un incremento del 46% nella dimensione del vocabolario complessivo e del 61% nella comprensione del lessico specifico dei contenuti ascoltati.



Missione, visione e valori

La visione di Faba è quella di un mondo in cui apprendimento e divertimento si fondono per ispirare generazioni curiose e appassionate. La missione è offrire ai bambini/e, e alle famiglie che li accompagnano, uno spazio sicuro, inclusivo e stimolante in cui crescere, esplorare e sviluppare il meglio di sé.

I valori che guidano ogni nostra scelta sono:

- apprendimento come esperienza gioiosa e gratificante;
- la sicurezza dei bambini/e come priorità assoluta;
- l'inclusività come impegno affinché ogni bambino/a e ogni famiglia si senta davvero benvenuta;
- l'ascolto, inteso come pratica fondamentale sia verso i piccoli sia verso chi lavora con noi;
- l'immaginazione, da nutrire ogni giorno attraverso storie, musica e contenuti di qualità;
- l'impatto, come responsabilità nei confronti delle comunità che serviamo;
- la sostenibilità, come orientamento strutturale nelle scelte aziendali.

Nel febbraio 2025, Faba ha adottato la forma di Società Benefit ai sensi della L. 208/2015, modificando il proprio statuto al fine di formalizzare e rendere giuridicamente vincolante l'impegno della Società verso la creazione di valore condiviso per tutti i propri portatori di interesse.

A settembre dello stesso anno ha inoltre conseguito la certificazione B Corp, rilasciata da B Lab, superando la valutazione prevista dal B Impact Assessment - standard riconosciuto a livello internazionale che soddisfa i requisiti di

esaustività, indipendenza, credibilità e trasparenza previsti dall'Allegato 4 annesso alla L. 208/2015.

Si segnala che, in prossimità del conseguimento della certificazione, B Lab ha pubblicato il B Lab Standard V2, una nuova versione del framework valutativo destinata a sostituire i criteri sulla base dei quali Faba è stata valutata e certificata.

L'azienda ha preso atto dell'evoluzione del quadro di riferimento e si impegna ad allineare la propria valutazione ai nuovi standard in occasione del prossimo ciclo di ricertificazione.

La certificazione B Corp rappresenta per Faba non un punto di arrivo, ma la conferma di una direzione che abbiamo scelto fin dall'inizio: fare impresa in modo responsabile, mettendo persone, bambini/e e pianeta al centro di ogni decisione.



Il prodotto

Il cuore dell'offerta FABA è il suo ecosistema composto da un dispositivo audio e da personaggi sonori tridimensionali che, una volta posizionati, avviano la riproduzione dei contenuti. Progettato per essere utilizzato in totale autonomia anche dai più piccoli, il dispositivo offre un'interfaccia intuitiva che esclude l'uso di schermi e la necessità di una connessione internet costante, garantendo un ambiente di gioco sicuro e focalizzato.

L'evoluzione tecnologica di questa visione trova la sua massima espressione in FABA+, il modello interattivo studiato per offrire un'esperienza ancora più coinvolgente e personalizzata. Grazie a un design ricercato e a funzionalità innovative, FABA+ amplifica l'immaginazione e favorisce l'apprendimento, trasformando l'ascolto in un momento di crescita attiva.

Ogni contenuto del mondo FABA è pensato per accompagnare i bambini/e e le bambine dai 0 ai 10 anni nel loro percorso di sviluppo, stimolando il linguaggio e l'alfabetizzazione emotiva. Il catalogo vanta oltre 200 titoli disponibili in quattro lingue (italiano, francese, spagnolo e inglese), articolati in sette linee principali:

- Personaggi sonori
- Dischi sonori
- Libri con audiolibro
- Peluche sonori
- Kit creativi
- Giochi

- Contenuti digitali

Faba opera in una doppia veste strategica: come editore di contenuti originali attraverso la linea *FABA Original* e come piattaforma distributiva per oltre 40 partner editoriali di prestigio internazionale. Collaborazioni con realtà come Disney, Universal Music Group, Mondadori, Giunti, Penguin Random House, e brand iconici come Pimpa, Peppa Pig e Paw Patrol, confermano l'impegno dell'azienda nel proporre un intrattenimento di qualità capace di lasciare un segno duraturo nella formazione delle nuove generazioni.



2. L'impatto

2.1 Impact statement

Per Faba, la crescita non si misura solo attraverso i risultati economici, ma nella capacità di generare un valore reale per le persone, le comunità e l'ambiente. In qualità di Società Benefit e certificata B Corp, il nostro impegno va strutturalmente oltre il beneficio economico: la nostra missione è bilanciare il profitto con un impatto positivo, concreto e misurabile sulla società. Il 2025 ha segnato un momento di maturazione fondamentale in questo percorso: abbiamo consolidato la nostra visione redigendo la nostra prima Relazione d'Impatto. Questo documento è il risultato di un processo profondo di ascolto dei nostri stakeholder e definisce tre aree di impatto strategiche, nate dalla volontà di contribuire attivamente al benessere della collettività e di agire come forza rigeneratrice per il futuro.

Area 1 - Future generazioni e impatto educativo

Accompagnare la crescita delle nuove generazioni è una responsabilità tanto delicata quanto preziosa. Attraverso questa area, Faba si impegna a misurare e valorizzare l'impatto educativo e sociale dei propri prodotti, mettendo al centro i bisogni evolutivi dei bambini e delle bambine e riconoscendo il ruolo attivo delle famiglie nei percorsi di apprendimento. Attraverso l'ascolto costante delle comunità educative, la collaborazione con esperti del mondo pedagogico e la raccolta di dati qualitativi e quantitativi, vogliamo comprendere nel profondo come i contenuti FABA contribuiscano allo sviluppo

dell'immaginazione, del linguaggio, dell'autonomia e delle competenze socio-emotive dei più piccoli. Per noi, non si tratta solo di valutare "quanto funziona" un prodotto, ma di dare valore a ciò che costruisce legami, stimola la curiosità e crea momenti significativi tra grandi e piccoli. In questa prospettiva, misurare l'impatto educativo diventa un atto generativo: un modo per progettare consapevolmente il presente con lo sguardo rivolto al futuro, contribuendo alla crescita di una generazione più consapevole e felice.

Area 2 - Benessere lavorativo e cultura interna

Crediamo fermamente che il benessere delle persone sia l'elemento chiave per la vitalità e la sostenibilità di ogni organizzazione. Per questo, quest'area si concentra sulla promozione di una cultura interna fondata sull'ascolto, sull'equilibrio tra vita privata e lavoro, sulla cura delle relazioni e sulla valorizzazione delle diversità individuali.

Attraverso azioni mirate di monitoraggio, iniziative di welfare e percorsi di sviluppo personale e professionale, vogliamo coltivare ambienti di lavoro positivi, inclusivi e stimolanti. Il nostro obiettivo è favorire un senso di appartenenza autentico e duraturo, rafforzando la motivazione, la fiducia e l'ingaggio delle persone che ogni giorno contribuiscono con passione alla crescita di Faba.

Area 3 - Ambiente e design sostenibile

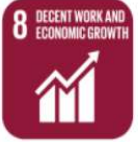
Promuovere un approccio integrato alla sostenibilità ambientale significa per noi ripensare il modo in cui progettiamo, produciamo e operiamo, tenendo conto dell'intero ciclo di vita dei nostri prodotti e servizi. Questa area di impatto si concentra sulla misurazione e sulla riduzione sistematica degli impatti ambientali lungo tutta la catena del valore.

Poniamo un'attenzione particolare al design sostenibile, all'efficienza delle risorse, alla gestione responsabile dei materiali e alla transizione verso modelli circolari. Attraverso strumenti di analisi e monitoraggio, percorsi di sensibilizzazione e progetti di innovazione ecocompatibile, vogliamo attivare processi di miglioramento continuo coinvolgendo attivamente fornitori, partner e stakeholder strategici. L'obiettivo finale è generare un valore ambientale condiviso, integrando le logiche ESG (Environmental, Social, Governance) nelle scelte



quotidiane per contribuire a un futuro più resiliente, equo e rigenerativo.



Gli obiettivi di beneficio comune	Descrizione dell'area di impatto	SDGs collegati
Future generazioni e impatto educativo	Misurare e valorizzare l'impatto educativo e sociale dei prodotti FABA su bambini/e e famiglie, favorendo esperienze significative, inclusive e di crescita condivisa.	
Benessere lavorativo e cultura interna	Monitorare e migliorare l'equilibrio vita-lavoro e il benessere del personale.	 
Ambiente e design sostenibile	Misurare e ridurre impatti ambientali lungo la catena del valore.	 

2.2 Impact value chain

L'impact value chain rappresenta in modo chiaro e logico la strategia di impatto di Faba, tracciando il legame tra i bisogni dei nostri stakeholder, le attività aziendali intraprese e gli effetti concreti che queste generano, contribuendo a creare un impatto positivo per l'ambiente e la società. Questo strumento permette di comprendere come le risorse messe in gioco (input) si trasformano in attività, producono risultati immediati (output) e portano a cambiamenti significativi e duraturi nel medio termine (outcome).

Attraverso l'impact value chain, Faba illustra come ha intenzione di generare valore aggiunto, garantendo al contempo la misurabilità dei risultati ottenuti. Questo approccio non solo

offre una chiave per valutare e raccontare in modo trasparente i benefici generati, ma costituisce anche una solida base per un miglioramento continuo e per promuovere un'innovazione responsabile. In definitiva, l'impact value chain rappresenta uno strumento cruciale per guidare le nostre azioni future, allineando le stesse ai nostri obiettivi di sostenibilità e responsabilità verso l'ambiente e la società.



Area	Input	Attività	Output	Outcome
Future generazioni e impatto educativo	Risorse umane interne: dipendenti Faba	Ascolto sistemico e collaborazione continua con esperti del mondo pedagogico per co-progettare i contenuti	N. contenuti sviluppati con esperti del settore educativo	N. contenuti usciti con esperti del settore educativo
	Risorse umane esterne: esperti del mondo pedagogico ed educativo (pedagogisti, psicologi dello sviluppo).	Sviluppo e produzione di contenuti audio mirati allo sviluppo di immaginazione, linguaggio, autonomia e competenze socio-emotive	N. contenuti sviluppati a supporto della genitorialità	N. contenuti usciti a supporto della genitorialità
	Comunità di riferimento: genitori, insegnanti e l'intera comunità educativa.	Progettazione di contenuti specifici a supporto della genitorialità	N. risposte alla survey raccolte / totale di survey inviate	Tasso di soddisfazione: qualità complessiva dei contenuti FABA
	Risorse finanziarie: budget allocato per la ricerca e lo sviluppo dei contenuti educativi			
Benessere lavorativo e cultura interna	Risorse umane (interne): dipendenti Faba.	Somministrazione e analisi di survey per valutare il clima aziendale e i bisogni del personale.	N. survey di clima aziendale somministrate.	Miglioramento del punteggio della survey di clima aziendale rispetto all'anno precedente.
	Risorse finanziarie: budget allocato per lo sviluppo del personale.	Iniziative di welfare e percorsi di sviluppo personale/professionale (es. welfare,	N. iniziative realizzate legate al benessere	Crescita del senso di appartenenza e del



Area	Input	Attività	Output	Outcome
		NENA, mensa aziendale).	aziendale (es. welfare, sport day, NENA, team building, smart working).	benessere percepito.
Ambiente e design sostenibile	Risorse umane interne: team R&D, Supply Chain, Qualità e team Sostenibilità	Attività di eco-design, R&D e progettazione dei prodotti verso l'uso di materiali riciclati (per prodotti e packaging).	% totale di materiale riciclati nei prodotti	% di materiali riciclati dei prodotti venduti nell'anno
	Risorse finanziarie: investimenti dedicati all'eco-design (audit, certificazioni GRS, R&D test).	Riduzione del peso degli imballaggi. Esecuzione di audit sui prodotti e certificazioni GRS.	% totale di packaging riciclato	% di packaging (carta) riciclato contenuto nei prodotti venduti

2.3 I beneficiari del nostro impatto

Faba ha identificato con i beneficiari diretti e indiretti del proprio impatto, riconoscendo che ogni azione intrapresa genera valore per molteplici stakeholder, sia interni che esterni all'azienda. La nostra strategia di sostenibilità e responsabilità è pensata per creare benefici tangibili e duraturi, rispondendo ai bisogni delle persone, delle comunità e dell'ambiente.

Riteniamo che il valore creato debba essere distribuito equamente tra tutti i nostri stakeholder. La nostra visione si basa su un modello di impresa che pone al centro il dialogo, la trasparenza e la collaborazione, riconoscendo che solo lavorando insieme possiamo affrontare le sfide più grandi e costruire un futuro più equo e sostenibile.

Riflettendo più a fondo sui benefici comuni che generiamo attraverso la nostra mission abbiamo identificato i beneficiari diretti e indiretti dei nostri obiettivi di impatto aziendali.

Beneficiari diretti	Beneficiari indiretti
Con il termine beneficiari diretti si intendono coloro che traggono un beneficio diretto dalle attività e dal raggiungimento degli obiettivi di impatto che Faba prevede.	I beneficiari indiretti invece, sono coloro che non beneficiano in maniera diretta dai risultati delle attività, ma avranno comunque dei vantaggi dal raggiungimento degli obiettivi d'impatto di Faba.



Obiettivo di impatto	Beneficiari diretti	Beneficiari indiretti
Future generazioni e impatto educativo	bambini e bambine, genitori, educatori, educatrici e famiglie.	Il sistema educativo, la società nel suo complesso, le generazioni future.
Benessere lavorativo e cultura interna	Dipendenti e collaboratori/trici di Faba.	I familiari dei dipendenti, la comunità locale.
Ambiente e design sostenibile	Clienti che acquistano i prodotti.	Il pianeta, le comunità locali, le generazioni future.
Relazione con la comunità educativa	Scuole, biblioteche, insegnanti ed educatori/trici, partner commerciali.	bambini/e che usufruiscono dei prodotti, famiglie dei bambini/e, comunità locali.
Governance sostenibile e valutazione fornitori	Fornitori dei Tier 1, 2 e 3	I dipendenti dei fornitori, stakeholder dei fornitori

3. Valutazione dell'impatto

3.1 Future generazioni e impatto educativo

Impatto

Misurare e valorizzare l'impatto educativo e sociale dei prodotti FABA su bambini/e e famiglie, favorendo esperienze significative, inclusive e di crescita condivisa.



Accompagnare la crescita delle nuove generazioni è una responsabilità tanto delicata quanto preziosa. Faba ha fatto di questa responsabilità il cuore della propria missione aziendale, progettando prodotti e contenuti audio pensati per stimolare lo sviluppo cognitivo, linguistico, emotivo e relazionale dei bambini/e e delle bambine dai 0 ai 10 anni, in un contesto libero dagli schermi.

Con questa area di impatto, l'azienda si impegna a misurare e valorizzare l'impatto educativo e sociale dei propri prodotti, mettendo al centro i bisogni evolutivi dei più piccoli e il ruolo attivo delle famiglie nei percorsi di apprendimento. Non si tratta solo di valutare "quanto funziona" un prodotto, ma di dare valore a ciò che costruisce legami, stimola la curiosità e crea momenti significativi tra grandi e piccoli.

Fin dalla nascita dell'azienda nel 2022, Faba ha scelto di affiancare la dimensione ludica a quella educativa, adottando un approccio di *edutainment* che integra intrattenimento e apprendimento. I contenuti audio, audiolibri, fiabe, filastrocche, canzoni e percorsi educativi, vengono sviluppati attraverso un processo di ascolto sistemico e collaborazione continua con esperti del mondo pedagogico: pedagogisti, psicologi dello sviluppo e professionisti dell'educazione che co-progettano i materiali insieme al team interno di Faba.

Il catalogo, che oggi conta oltre 200 titoli disponibili in quattro lingue (italiano, francese, spagnolo e inglese) grazie alla collaborazione con oltre 40 partner editoriali, è articolato per rispondere alle diverse fasi di crescita e alle molteplici



dimensioni dello sviluppo infantile: immaginazione, linguaggio, autonomia e competenze socio-emotive. A queste si aggiungono contenuti specifici a supporto della genitorialità, pensati per offrire alle famiglie strumenti concreti di accompagnamento nel percorso educativo.

Faba crede che misurare il proprio impatto educativo non sia un esercizio di rendicontazione fine a sé stesso, ma un atto di responsabilità verso le famiglie e i bambini/e che ogni giorno scelgono i suoi prodotti. Comprendere *come e quanto* l'esperienza FABA incida realmente sullo sviluppo dei più piccoli significa poter progettare contenuti sempre più mirati, validare le scelte educative compiute e, soprattutto, restituire alle famiglie la consapevolezza del valore di ciò che vivono insieme ai propri figli.

Per questo motivo, Faba ha investito nella misurazione del proprio impatto attraverso due canali complementari: la ricerca accademica, per ottenere evidenze scientifiche rigorose, e le indagini periodiche rivolte alle famiglie, per raccogliere la voce diretta di chi vive quotidianamente l'esperienza FABA.

L'intreccio di questi due sguardi, quello scientifico e quello esperienziale, permette di costruire un quadro ricco e articolato, che va oltre il dato numerico per restituire il significato profondo dell'impatto generato.

Come detto precedentemente, la ricerca condotta in collaborazione con l'Università degli Studi di Trieste ha prodotto evidenze significative sul piano dello sviluppo linguistico:

l'utilizzo regolare dei prodotti FABA è associato a un incremento del 46% nella dimensione del vocabolario complessivo e a un miglioramento del 61% nella comprensione del lessico specifico dei contenuti ascoltati. Si tratta di risultati che confermano come l'ascolto ripetuto e attivo di storie e contenuti audio di qualità possa diventare un vero e proprio strumento di crescita, capace di arricchire il patrimonio linguistico del bambino/a e di sostenerne le competenze comunicative in modo naturale e coinvolgente.

La survey annuale condotta a gennaio 2025 sulle famiglie italiane offre una prospettiva complementare, quella dell'esperienza vissuta. Con 918 rispondenti complessivi e 675 genitori che hanno risposto alla sezione dedicata all'impatto, i risultati restituiscono un quadro coerente e incoraggiante che



testimonia il legame profondo tra Faba e la propria comunità di famiglie.

I dati raccontano innanzitutto una presenza radicata nelle routine quotidiane: il 76% delle famiglie utilizza FABA ogni giorno, con il 51% che lo fa più volte al giorno e il 25% almeno una volta. Questo dato è particolarmente significativo perché suggerisce che FABA non è percepito come un semplice giocattolo, ma come un compagno stabile della vita dei bambini/e, integrato nei momenti di gioco, di riposo e di apprendimento.

In un contesto in cui l'86,5% dei genitori si dichiara contrario o molto contrario al tempo trascorso dai figli davanti agli schermi, FABA si conferma come un'alternativa concreta e credibile: il 94,4% delle famiglie lo giudica utile o molto utile nel ridurre l'esposizione agli schermi (55,7% molto utile, 38,7% abbastanza utile). Non si tratta semplicemente di "sostituire" uno schermo, ma di offrire un'esperienza qualitativamente diversa, che stimola l'immaginazione attiva anziché la fruizione passiva. Sul piano educativo, il 90,4% dei genitori riconosce a FABA un ruolo nel supportare l'educazione e l'apprendimento del proprio figlio o della propria figlia. I dati sul piano linguistico sono particolarmente significativi: il 63,9% delle famiglie dichiara che i propri figli/e hanno imparato le parole contenute nelle storie e nelle canzoni di FABA, e il 50,5% ritiene che l'utilizzo di FABA stia accelerando l'apprendimento linguistico. Questi risultati confermano come l'ascolto attivo e ripetuto di contenuti audio di qualità non sia solo intrattenimento, ma un'esperienza capace di lasciare traccia concreta nello sviluppo del bambino.

Impact value chain

L'impact value chain rappresenta in modo chiaro e logico la strategia di impatto di Faba per l'area "Future generazioni e impatto educativo".

Input	Attività	Output	Outcome
Risorse umane interne: dipendenti Faba	Ascolto sistemico e collaborazione continua con esperti del mondo pedagogico per co-progettare i contenuti	N. contenuti sviluppati con esperti del settore educativo	N. contenuti usciti con esperti del settore educativo



Input	Attività	Output	Outcome
Risorse umane esterne: esperti del mondo pedagogico ed educativo (pedagogisti, psicologi dello sviluppo).	Sviluppo e produzione di contenuti audio mirati allo sviluppo di immaginazione, linguaggio, autonomia e competenze socio-emotive	N. contenuti sviluppati a supporto della genitorialità	N. contenuti usciti a supporto della genitorialità
Comunità di riferimento: genitori, insegnanti e l'intera comunità educativa.	Progettazione di contenuti specifici a supporto della genitorialità	N. risposte alla survey raccolte / totale di survey inviate	Tasso di soddisfazione: qualità complessiva dei contenuti FABA
Risorse finanziarie: budget allocato per la ricerca e lo sviluppo dei contenuti educativi	Raccolta e analisi di dati qualitativi e quantitativi (survey e feedback strutturati) per misurare e migliorare il valore educativo		

In coerenza con la propria mission, Faba monitora l'efficacia delle proprie iniziative rivolte alle nuove generazioni attraverso un sistema integrato di output e outcome.

Il primo indicatore di output, relativo al numero di contenuti pubblicati in collaborazione con esperti, trova la sua naturale evoluzione nell'outcome che misura i contenuti usciti in commercio in collaborazione con gli esperti del settore. Questo abbinamento dimostra che la collaborazione con professionisti esterni non è un'attività isolata, ma si traduce concretamente in un metodo di progettazione solido, capace di garantire l'integrità pedagogica di ogni storia e gioco inserito a catalogo. Il secondo output consiste nel numero di contenuti sviluppati per i genitori, con il suo relativo outcome del numero di contenuti usciti a supporto della genitorialità. Questi indicatori permettono di valutare non solo lo sforzo produttivo dell'azienda nel fornire strumenti utili alle famiglie, ma anche l'efficacia percepita da chi utilizza quotidianamente il prodotto, confermando la validità della proposta educativa nel contesto domestico.

Infine, il terzo output è rappresentato dal numero di risposte alla survey inviata ai clienti, come corrispettivo outcome Faba ha definito il livello di soddisfazione media espresso dai rispondenti alla survey.

La tabella seguente riporta gli indicatori di output per l'area "Future generazioni e impatto educativo", ovvero i risultati immediati e misurabili delle attività svolte nell'esercizio di riferimento. L'output rileva i contenuti progettati e sviluppati nell'esercizio in corso, indipendentemente dalla loro data di pubblicazione.

Output

N. contenuti sviluppati in collaborazione con esperti del settore educativo	9
N. contenuti sviluppati nell'anno a supporto della genitorialità	4



Gli outcome rappresentano i cambiamenti significativi e duraturi generati nel medio termine dalle attività di FABA. La tabella seguente riporta gli indicatori di outcome per l'area di impatto in esame. L'outcome rileva i contenuti effettivamente immessi a catalogo nell'anno, che possono includere sia contenuti sviluppati nell'esercizio sia contenuti il cui sviluppo è iniziato in esercizi precedenti.

Outcome

N. contenuti sviluppati con esperti del settore e immessi a catalogo nell'anno	2
N. contenuti usciti a supporto della genitorialità immessi a catalogo nell'anno	1

3.2 Benessere lavorativo e cultura interna

Impatto

Monitorare e migliorare l'equilibrio vita-lavoro e il benessere del personale, promuovendo una cultura interna fondata sull'ascolto, sulla cura delle relazioni e sulla valorizzazione di ogni persona.

Il benessere delle persone è, per Faba, un presupposto imprescindibile della propria sostenibilità organizzativa. L'azienda è convinta che la qualità dei prodotti e dei contenuti



offerti alle famiglie dipenda in modo diretto dalla qualità dell'ambiente in cui le persone lavorano ogni giorno: un luogo dove ci si sente accolti, ascoltati e valorizzati è un luogo in cui si generano idee migliori, relazioni più autentiche e risultati più significativi.

Con questa area di impatto, Faba si impegna a monitorare e migliorare l'equilibrio tra vita lavorativa e vita privata del proprio personale, promuovendo una cultura interna fondata sull'ascolto, sulla cura delle relazioni e sulla valorizzazione delle diversità individuali. Non si tratta di un insieme di benefit concessi dall'alto, ma di un percorso condiviso in cui ogni persona è parte attiva nella costruzione di un ambiente di lavoro positivo, inclusivo e stimolante.

Faba concepisce la propria *people strategy* come un investimento strategico nella crescita dell'organizzazione. Il team People e Culture, cuore di questa strategia, opera come un motore invisibile che sostiene la crescita di ognuno, fungendo da tramite e unendo visione, valori e competenze per valorizzare ogni area aziendale. L'approccio è fondato su un principio chiaro: il successo dell'azienda è strettamente legato al benessere e alla crescita individuale di ciascuna persona. Questo impegno si traduce concretamente in una serie di iniziative e strumenti che toccano le diverse dimensioni della vita lavorativa: dalla flessibilità organizzativa al welfare aziendale, dalla formazione continua alle occasioni di condivisione e aggregazione.

Flessibilità lavorativa

Faba offre ai propri dipendenti una flessibilità oraria che consente di iniziare la giornata lavorativa tra le 7.30 e le 9.30, completando il proprio orario in base alle necessità personali e professionali. Il venerdì è una giornata corta, con sole 6 ore lavorative, che permette di anticipare il fine settimana e di dedicare più tempo alla vita privata. L'azienda è inoltre aperta a concordare orari personalizzati, adattandosi alle esigenze individuali e promuovendo un ambiente di lavoro sereno e produttivo.

La possibilità di lavorare in smart working rappresenta un ulteriore strumento di conciliazione, che consente di organizzare la propria settimana in modo flessibile. Per i neogenitori, Faba garantisce il part-time per i primi tre anni di

vita del bambino/a, con un orario flessibile dalle 35 alle 38 ore settimanali, e fino ai sei anni la possibilità di lavorare tra le 30 e le 38 ore. Si tratta di soluzioni pensate per supportare concretamente i genitori nella gestione delle esigenze familiari, riconoscendo che l'equilibrio tra vita privata e professionale è un valore da tutelare attivamente.

Welfare aziendale

Faba pone grande attenzione al benessere delle persone offrendo una serie articolata di vantaggi e servizi. Il ristorante aziendale fornisce pasti tutti i giorni, mentre il bar aziendale è a disposizione per pause e momenti di relax. In collaborazione con Trecuori, l'azienda gestisce il welfare aziendale, garantendo numerosi benefici; grazie alla partnership con Welfood, i dipendenti possono usufruire di dieci incontri gratuiti con psicologi/psicologhe, nutrizionisti/e e sport coach. Faba offre anche prestiti agevolati fino a 3.000 euro, a testimonianza di un'attenzione che va oltre il perimetro strettamente lavorativo. L'azienda promuove inoltre una cultura positiva e collaborativa: chi decide di donare il sangue riceve, oltre al giorno di riposo obbligatorio, ulteriori 2 ore di permesso aggiuntivo. Attraverso il Fondo Est, i dipendenti hanno accesso a un'assistenza sanitaria integrativa che copre diverse prestazioni mediche, rafforzando il senso di sicurezza e tutela.

Formazione e sviluppo professionale

Faba valorizza la crescita professionale e personale attraverso diverse iniziative strutturate. L'onboarding esteso prevede un programma di integrazione di 3 mesi per i nuovi assunti, facilitando il loro inserimento in azienda e creando le condizioni per una collaborazione efficace fin dai primi giorni. La formazione continua offre opportunità di aggiornamento e sviluppo delle competenze, affinché ogni persona possa sentirsi preparata e motivata nel proprio ruolo.

Un ruolo particolare è riservato al progetto NENA, iniziativa strategica orientata alla valorizzazione del capitale umano, attraverso un programma di eventi e incontri formativi finalizzati a promuovere consapevolezza e benessere, sia in ambito professionale che personale.

Nel corso del 2025 sono stati realizzati complessivamente 7 incontri, articolati su tematiche rilevanti per la qualità della vita



e lo sviluppo delle competenze: 3 dedicati all'intelligenza artificiale, con l'obiettivo di supportare una maggiore comprensione degli strumenti emergenti e del loro impatto sul lavoro; 3 incontri del ciclo "Welfood", focalizzati sull'alimentazione e sulle sue implicazioni per il benessere individuale; 1 incontro con osteopata, orientato alla prevenzione e alla cura della salute fisica.

Attraverso NENA, Faba rafforza il proprio impegno nel promuovere un approccio integrato allo sviluppo, riconoscendo la stretta interconnessione tra crescita individuale e performance organizzativa. L'investimento nel benessere e nelle competenze delle persone rappresenta, in questa prospettiva, una leva strategica per generare valore duraturo e sostenibile nel tempo.



Ascolto e monitoraggio del clima aziendale

L'ascolto è uno dei pilastri della cultura FABA. L'azienda effettua annualmente survey di clima aziendale per monitorare il sentiment interno, identificare aree di miglioramento e assicurarsi di mantenere un ambiente di lavoro positivo e rispondente alle esigenze di tutti. A questo si affiancano momenti strutturati di feedback continuo, survey di onboarding per i nuovi inserimenti e colloqui 1:1 periodici, che permettono di cogliere tempestivamente bisogni, aspettative e suggerimenti. Questo approccio non è un mero esercizio formale: i dati raccolti vengono analizzati e utilizzati per orientare le scelte organizzative, definire le priorità di intervento e progettare iniziative sempre più mirate. L'obiettivo è costruire un circolo virtuoso in cui l'ascolto si traduce in azioni concrete e le azioni producono un benessere misurabile.

Oltre alle iniziative strutturate, Faba crede nel valore dei momenti informali di condivisione come strumento di coesione e appartenenza. Nel 2025 è stato introdotto lo Sport Day, una giornata dedicata allo sport e alla socializzazione tra colleghi/e, pensata per rafforzare i legami interpersonali al di fuori del contesto lavorativo. La mensa aziendale stessa è concepita non solo come servizio, ma come luogo di incontro e scambio quotidiano.

L'insieme di queste iniziative, dalla flessibilità al welfare, dalla formazione all'ascolto, fino ai momenti di aggregazione, compone un ecosistema organizzativo in cui il benessere non è

un obiettivo isolato, ma una dimensione trasversale che permea ogni aspetto della vita in Faba.

Impact value chain

L'impact value chain rappresenta in modo sintetico e strutturato la strategia di impatto di Faba per l'area "Benessere lavorativo e cultura interna".



Input	Attività	Output	Outcome
Risorse umane (interne): dipendenti Faba. Risorse finanziarie: budget allocato per lo sviluppo del personale.	Somministrazione e analisi di survey per valutare il clima aziendale e i bisogni del personale.	N. survey di clima aziendale somministrate.	Miglioramento del punteggio della survey di clima aziendale rispetto all'anno precedente.
	Iniziative di welfare e percorsi di sviluppo personale/professionale (es. welfare, NENA, mensa aziendale).	N. iniziative realizzate legate al benessere aziendale (es. welfare, sport day, NENA, team building, smart working).	Crescita del senso di appartenenza e del benessere percepito

Il primo indicatore di output, definito da Faba per quest'area è relativo al numero di survey di clima aziendale somministrate. Nel 2025 sono state somministrate due survey, una ad agosto e una a dicembre, come outcome trova il suo naturale completamento nel miglioramento del punteggio della survey di clima aziendale rispetto all'anno precedente.

Il secondo pilastro dell'analisi collega l'output delle iniziative realizzate (quali piani di welfare, sport day, team building e smart working) all'outcome qualitativo della crescita del senso di appartenenza e del benessere percepito. In questo caso, lo sforzo organizzativo nel fornire benefici tangibili e modalità di lavoro flessibili si traduce in un impatto profondo sulla cultura aziendale, rafforzando il legame emotivo tra le persone e il brand e migliorando la qualità della vita lavorativa quotidiana.

La tabella seguente riporta gli indicatori di output per l'area "Benessere lavorativo e cultura interna", ovvero i risultati

immediati e misurabili delle attività svolte nell'esercizio di riferimento.

Output

N. survey di clima aziendale somministrate	2
N. iniziative realizzate legate al benessere aziendale (es. welfare, sport day, NENA, team building, smart working)	13

Gli outcome rappresentano i cambiamenti significativi e duraturi generati nel medio termine dalle iniziative di Faba in ambito di benessere e cultura interna. La tabella seguente riporta gli indicatori di outcome per l'area di impatto in esame.



Outcome

Miglioramento del punteggio della survey di clima aziendale rispetto all'anno precedente	8,32 (miglioramento del 2,57% rispetto al punteggio 2024 di 8,11)
Crescita del senso di appartenenza e del benessere percepito	8,64 (miglioramento del 2,13% rispetto al punteggio 2024 di 8,46)

3.3 Ambiente e design sostenibile

Impatto

Misurare e ridurre impatti ambientali lungo la catena del valore.

Per Faba, la sostenibilità ambientale non è un obiettivo accessorio ma una dimensione strutturale del proprio modello di impresa. La consapevolezza che ogni prodotto lascia una traccia sul pianeta, attraverso i materiali impiegati, i processi produttivi e il ciclo di vita degli imballaggi, ha spinto l'azienda a integrare il pensiero ecologico fin dalla fase di progettazione, facendo dell'eco-design una leva strategica per ridurre l'impatto ambientale lungo l'intera catena del valore.



L'impegno si articola sull'incremento progressivo dell'uso di materiali riciclati nella composizione dei prodotti e dei loro imballaggi.

Faba adotta un approccio sistematico all'eco-design che coinvolge trasversalmente il team R&D, la Supply Chain, la Qualità e il team sostenibilità. Questo modello di lavoro integrato garantisce che la dimensione ambientale sia considerata fin dalle prime fasi di sviluppo del prodotto, e non come un vincolo a posteriori ma come un parametro di progettazione al pari della qualità, della sicurezza e dell'esperienza utente.

Nella scelta dei materiali per i componenti strutturali, la plastica rimane il materiale principale per ragioni legate alla durabilità e alla sicurezza. La filosofia di Faba, infatti, prevede che il prodotto accompagni le diverse fasi di crescita del bambino/a nel tempo, evolvendo attraverso il semplice cambio dei Personaggi Sonori. Per garantire questa longevità e la massima resistenza, i dispositivi FABA+ e FABA Raccontastorie sono attualmente realizzati in materiale vergine. Al contrario, per le altre linee di prodotto, l'azienda ha scelto di integrare progressivamente una quota di materiale riciclato. La nostra attività di ricerca e sviluppo rimane tuttavia orientata a individuare nuove soluzioni tecniche e materiali innovativi che permettano, in futuro, di ridurre ulteriormente l'impiego di risorse vergini senza compromettere gli standard prestazionali e di sicurezza certificati dal Global Recycled Standard (GRS). Faba, infatti, esegue audit sui prodotti con l'obiettivo di migliorarne sempre la qualità. Nel 2025 sono stati eseguiti 65 audit.

Un traguardo significativo nel percorso di riduzione dell'impatto ambientale è rappresentato dalla transizione dal packaging in plastica a quello in carta, completata nel corso del 2024 e consolidata stabilmente nel 2025.

L'intero packaging di Faba (fatta eccezione per la linea FABA+, in carta vergine) è realizzato in carta FSC Mix. Tale certificazione garantisce che almeno il 70% del materiale provenga da foreste gestite responsabilmente e/o da fonti riciclate. Ai fini della nostra Relazione d'Impatto, abbiamo adottato un criterio di trasparenza prudenziale: sebbene la normativa FSC Mix permetta diverse combinazioni di fibre, l'assunzione tecnica alla base del calcolo dei nostri impatti considera, in media, una quota di materiale riciclato pari al 40%.



Per garantire la massima trasparenza, il calcolo della quota di materiale riciclato si basa su una misurazione puntuale dei volumi immessi sul mercato.

Il calcolo relativo ai prodotti viene eseguito attraverso un'analisi che prevede:

- Analisi unitaria: identificazione dei grammi di materiale vergine e riciclato contenuti in ogni tipologia di prodotto;
- Ponderazione sui volumi di vendita: i pesi unitari vengono moltiplicati per le quantità effettivamente vendute nell'anno di riferimento. Questo passaggio è fondamentale per determinare l'impatto reale del marchio sul mercato, dando maggior peso ai prodotti con i volumi di diffusione più elevati.
- Determinazione del rapporto finale: il risultato finale viene ottenuto calcolando il rapporto tra il peso complessivo del materiale riciclato e la massa totale del materiale impiegato (somma di materiale vergine e riciclato).

Per gli imballaggi, il calcolo segue la medesima logica di ponderazione sulle vendite: i pesi (suddivisi tra componente vergine e riciclata) vengono moltiplicati per le unità vendute per ogni linea di prodotto. La % di packaging riciclato è determinata dal rapporto tra la somma dei pesi del materiale riciclato e il peso totale di tutto il packaging immesso sul mercato.

Impact value chain

L'impact value chain rappresenta in modo sintetico e strutturato la strategia di impatto di Faba per l'area "Ambiente e design sostenibile".

Input	Attività	Output	Outcome
Risorse umane interne: team R&D, Supply Chain, Qualità e team Sostenibilità Risorse finanziarie: investimenti dedicati all'eco-design (audit, certificazioni GRS, R&D test).	Attività di eco-design, R&D e progettazione dei prodotti verso l'uso di materiali riciclati (per prodotti e packaging). Riduzione del peso degli imballaggi.	% categorie prodotto che contengono materiale riciclato	% di materiali riciclati nei prodotti venduti nell'anno

Input	Attività	Output	Outcome
	Esecuzione di audit sui prodotti e certificazioni GRS.	% categorie di prodotto che usano packaging riciclato	% di packaging (carta) riciclato contenuto nei prodotti venduti

La tabella seguente riporta gli indicatori di output per l'area "ambiente e design sostenibile", ovvero i risultati immediati e misurabili delle attività svolte nell'esercizio di riferimento.



Output

% categorie di prodotto ¹ che contengono materiale riciclato	50%
% categorie di prodotto ² che usano packaging riciclato	85,7%

Gli outcome rappresentano i cambiamenti significativi e duraturi generati nel medio termine dalle iniziative di Faba riguardanti ambiente e design sostenibile. La tabella seguente riporta gli indicatori di outcome per l'area di impatto in esame.

Outcome

% di plastica riciclata dei prodotti venduti nell'anno	53,67%
% di packaging (carta) riciclato contenuto nei prodotti venduti	34,25%

Cambiamento climatico ed emissioni GHG

Faba ha deciso di rendicontare le proprie emissioni di gas serra in conformità alle linee guida del GHG Protocol, un riferimento globale ampiamente riconosciuto e utilizzato per calcolare e riportare le emissioni di gas serra da parte di aziende e istituzioni. Questa scelta è fondamentale per comprendere e

¹ Categorie considerate: FABA +; FABA Raccontastorie; Personaggi sonori; Dischi sonori; Peluche; Cuffie; Bumper; Libri. Categorie con plastica riciclata: Personaggi sonori, dischi sonori, peluche, Libri (pari a 4 categorie su 8).

² Categorie considerate: FABA +; FABA Raccontastorie; Personaggi sonori; Dischi sonori; Peluche; Cuffie; Bumper.. Categorie con plastica riciclata: FABA Raccontastorie; Personaggi sonori; Dischi sonori; Peluche; Cuffie; Bumper (pari a 6 categorie su 7). Non considerata la categoria Libri perché priva di packaging.



gestire l'impatto climatico delle nostre operazioni. Le emissioni sono classificate in tre categorie principali: le emissioni dirette derivanti dalle attività sotto il controllo operativo dell'azienda (Scope 1), le emissioni indirette associate all'acquisto di elettricità (Scope 2) e le emissioni indirette generate lungo la catena del valore aziendale (Scope 3).

Faba ha quantificato le proprie emissioni di Scope 1 e Scope 2 per ottenere una prima visione del proprio impatto sul cambiamento climatico, che consente di identificare le aree critiche e sviluppare strategie efficaci per mitigare l'impatto ambientale. Nel prossimo triennio l'azienda si impegna ad allargare il perimetro di calcolo considerando anche le emissioni di Scope 3.

L'obiettivo principale di questa analisi è stato quello di iniziare a prendere consapevolezza del nostro contributo al cambiamento climatico ed evidenziare le aree in cui poter migliorare le nostre prestazioni. Questo impegno non solo rafforza la responsabilità di Faba verso la sostenibilità ambientale, ma risponde anche alle crescenti aspettative degli stakeholder, che richiedono maggiore trasparenza nella gestione delle problematiche climatiche. L'inventario delle emissioni GHG rappresenta quindi un elemento chiave per allinearsi agli standard internazionali e contribuire attivamente agli sforzi globali per affrontare e combattere il cambiamento climatico.

Per il calcolo della nostra carbon footprint siamo stati supportati da Up2You e abbiamo monitorato le emissioni di gas serra generate dalle attività aziendali.

Il totale delle emissioni di gas a effetto serra suddiviso per Scope relativo al 2025 è riportato nella seguente tabella:

Emissioni Scope 1	Emissioni Scope 2 Location based	Emissioni Scope 2 Market based
13,93 ton CO ₂ eq.	7,86 ton CO ₂ eq.	0 ton CO ₂ eq.

Emissioni Scope 1

Nel periodo di rendicontazione, l'azienda ha generato un totale di 13,93 tonnellate di CO₂ equivalente da fonti dirette. Queste emissioni sono generate dalle seguenti fonti:

Fonte di emissione	u.m	Quantità
Gas naturale	ton CO ₂ eq.	0
Gas refrigeranti	ton CO ₂ eq.	2,7
Carburante dei veicoli aziendali	ton CO ₂ eq.	11,23
Altri consumi diretti	ton CO ₂ eq.	0
Totale	ton CO ₂ eq.	13,93

La fonte emissiva di Scope 1 più impattante risulta essere l'impiego di carburante per i veicoli aziendali, che rappresenta circa l'81% delle nostre emissioni dirette totali quantificate nel 2025.

Emissioni Scope 2

Il calcolo di emissioni per lo Scope 2 può essere effettuato secondo due modalità:

Location based: considera per l'energia elettrica consumata un fattore di emissione medio, calcolato sulla base del mix energetico nazionale rispetto al paese nel quale l'azienda opera (Italia).

Market based: tiene conto della quantità di energia proveniente da fonti rinnovabili acquistata direttamente dall'azienda, purché sia certificata dal GSE mediante l'emissione di un certificato d'origine.

La tabella seguente riporta il risultato delle emissioni di GHG di Faba relative alla categoria Scope 2 secondo entrambi gli approcci.

Fonte di emissione	u.m	Quantità
Emissioni indirette energetiche – Location based	ton CO ₂ eq.	7,86
Emissioni indirette energetiche – Market based	ton CO ₂ eq.	0

La differenza di emissioni GHG tra le due modalità di calcolo è dovuta alla fornitura di energia elettrica proveniente al 100% da



fonti rinnovabili. Secondo il metodo market-based le emissioni GHG relative ai consumi elettrici nel 2025 si azzerano.

4. Relazione con la comunità educativa e fornitori

4.1 Relazione con la comunità educativa



Faba non opera come un soggetto isolato, ma come parte di un ecosistema educativo più ampio, in cui scuole, biblioteche, famiglie, pedagogisti e partner commerciali contribuiscono insieme alla creazione di valore condiviso. Lo sviluppo di relazioni significative con le comunità e gli stakeholder educativi è per Faba un elemento fondamentale della propria missione: accompagnare i bambini e le bambine nel loro percorso di crescita attraverso esperienze di ascolto, apprendimento e gioco, libere dagli schermi.

L'impegno di Faba verso il mondo educativo si esprime attraverso una rete di collaborazioni con scuole e biblioteche, pensate per portare i prodotti Faba direttamente nei contesti di apprendimento e di gioco collettivo. I kit didattici vengono messi a disposizione delle strutture educative per integrare l'esperienza di ascolto nella routine quotidiana dei bambini/e, affiancando il lavoro degli insegnanti con strumenti che stimolano la creatività, il linguaggio e l'immaginazione. L'iniziativa deriva dalla consapevolezza che l'educazione sia una responsabilità diffusa nell'intera società. Faba affianca i professionisti del settore fornendo risorse complementari, utili a trasformare l'apprendimento in un'esperienza più ricca e coinvolgente.

Nel corso del 2025, Faba ha investito nell'organizzazione e nella partecipazione a eventi realizzati con partner commerciali e strategici, tra cui collaborazioni con realtà come Città del Sole e Inglesina, e nella realizzazione di eventi propri, come quelli legati al lancio di FABA+. Ogni evento è come un'occasione di incontro tra il brand e le famiglie, un momento in cui condividere valori,



contenuti educativi e l'esperienza di gioco che caratterizza il mondo Faba.

Pur non rientrando strettamente tra le finalità di beneficio comune, Faba ha definito specifici *output* e *outcome* per monitorare e valorizzare la propria relazione con la comunità educativa.

Come primo *output* (il risultato immediato e misurabile delle attività), l'azienda ha individuato il numero di acquisti effettuati con la Carta Docente sul sito *myfaba.it*. L'*outcome* (il cambiamento atteso a medio termine) associato a questa metrica è l'obiettivo di mettere a disposizione degli insegnanti il maggior numero possibile di raccontastorie. Come secondo *output*, Faba ha definito il numero di post sui social media dedicati all'approfondimento di tematiche educative. In questo caso, l'obiettivo a lungo termine è mantenere e sviluppare nuove collaborazioni con esperti del mondo pedagogico ed educativo.

A conferma di questo impegno, nel corso del 2025 sono stati messi a disposizione 6.149 raccontastorie e sono stati realizzati 6 contenuti social in collaborazione con una psicopedagogista.

4.2 Governance sostenibile e valutazione fornitori

La trasparenza e la responsabilità sono i pilastri che guidano il processo decisionale di Faba. Per governance sostenibile l'azienda intende l'insieme di principi, regole e pratiche che garantiscono una gestione dei rischi rigorosa e una responsabilità interna ed esterna coerente con i valori di Società Benefit e B Corp.

Faba ha formalizzato il proprio Codice Etico, un documento approvato dal Consiglio di Amministrazione che definisce i principi, i valori e le regole di comportamento alla base dell'identità aziendale. Il Codice si fonda su pilastri fondamentali come l'onestà, la serietà, l'innovazione e la responsabilità sociale, mirando a promuovere un ambiente di lavoro ispirato alla trasparenza e al rispetto reciproco. È rivolto a tutti i soggetti che operano per conto di Faba tra cui soci, amministratori,



dipendenti e collaboratori, con l'obiettivo di garantire che ogni azione sia coerente con lo status di Società Benefit e con gli impegni di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030.

L'azienda si impegna a rafforzare la governance e la sostenibilità della propria supply chain, con l'obiettivo di essere pienamente consapevole dell'intera struttura della catena di fornitura e di condividere in modo trasparente le relazioni attive con tutti i soggetti coinvolti. Valutare i partner non solo per l'efficienza operativa, ma per la loro adesione a standard etici e ambientali elevati, significa assicurare che l'integrità di Faba sia preservata in ogni passaggio, dalla nascita di un'idea alla sua realizzazione finale.

Faba ha avviato un processo strutturato di identificazione e classificazione di tutti i fornitori suddivisi in tier sulla base del fatturato: Tier 1, Tier 2 e Tier 3. Questa attività consente di costruire una visione completa e aggiornata della catena di fornitura, individuando i nodi critici e i punti di intervento prioritari.

La mappatura dei fornitori rappresenta il prerequisito fondamentale per qualsiasi azione di miglioramento: solo attraverso una conoscenza approfondita della struttura della supply chain è possibile intervenire in modo mirato sulle pratiche ambientali, sociali e di governance dei partner, promuovendo un innalzamento progressivo degli standard lungo tutta la filiera.

Faba ha redatto e adottato un Codice di Condotta per i Fornitori, un documento vincolante che stabilisce i principi etici e i comportamenti attesi da parte di tutti i partner della catena di fornitura. Il Codice si fonda su un approccio di responsabilità condivisa e promuove la trasparenza nella filiera, riconoscendo che una condotta responsabile è fondamentale per il successo commerciale e la reputazione reciproca.

Il Codice affronta tematiche centrali quali la lealtà e la buona fede nei rapporti commerciali, il rispetto dei diritti umani e delle condizioni di lavoro, la tutela dell'ambiente, la trasparenza nella gestione dei processi produttivi e la conformità alle normative vigenti. La conoscenza e l'osservanza del Codice sono configurate come obblighi contrattuali per i fornitori, rafforzando il legame tra adesione ai principi etici e continuità della relazione commerciale.



La condivisione e la sottoscrizione del Codice di Condotta da parte dei fornitori rappresenta un primo passo concreto verso la costruzione di una supply chain allineata ai valori di Faba, e al contempo uno strumento di dialogo e di sensibilizzazione verso pratiche più sostenibili.

Faba ha, inoltre, introdotto uno strumento di valutazione delle performance ESG dei fornitori (Environmental, Social, Governance), attraverso la somministrazione di una survey dedicata. L'obiettivo è raccogliere informazioni qualitative e quantitative sulle pratiche ambientali, sociali e di governance dei partner, al fine di costruire una base dati strutturata che consenta di orientare le scelte di approvvigionamento verso fornitori più allineati ai valori di sostenibilità di Faba.

Il tasso di risposta alla survey rappresenta un indicatore significativo del livello di coinvolgimento e sensibilità dei fornitori rispetto ai temi ESG. Faba si propone di incrementare progressivamente la partecipazione, anche attraverso azioni di sensibilizzazione e di supporto ai fornitori nella comprensione e nell'adozione di pratiche più sostenibili.

Anche per questa area, pur non trattandosi di un'area di beneficio comune, Faba ha definito degli output e outcome.

Il primo indicatore di *output* riguarda il numero di partner commerciali a cui è stata inviata la survey di valutazione delle performance ESG. L'*outcome* corrispondente, che ne misura l'effettivo coinvolgimento, è rappresentato dal numero di fornitori che hanno risposto al questionario: l'obiettivo ha registrato un ottimo tasso di adesione, con 9 risposte ricevute su 10 invii.

Come secondo *output*, è stato monitorato il numero di condivisioni del Codice di Condotta. L'*outcome* in questo ambito è la formale adesione ai principi in esso contenuti: a tal proposito, 13 fornitori su 15 hanno provveduto a sottoscrivere il documento.

Output

Numero di fornitori a cui è stata inviata la survey di valutazione ESG.	10
Numero di condivisioni del Codice di Condotta	15

Gli outcome rappresentano i cambiamenti significativi e duraturi generati nel medio termine dalle iniziative di Faba riguardanti la governance sostenibile e valutazione fornitori.

Outcome

Numero di fornitori che hanno risposto alla survey.	9
Numero di fornitori che hanno sottoscritto il Codice di Condotta	13

5. Conclusione

5.1 Sintesi valutativa e obiettivi futuri



Questa prima Relazione d'Impatto ha rappresentato un momento fondamentale di ascolto, misurazione e consapevolezza: un'occasione per comprendere dove siamo, quanto stiamo generando valore reale e dove dobbiamo ancora crescere. Guardiamo al 2026 con obiettivi chiari e ambiziosi, costruiti sulla solidità di ciò che abbiamo già avviato e sulla volontà di trasformare le buone pratiche in processi strutturati e misurabili.

Di seguito presentiamo una sintesi dei risultati dell'anno e gli obiettivi che ci siamo posti per il 2026.

Future generazioni e impatto educativo

L'area che rappresenta il cuore della missione Faba ha raggiunto traguardi di eccezionale rilievo, confermando la validità della propria visione attraverso evidenze concrete. I risultati evidenziano come l'uso costante dei prodotti di Faba consentano una netta espansione del vocabolario complessivo e un sensibile miglioramento nella comprensione di termini specifici, consolidando il ruolo del dispositivo come strumento educativo efficace.

Le indagini svolte su un vasto campione di famiglie italiane descrivono FABA come un elemento ormai imprescindibile della routine quotidiana. Il suo valore è ampiamente riconosciuto dai

genitori, che considerano i loro prodotti come supporto attivo nel percorso educativo dei figli/e.

Per questo, gli obiettivi per il 2026 mirano a strutturare in modo più approfondito e sistematico la misurazione dell'impatto educativo, rafforzando al contempo i legami con le comunità educative. L'ascolto delle famiglie, la collaborazione con il mondo pedagogico e la raccolta di dati qualitativi e quantitativi diventeranno sempre più centrali nella progettazione dei contenuti, con lo sguardo rivolto a una generazione più consapevole.

In questo quadro, Faba ha individuato sei direttrici strategiche per il 2026:

- Comitato scientifico: la costituzione di un comitato scientifico rappresenta un passaggio fondamentale per rafforzare la credibilità e la solidità dell'offerta educativa. Il comitato avrà il compito di supportare e validare i prodotti in fase di sviluppo, garantendo che ogni contenuto risponda a criteri pedagogici rigorosi e aggiornati;
- Percorso di crescita evoluto: l'introduzione di una logica di gamification all'interno dell'esperienza Faba consentirà di rendicontare e rendere visibili ai genitori i progressi del bambino nell'apprendimento. Attraverso un percorso di crescita evoluto, le famiglie potranno seguire lo sviluppo delle competenze dei propri figli/e in modo più consapevole, trasformando l'utilizzo quotidiano del dispositivo in un'esperienza di crescita condivisa e misurabile;
- Interazione con educatori e istituzioni: Faba intende ampliare il dialogo con il mondo educativo, espandendo le collaborazioni con enti educativi, biblioteche e istituzioni scolastiche. Questa apertura mira non solo a portare i contenuti FABA in nuovi contesti di apprendimento, ma anche a raccogliere feedback preziosi da parte di professionisti dell'educazione, arricchendo la progettazione con competenze e sensibilità diverse;
- Nuove abilità: l'introduzione di giochi educativi a catalogo rappresenta un'evoluzione naturale dell'offerta FABA, con nuove modalità di utilizzo e un'esperienza interattiva che amplia il ventaglio delle competenze stimulate. L'obiettivo è far rientrare il prodotto nelle diverse fasi di





- vita del bambino/a, accompagnandolo con strumenti adeguati a ogni tappa del suo percorso di sviluppo;
- **Valutazione e misurazione dell'impatto educativo:** l'implementazione di un sistema strutturato e continuativo per la valutazione dell'impatto rappresenta un passo decisivo per l'azienda. Attraverso lo sviluppo di un indice sintetico di impatto educativo, che monitori aree chiave come il linguaggio, l'immaginazione e le competenze socio-emotive, Faba potrà raccogliere dati tangibili e testimonianze dirette;
 - **Valorizzazione delle storie di impatto:** una parte centrale della strategia riguarda la raccolta e la narrazione di storie di impatto vissuto, che dimostrino concretamente come l'utilizzo del dispositivo favorisca la crescita e i legami familiari. Queste narrazioni non hanno solo uno scopo comunicativo, ma servono a documentare il valore sociale del prodotto nel tempo, rendendo tangibili i benefici educativi ottenuti dai bambini/e nel loro percorso di sviluppo quotidiano.

Il perseguimento di questi obiettivi è atteso produrre nel medio termine una serie di effetti positivi e interconnessi: una maggior consapevolezza interna dell'impatto generato, una progettazione dei contenuti sempre più coerente con i bisogni evolutivi dei bambini/e, una fiducia crescente delle famiglie verso Faba come alleato educativo, la generazione di valore riconosciuto anche dalle istituzioni, una maggiore differenziazione rispetto al mercato dei giocattoli tradizionali e il coinvolgimento attivo di una comunità educativa che partecipi al progetto come parte viva, e non solo come destinataria.

Benessere lavorativo e cultura interna

Faba riconosce che la cura del benessere organizzativo è un percorso in continua evoluzione, che richiede attenzione costante, capacità di ascolto e volontà di innovare. Per il 2026, l'azienda ha definito sei direttrici strategiche che mirano a consolidare e ampliare le iniziative già avviate, trasformando le buone pratiche in processi strutturati e sostenibili nel tempo:

- **Registro strutturato delle ore di formazione:** l'introduzione di un sistema di tracciamento puntuale delle ore di formazione erogate consentirà a Faba di monitorare in modo sistematico l'investimento nello



sviluppo delle competenze, identificare le aree che necessitano di maggiore attenzione e rendicontare con trasparenza l'impegno formativo dell'azienda;

- Ascolto organizzativo sistemico: Faba intende mantenere e consolidare il proprio sistema integrato di ascolto, che comprende survey di clima aziendale, percorsi di onboarding e colloqui di feedback periodici 1:1, preservandone la natura autentica: non una sequenza di adempimenti, ma uno strumento vivo per cogliere tempestivamente bisogni, aspettative e segnali di cambiamento delle proprie persone;
- Piano welfare personalizzato: il welfare aziendale sarà oggetto di una revisione mirata a garantire una maggiore personalizzazione dei benefici offerti. L'intento è superare un modello standardizzato per avvicinarsi a un sistema in grado di rispondere alle esigenze specifiche di ciascuna persona, riconoscendo che il benessere ha forme diverse per ognuno;
- Cultura della flessibilità: Faba si impegna a consolidare e diffondere modelli di lavoro misti che integrino presenza in sede e lavoro da remoto, nell'ottica di una flessibilità che non sia semplicemente concessa, ma vissuta come valore condiviso. L'obiettivo è favorire l'autonomia e la responsabilità individuale, mantenendo al contempo la coesione e la collaborazione del team;
- Integrazione del "benessere" nei processi HR: il benessere organizzativo sarà integrato in modo esplicito nei principali processi di gestione delle risorse umane, dalla selezione alla valutazione, dalla formazione alla pianificazione dei percorsi di carriera, affinché diventi una dimensione strutturale e non accessoria della vita aziendale;
- Estensione delle iniziative informali: le iniziative di aggregazione come lo Sport Day, il progetto NENA e i momenti conviviali legati alla mensa aziendale saranno estesi e potenziati, nella convinzione che la qualità delle relazioni interpersonali sia un ingrediente essenziale del benessere e della motivazione sul lavoro.

Il perseguimento di questi obiettivi è atteso produrre nel medio termine una serie di effetti positivi e interconnessi: un miglioramento strutturale del clima aziendale, un incremento

della soddisfazione e della motivazione delle persone, una maggiore capacità di attrarre e trattenere talenti, una riduzione del turnover e dell'assenteismo, il rafforzamento del senso di appartenenza e dell'identità organizzativa, e, in ultima analisi, una crescita della qualità del lavoro che si riflette positivamente sul benessere dell'intera organizzazione.

Ambiente e design sostenibile

Per quanto riguarda l'ambiente, Faba ha iniziato il suo percorso di rendicontazione delle emissioni che porterà avanti allargando il perimetro alla rendicontazione delle emissioni di Scope 3.

Parallelamente, l'azienda conferma il proprio impegno nell'integrazione di materiali riciclati e imballaggi riciclabili, assicurando la consueta durabilità e l'elevato standard qualitativo del prodotto

Faba ha definito quattro direttrici chiave per trasformare i propri hotspot ambientali in leve di innovazione:

- Sostituzione progressiva dei materiali critici: avviare la transizione dal PVC e dall'ABS verso alternative riciclabili o rinnovabili, dando priorità all'utilizzo del TPR e di materiali compostabili o facilmente separabili;
- Integrazione dei principi di eco-design: incorporare sistematicamente nei processi di sviluppo prodotto i criteri di Design for Longevity, puntando su modularità, riparabilità e completa riciclabilità dei componenti;
- Eliminazione degli imballaggi critici: rimuovere il packaging superfluo o in plastica vergine dalla logistica e dalla distribuzione, adottando soluzioni circolari come il paper pallet wrapping, certificazioni FSC e pratiche di riciclo interno;
- Estensione del ciclo di vita del prodotto: potenziare e strutturare i servizi di manutenzione, riparazione e "second life" (es. donazioni, noleggio in biblioteca, gruppi di scambio), per garantire che ogni prodotto FABA duri il più a lungo possibile.

Relazione con la comunità educativa

Faba riconosce che il rapporto con la comunità educativa è un percorso in continua evoluzione, che richiede investimento costante, sensibilità ai bisogni del territorio e capacità di



innovare le forme di collaborazione. Per il 2026, l'azienda ha definito il seguente obiettivo:

- Formalizzazione del percorso di crescita evoluto: sviluppare un modello di crescita strutturato che punti sul potenziamento della rete di scuole e biblioteche e sul consolidamento delle partnership commerciali e istituzionali. Questo percorso mira a estendere la capillarità del brand sul territorio attraverso collaborazioni di lungo periodo, trasformando la distribuzione in un impegno condiviso per la diffusione di contenuti educativi di qualità.



Governance sostenibile e valutazione fornitori

Nel 2025, Faba ha posto le fondamenta di una governance sostenibile e trasparente. Il Codice Etico, approvato dal Consiglio di Amministrazione, definisce principi e regole di comportamento per tutti i soggetti che operano per conto dell'azienda. La mappatura strutturata dei fornitori suddivisi per tier (Tier 1, 2 e 3) ha consentito di costruire una visione completa della catena di fornitura. Il Codice di Condotta per i Fornitori, vincolante e focalizzato su legalità, diritti umani, tutela ambientale e trasparenza, rappresenta uno strumento concreto per elevare progressivamente gli standard etici lungo tutta la filiera. La survey ESG somministrata ai fornitori ha avviato la raccolta di dati qualitativi e quantitativi sulle loro pratiche, ponendo le basi per scelte di approvvigionamento sempre più allineate ai valori di Faba.

Per il 2026, Faba si impegna su due fronti prioritari:

- Monitoraggio strutturato dei fornitori su criteri etici e di trasparenza: implementare per ogni nuova fornitura attivata nel 2026 un processo di valutazione rigoroso che verifichi l'allineamento dei partner ai principi di legalità, correttezza e responsabilità sociale definiti da Faba. L'azienda punta a consolidare collaborazioni basate sulla condivisione di valori etici e su un impegno documentabile verso la gestione sostenibile degli impatti sociali e ambientali;
- Piena integrazione delle politiche, delle procedure e del Codice Etico nell'operatività aziendale: promuovere l'adozione consapevole e sistematica degli strumenti di governance da parte di tutta l'organizzazione,

assicurando che i principi di trasparenza e integrità guidino ogni processo decisionale.

5.2 Closing statement



Questa Relazione d’Impatto rappresenta per Faba un momento di sintesi e consapevolezza. Non è solo una raccolta di risultati, ma un’occasione per riflettere su chi siamo, su cosa muove le nostre scelte quotidiane e su come possiamo continuare a generare valore educativo e umano per le famiglie, i bambini/e e le comunità con cui condividiamo il nostro percorso. Ogni contenuto raccontato in queste pagine, ogni scelta di design, ogni relazione coltivata con i nostri stakeholder è la prova che un altro modo di fare impresa è possibile: uno fondato sulla qualità invece che sulla quantità, sulla responsabilità invece che sulla convenienza, sull’immaginazione invece che sulla semplificazione.

Abbiamo scelto di misurarci con i nostri impatti, pur nella consapevolezza che Faba è ancora giovane e che c’è molto da imparare, per continuare a migliorarci e rendere sempre più coerente il nostro agire con i valori che ci guidano. Questa Relazione rispecchia questa volontà: non nasconde le aree in cui siamo ancora alle prime fasi (come la decarbonizzazione), ma le nomina esplicitamente perché vogliamo progredirvi con intenzionalità. Sappiamo che il rigore nella misurazione dell’impatto è il fondamento della credibilità di una Società Benefit. È per questo che continueremo a camminare accanto alle famiglie, agli educatori e alle comunità che ci scelgono, con il coraggio di innovare e l’umiltà di ascoltare, imparare e adattarci più velocemente alle esigenze reali di chi abbiamo di fronte.

Guardiamo al futuro con la determinazione di chi sa che le scelte di oggi determineranno il mondo in cui cresceranno i bambini/e di domani. Questa Relazione è il primo capitolo di un racconto che continuerà anno dopo anno, arricchendosi di dati più precisi, di obiettivi più ambiziosi, di impatti sempre più consapevoli e misurabili. Vogliamo costruire insieme alle famiglie, alle comunità educative e ai nostri partner un futuro in cui ogni bambino e ogni bambina possa coltivare liberamente la

propria immaginazione e creatività, in cui il suo sviluppo sia supportato da scelte educative intenzionali e da tecnologie pensate davvero per lui. Vogliamo che ogni persona che lavora in Faba sia il primo testimone e il primo fiero ambasciatore di questa visione, consapevole che il valore che generiamo ogni giorno non è solo economico, ma umano, educativo e duraturo.

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione
F.to Poloniato Francesco

