

RAPPORT D'IMPACT 2025

FABA





1. Introduction	6
1.1 Le rapport d'impact	6
1.2 Méthodologie, outils et périmètre d'analyse.....	6
1.3 Qui sommes-nous.....	9
2. L'impact	12
2.1 Impact statement.....	12
2.2 Impact value chain	14
2.3 Les bénéficiaires de notre impact.....	17
3. Évaluation de l'impact	18
3.1 Générations futures et impact éducatif	18
3.2 Bien-être au travail et culture interne	23
3.3 Environnement et design durable.....	28
4. Relation avec la communauté éducative et les fournisseurs.....	34
4.1 Relation avec la communauté éducative.....	34
4.2 Gouvernance durable et évaluation des fournisseurs	36
5. Conclusion	38
5.1 Synthèse de l'évaluation et objectifs futurs	39
5.2 Closing statement	45

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



Lettre aux parties prenantes

2025 a été une année de consolidation et de maturation. Après la forte phase d'expansion qui a accompagné le lancement de FABA+ et l'évolution de notre plateforme, l'exercice qui vient de se terminer a demandé de la discipline, de la méthode et une grande capacité d'exécution. Nous avons choisi de nous concentrer sur la solidité du produit, sur la qualité de l'expérience utilisateur et sur l'efficacité opérationnelle, en privilégiant la stabilité et la durabilité plutôt qu'une croissance accélérée.



Faba est née d'une vision claire : offrir aux enfants un espace d'imagination libre d'écrans, grâce à des contenus audio de qualité et à une expérience physique simple et sûre. En 2025, cette vision est restée notre point d'ancrage, tandis que nous avons travaillé à renforcer l'infrastructure technologique, à optimiser les processus et à améliorer encore la fiabilité du système.

La mise à jour continue du firmware de FABA+ et de l'appli MyFaba a représenté un investissement stratégique. Pour nous, la technologie n'est pas une fin mais un outil : elle doit être invisible, stable et au service de l'expérience de l'enfant et de la sérénité des parents. Au cours de l'année, nous avons consolidé cette base, en créant les conditions d'une évolution qualitative lors des prochains exercices. Sur le plan organisationnel, 2025 a marqué une nouvelle étape vers la maturité de l'entreprise.

Nous avons travaillé sur la structure, sur les processus de décision et sur le contrôle de gestion, avec l'objectif de faire de Faba une entreprise toujours plus solide, capable de soutenir des investissements à moyen et long terme.

L'internationalisation s'est poursuivie avec attention et sélectivité. Notre approche n'a pas été celle d'une expansion tous azimuts, mais celle de la construction de présences cohérentes, durables et soutenues par une structure opérationnelle adaptée.

En tant que Società Benefit et B Corp, nous continuons à concilier objectifs économiques et impact positif. 2025 n'a pas été une année de déclarations, mais de travail concret : amélioration des processus, attention à la chaîne

d'approvisionnement, suivi des indicateurs et renforcement de la gouvernance. La crédibilité se construit dans la cohérence entre ce que l'on communique et ce que l'on réalise.

Le marché des appareils audio pour enfants évolue rapidement et voit l'arrivée de nouveaux acteurs. Notre réponse n'a pas été de courir après des logiques de court terme, mais d'investir dans la qualité du produit, dans la richesse de nos partenariats éditoriaux et dans la relation avec notre communauté de familles.

Faba termine l'année 2025 plus consciente, plus structurée et plus stable. Nous avons renforcé nos fondations pour aborder les prochaines phases de croissance avec un meilleur équilibre entre ambition et prudence.

Nous regardons l'avenir avec réalisme et confiance, convaincus que l'association de la solidité économique, de la qualité éducative et de la responsabilité sociale est la clé pour construire une valeur durable.

Matteo Fabbrini
CEO, Faba





1. Introduction

1.1 Le rapport d'impact

Le Rapport d'impact est le document annuel qui mesure et présente aux parties prenantes les principaux résultats obtenus par Faba S.r.l. en matière de génération d'impact.

Pour nous, il est essentiel d'accroître notre transparence et de communiquer officiellement notre impact à toutes les parties prenantes.

La structure

La première partie de ce document a pour but de raconter qui nous sommes, ce que nous faisons et quels impacts nous nous fixons stratégiquement pour objectif de réaliser.

La deuxième section présente notre chaîne d'impact et identifie les principaux bénéficiaires vers lesquels nos actions sont orientées.

La troisième partie approfondit la description des 3 domaines de bénéfice commun identifiés par l'entreprise, en fournissant une explication spécifique de chaque dimension à travers l'analyse des inputs, activités, outputs et outcomes.

Le quatrième chapitre approfondit l'engagement de Faba envers la communauté éducative et dans la relation avec les fournisseurs, un engagement qui va au-delà de la poursuite des trois principaux domaines de bénéfice commun.

Enfin, la cinquième et dernière partie présente une synthèse des résultats obtenus et décrit les objectifs futurs que nous nous sommes fixés.

1.2 Méthodologie, outils et périmètre d'analyse

La méthodologie adoptée par Faba S.r.l. pour évaluer l'impact de ses activités repose sur une approche intégrée, visant à garantir une transparence maximale, la mesurabilité et une orientation



vers l'amélioration continue. Ce processus nous permet de quantifier la valeur durable générée pour nos parties prenantes, pour la société et pour l'environnement.

Pour cartographier précisément notre action, nous avons analysé de manière systématique toutes les activités menées par Faba au sein de chaque domaine d'impact. La construction de notre *Impact Value Chain* a permis de décomposer chaque processus selon quatre dimensions fondamentales :

- Ressources employées (Input) : nous avons évalué, pour chaque domaine d'impact, les ressources humaines, économiques et technologiques mobilisées ;
- Activités menées : pour chaque domaine d'impact, nous avons analysé les principales activités mises en œuvre ;
- Output (résultats immédiats) : nous avons cartographié les résultats tangibles et mesurables découlant des activités ;
- Outcome (changements générés à long terme) : nous avons évalué les effets à moyen et long terme, c'est-à-dire les changements réels et durables produits aussi bien au sein de l'organisation qu'auprès de la communauté de référence.

L'objectif de cette évaluation n'est pas uniquement de rendre compte. Pour Faba, mesurer l'impact signifie avant tout lancer un processus de révision interne et d'apprentissage continu, capable d'affiner notre proposition de valeur et de faire de la génération de bénéfice commun un élément toujours plus intentionnel et stratégique.

Pour garantir la rigueur et la fiabilité scientifique de la méthode, notre engagement est constamment aligné sur les Objectifs de Développement Durable (ODD) des Nations Unies, qui servent de boussole pour orienter nos choix futurs vers un modèle d'entreprise toujours plus responsable.

Modèle d'évaluation

Le standard d'évaluation adopté par Faba S.r.l. a été établi conformément aux dispositions de la réglementation italienne sur les Società Benefit, qui exigent un compte rendu transparent et complet de notre impact. En particulier, il se réfère à l'Annexe 4 citée à l'article 1, alinéa 378, de la loi italienne sur les Società Benefit.

Plus précisément, le modèle est :

- structuré de manière à fournir une évaluation complète et détaillée de l'impact de la société et de ses actions dans la poursuite de ses finalités de bénéfice commun ;
- fondé sur un standard élaboré selon une approche scientifique et pluridisciplinaire ;
- transparent, car ses informations les plus pertinentes, telles que les critères, les outils et la méthodologie utilisés, sont analysées dans le présent rapport d'impact.

Mais notre travail ne s'arrête pas là. L'évaluation d'impact n'est pas seulement un moment de reporting : c'est une occasion de réfléchir, d'apprendre et de s'améliorer. Chaque donnée recueillie et chaque retour reçu représentent pour nous un outil précieux pour grandir et affiner nos pratiques, en continuant à construire un parcours de durabilité solide, responsable et partagé.

Avec cette méthodologie, nous ne visons pas seulement à suivre nos progrès vers les finalités de bénéfice commun, mais aussi à transformer chaque défi en une opportunité d'innovation et de changement positif. C'est un processus en constante évolution, que nous nous engageons à mener avec transparence, détermination et ouverture au dialogue.

Outils et périmètre d'analyse

Pour analyser les domaines d'impact de Faba, nous avons adopté une approche qui associe l'implication directe des principales parties prenantes internes et une évaluation approfondie des effets générés tout au long de la chaîne de valeur de l'entreprise.

L'outil fondamental de notre analyse des domaines d'impact a été l'impact value chain. Cet outil retrace le lien entre les ressources mobilisées (*input*), les activités entreprises, les résultats immédiats (*output*) et les changements significatifs attendus à moyen terme (*outcome*), en créant une chaîne logique qui permet de comprendre comment chaque ressource employée se traduit, grâce à des actions concrètes, en valeur éducative et sociale pour les enfants et les familles.

L'Impact Value Chain a été appliquée aux trois principaux domaines de bénéfice commun définis dans les Statuts de l'entreprise, qui représentent le cœur de notre engagement en tant que Società Benefit :



- Domaine des générations futures : visant à stimuler le développement cognitif et créatif grâce à des contenus éducatifs de qualité ;
- Domaine du bien-être au travail : visant à promouvoir l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée ainsi que l'épanouissement de nos collaborateurs ;
- Domaine de l'environnement : axé sur la création de produits durables et sur l'utilisation responsable des ressources pour réduire le gaspillage.

Au-delà de ces piliers, notre reporting s'étend à d'autres domaines fondamentaux décrits dans les engagements statutaires. Le quatrième chapitre approfondit en effet les thèmes liés à la relation avec la communauté éducative et à la gestion responsable des relations avec les fournisseurs, en montrant comment notre vision de l'impact implique l'ensemble de l'écosystème dans lequel Faba opère.

Grâce à ce modèle, Faba montre non seulement comment elle entend générer de la valeur ajoutée, mais garantit aussi la mesurabilité des résultats obtenus. Cette approche offre une grille de lecture transparente des bénéfices générés et constitue une base solide pour l'amélioration continue et pour une innovation toujours plus responsable.



1.3 Qui sommes-nous

Faba S.r.l. est une entreprise italienne créée en 2022 avec une mission ambitieuse et concrète : révolutionner l'éducation et le divertissement des enfants grâce à une plateforme interactive sans écrans. À une époque où les plus petits sont de plus en plus exposés aux smartphones, aux tablettes et à la télévision, Faba propose une alternative capable de stimuler l'imagination, la curiosité et les compétences cognitives, en faisant de l'écoute de contenus audio une pratique répandue et agréable. L'idée est née de l'expérience directe des fondateurs en tant que parents : accompagner les enfants dans leur parcours de croissance avec des outils vraiment pensés pour eux, qui respectent leur rythme et les traitent comme des enfants. Faba ne diabolise pas la technologie, mais la met au service d'une expérience authentique, créative et formatrice.

Notre histoire et notre croissance

En quelques années, Faba a connu une croissance extraordinaire : plus de 480 000 appareils vendus, plus de 2,4 millions de produits audio distribués, 2 000 points de vente actifs et un chiffre d'affaires qui a dépassé 13 millions d'euros en 2025. Les résultats témoignent aussi d'un impact réel : 76% des enfants qui possèdent un appareil FABA l'utilisent une ou plusieurs fois par jour, 94,4% des parents reconnaissent son efficacité pour réduire le temps passé devant les écrans et, selon une étude de l'Université de Trieste, l'utilisation de FABA est associée à une augmentation de 46% de la taille du vocabulaire global et de 61% de la compréhension du lexique spécifique des contenus écoutés.



Mission, vision et valeurs

La vision de Faba est celle d'un monde où l'apprentissage et le divertissement se mêlent pour inspirer des générations curieuses et passionnées. Notre mission est d'offrir aux enfants, et aux familles qui les accompagnent, un espace sûr, inclusif et stimulant pour grandir, explorer et développer le meilleur d'eux-mêmes.

Les valeurs qui guident chacun de nos choix sont :

- l'apprentissage comme expérience joyeuse et gratifiante ;
- la sécurité des enfants comme priorité absolue ;
- l'inclusivité comme engagement pour que chaque enfant et chaque famille se sente vraiment bienvenu ;
- l'écoute, entendue comme une pratique fondamentale aussi bien envers les plus petits qu'envers celles et ceux qui travaillent avec nous ;
- l'imagination, à nourrir chaque jour grâce à des histoires, de la musique et des contenus de qualité ;
- l'impact, comme responsabilité envers les communautés que nous servons ;
- la durabilité, comme orientation structurelle des choix de l'entreprise.

En février 2025, Faba a adopté le statut de Società Benefit (équivalent italien de la société à mission) au sens de la loi italienne n° 208/2015, en modifiant ses statuts afin de formaliser et de rendre juridiquement contraignant



l'engagement de la Société en faveur de la création de valeur partagée pour l'ensemble de ses parties prenantes.

En septembre de la même année, elle a également obtenu la certification B Corp, délivrée par B Lab, après avoir réussi l'évaluation du B Impact Assessment, un standard reconnu au niveau international qui satisfait aux exigences d'exhaustivité, d'indépendance, de crédibilité et de transparence prévues par l'Annexe 4 de la loi n° 208/2015.

Il convient de souligner que, peu avant l'obtention de la certification, B Lab a publié le B Lab Standard V2, une nouvelle version du cadre d'évaluation destinée à remplacer les critères sur la base desquels Faba a été évaluée et certifiée. L'entreprise a pris acte de l'évolution du cadre de référence et s'engage à aligner son évaluation sur les nouveaux standards lors du prochain cycle de recertification.

Pour Faba, la certification B Corp n'est pas un point d'arrivée, mais la confirmation d'une direction choisie dès le départ : entreprendre de manière responsable, en plaçant les personnes, les enfants et la planète au centre de chaque décision.

Le produit

Le cœur de l'offre FABA est son écosystème, composé d'un appareil audio et de Personnages Sonores en trois dimensions qui, une fois posés, lancent la lecture des contenus. Conçu pour être utilisé en toute autonomie, même par les plus petits, l'appareil offre une interface intuitive sans écran et sans besoin de connexion internet permanente, garantissant un environnement de jeu sûr et propice à la concentration.

L'évolution technologique de cette vision trouve sa plus belle expression dans FABA+, le Conteur d'histoires interactif conçu pour offrir une expérience encore plus captivante et personnalisée. Grâce à un design soigné et à des fonctionnalités innovantes, FABA+ amplifie l'imagination et favorise l'apprentissage, en transformant l'écoute en un moment de croissance active.

Chaque contenu du monde FABA est pensé pour accompagner les enfants de 0 à 10 ans dans leur développement, en stimulant le langage et l'éducation émotionnelle. Le catalogue compte plus de 200 titres disponibles en quatre langues (italien,

français, espagnol et anglais), répartis en sept lignes principales :

- Personnages Sonores
- Disques Sonores
- Livres avec Livre Audio
- Peluches Sonores
- Kits créatifs
- Jeux
- Contenus numériques

Faba joue un double rôle stratégique : celui d'éditeur de contenus originaux à travers la ligne *FABA Originals* et celui de plateforme de distribution pour plus de 40 partenaires éditoriaux de renommée internationale. Les collaborations avec des acteurs tels que Disney, Universal Music Group, Mondadori, Giunti, Penguin Random House, et avec des marques emblématiques comme Pimpa, Peppa Pig et Pat' Patrouille, confirment l'engagement de l'entreprise à proposer un divertissement de qualité, capable de laisser une empreinte durable dans la formation des nouvelles générations.



2. L'impact

2.1 Impact statement

Pour Faba, la croissance ne se mesure pas seulement aux résultats économiques, mais à la capacité de générer une valeur réelle pour les personnes, les communautés et l'environnement. En tant que Società Benefit et entreprise certifiée B Corp, notre engagement va structurellement au-delà du bénéfice économique : notre mission est de concilier profit et impact positif, concret et mesurable sur la société.

2025 a marqué une étape de maturation fondamentale dans ce parcours : nous avons consolidé notre vision en rédigeant notre premier Rapport d'Impact. Ce document est le fruit d'un processus approfondi d'écoute de nos parties prenantes et définit trois domaines d'impact stratégiques, nés de la volonté de contribuer activement au bien-être de la collectivité et d'agir comme une force régénératrice pour l'avenir.

Domaine 1 - Générations futures et impact éducatif



Accompagner la croissance des nouvelles générations est une responsabilité aussi délicate que précieuse. À travers ce domaine, Faba s'engage à mesurer et à valoriser l'impact éducatif et social de ses produits, en plaçant au centre les besoins de développement des enfants et en reconnaissant le rôle actif des familles dans les parcours d'apprentissage. Grâce à l'écoute constante des communautés éducatives, à la collaboration avec des experts du monde pédagogique et à la collecte de données qualitatives et quantitatives, nous voulons comprendre en profondeur comment les contenus FABA contribuent au développement de l'imagination, du langage, de l'autonomie et des compétences socio-émotionnelles des plus petits. Pour nous, il ne s'agit pas seulement d'évaluer « à quel point » un produit fonctionne, mais de donner de la valeur à ce qui crée des liens, stimule la curiosité et fait naître des moments forts entre grands et petits. Dans cette perspective, mesurer l'impact éducatif devient un acte générateur : une façon de concevoir consciemment le présent en regardant vers l'avenir, en contribuant à la croissance d'une génération plus consciente et plus heureuse.

Domaine 2 - Bien-être au travail et culture interne

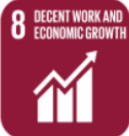
Nous sommes profondément convaincus que le bien-être des personnes est l'élément clé de la vitalité et de la durabilité de toute organisation. C'est pourquoi ce domaine se concentre sur la promotion d'une culture interne fondée sur l'écoute, sur l'équilibre entre vie privée et vie professionnelle, sur le soin des relations et sur la valorisation des diversités individuelles. Grâce à des actions ciblées de suivi, à des initiatives de bien-être social et à des parcours de développement personnel et professionnel, nous voulons cultiver des environnements de travail positifs, inclusifs et stimulants. Notre objectif est de favoriser un sentiment d'appartenance authentique et durable, en renforçant la motivation, la confiance et l'engagement des personnes qui contribuent chaque jour avec passion à la croissance de Faba.

Domaine 3 - Environnement et design durable

Pour nous, promouvoir une approche intégrée de la durabilité environnementale signifie repenser notre manière de concevoir, de produire et d'opérer, en tenant compte de l'ensemble du



cycle de vie de nos produits et services. Ce domaine d'impact se concentre sur la mesure et la réduction systématique des impacts environnementaux tout au long de la chaîne de valeur. Nous accordons une attention particulière au design durable, à l'efficacité des ressources, à la gestion responsable des matériaux et à la transition vers des modèles circulaires. Grâce à des outils d'analyse et de suivi, à des actions de sensibilisation et à des projets d'innovation écoresponsable, nous voulons lancer des processus d'amélioration continue en impliquant activement les fournisseurs, les partenaires et les parties prenantes stratégiques. L'objectif final est de générer une valeur environnementale partagée, en intégrant les critères ESG (Environnementaux, Sociaux et de Gouvernance) dans les choix quotidiens pour contribuer à un avenir plus résilient, plus équitable et régénérateur.

Les objectifs de bénéfice commun	Description du domaine d'impact	ODD associés
Générations futures et impact éducatif	Mesurer et valoriser l'impact éducatif et social des produits FABA sur les enfants et les familles, en favorisant des expériences significatives, inclusives et de croissance partagée.	
Bien-être au travail et culture interne	Suivre et améliorer l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée ainsi que le bien-être du personnel.	 
Environnement et design durable	Mesurer et réduire les impacts environnementaux tout au long de la chaîne de valeur.	 

2.2 Impact value chain

L'impact value chain représente de manière claire et logique la stratégie d'impact de Faba, en retraçant le lien entre les besoins de nos parties prenantes, les activités menées par l'entreprise et les effets concrets qu'elles génèrent, contribuant ainsi à créer un impact positif pour l'environnement et la société. Cet outil permet de comprendre comment les ressources mobilisées (input) se transforment en activités, produisent des résultats immédiats (output) et conduisent à des changements significatifs et durables à moyen terme (outcome).

Grâce à l'impact value chain, Faba montre comment elle entend générer de la valeur ajoutée, tout en garantissant la mesurabilité des résultats obtenus. Cette approche offre non seulement une clé pour évaluer et raconter de manière transparente les bénéfices générés, mais constitue aussi une base solide pour une amélioration continue et pour promouvoir une innovation responsable. En définitive, l'impact value chain est un outil essentiel pour guider nos actions futures, en les alignant sur nos objectifs de durabilité et de responsabilité envers l'environnement et la société.



Domaine	Input	Activités	Output	Outcome
Générations futures et impact éducatif	Ressources humaines internes : collaborateurs de Faba	Écoute systémique et collaboration continue avec des experts du monde pédagogique pour co-concevoir les contenus	Nb de contenus développés avec des experts du secteur éducatif	Nb de contenus publiés avec des experts du secteur éducatif
	Ressources humaines externes : experts du monde pédagogique et éducatif (pédagogues, psychologues du développement).	Développement et production de contenus audio visant à développer l'imagination, le langage, l'autonomie et les compétences socio-émotionnelles	Nb de contenus développés pour soutenir la parentalité	Nb de contenus publiés pour soutenir la parentalité
	Communauté de référence : parents, enseignants et l'ensemble de la communauté éducative.	Conception de contenus	Nb de réponses à l'enquête recueillies / total des enquêtes envoyées	Taux de satisfaction : qualité globale des contenus FABA



Domaine	Input	Activités	Output	Outcome
	Ressources financières : budget alloué à la recherche et au développement des contenus éducatifs	spécifiques de soutien à la parentalité		
Bien-être au travail et culture interne	Ressources humaines (internes) : collaborateurs de Faba.	Diffusion et analyse d'enquêtes pour évaluer le climat social et les besoins du personnel.	Nb d'enquêtes sur le climat social réalisées.	Amélioration du score de l'enquête sur le climat social par rapport à l'année précédente.
	Ressources financières : budget alloué au développement du personnel.	Initiatives de bien-être social et parcours de développement personnel/professionnel (ex. avantages sociaux, NENA, restaurant d'entreprise).	Nb d'initiatives réalisées en faveur du bien-être au travail (ex. avantages sociaux, sport day, NENA, team building, télétravail).	Renforcement du sentiment d'appartenance et du bien-être perçu.
Environnement et design durable	Ressources humaines internes : équipes R&D, Supply Chain, Qualité et Durabilité	Activités d'écoconception, de R&D et de conception des produits orientées vers l'utilisation de matériaux recyclés (pour les produits et les emballages).	% total de matériaux recyclés dans les produits	% de matériaux recyclés des produits vendus dans l'année
	Ressources financières : investissements dédiés à l'écoconception (audits, certifications GRS, tests R&D).	Réduction du poids des emballages. Réalisation d'audits produits et de certifications GRS.	% total d'emballages recyclés	% d'emballages (papier) recyclés contenus dans les produits vendus

2.3 Les bénéficiaires de notre impact

Faba a identifié les bénéficiaires directs et indirects de son impact, en reconnaissant que chaque action entreprise génère de la valeur pour de multiples parties prenantes, internes comme externes à l'entreprise. Notre stratégie de durabilité et de responsabilité est pensée pour créer des bénéfices tangibles et durables, en répondant aux besoins des personnes, des communautés et de l'environnement.



Nous estimons que la valeur créée doit être répartie équitablement entre toutes nos parties prenantes. Notre vision repose sur un modèle d'entreprise qui place au centre le dialogue, la transparence et la collaboration, en reconnaissant que ce n'est qu'en travaillant ensemble que nous pourrons relever les plus grands défis et construire un avenir plus juste et plus durable.

En réfléchissant plus en profondeur aux bénéfices communs que nous générons à travers notre mission, nous avons identifié les bénéficiaires directs et indirects de nos objectifs d'impact.

Bénéficiaires directs	Bénéficiaires indirects
Par bénéficiaires directs, on entend celles et ceux qui tirent un bénéfice direct des activités et de l'atteinte des objectifs d'impact prévus par Faba.	Les bénéficiaires indirects, en revanche, sont celles et ceux qui ne bénéficient pas directement des résultats des activités, mais qui tireront tout de même des avantages de l'atteinte des objectifs d'impact de Faba.



Objectif d'impact	Bénéficiaires directs	Bénéficiaires indirects
Génération futures et impact éducatif	Enfants, parents, éducateurs, éducatrices et familles.	Le système éducatif, la société dans son ensemble, les générations futures.
Bien-être au travail et culture interne	Collaborateurs et collaboratrices de Faba.	Les familles des collaborateurs, la communauté locale.
Environnement et design durable	Clients qui achètent les produits.	La planète, les communautés locales, les générations futures.
Relation avec la communauté éducative	Écoles, bibliothèques, enseignants et éducateurs/éducatrices, partenaires commerciaux.	Enfants qui utilisent les produits, familles des enfants, communautés locales.
Gouvernance durable et évaluation des fournisseurs	Fournisseurs de Tier 1, 2 et 3	Les salariés des fournisseurs, les parties prenantes des fournisseurs

3. Évaluation de l'impact

3.1 Génération futures et impact éducatif

Impact

Mesurer et valoriser l'impact éducatif et social des produits FABA sur les enfants et les familles, en favorisant des expériences significatives, inclusives et de croissance partagée.



Accompagner la croissance des nouvelles générations est une responsabilité aussi délicate que précieuse. Faba a fait de cette responsabilité le cœur de sa mission d'entreprise, en concevant des produits et des contenus audio pensés pour stimuler le développement cognitif, linguistique, émotionnel et relationnel des enfants de 0 à 10 ans, dans un contexte libre d'écrans.

À travers ce domaine d'impact, l'entreprise s'engage à mesurer et valoriser l'impact éducatif et social de ses produits, en plaçant au centre les besoins de développement des plus petits et le rôle actif des familles dans les parcours d'apprentissage. Il ne s'agit pas seulement d'évaluer « à quel point » un produit fonctionne, mais de donner de la valeur à ce qui crée des liens, stimule la curiosité et fait naître des moments forts entre grands et petits.

Depuis la création de l'entreprise en 2022, Faba a choisi d'associer la dimension ludique à la dimension éducative, en adoptant une approche d'*edutainment* qui réunit divertissement et apprentissage. Les contenus audio, livres audio, contes, comptines, chansons et parcours éducatifs, sont développés grâce à un processus d'écoute systémique et de collaboration continue avec des experts du monde pédagogique : pédagogues, psychologues du développement et professionnels de l'éducation qui co-conçoivent les contenus avec l'équipe interne de Faba.

Le catalogue, qui compte aujourd'hui plus de 200 titres disponibles en quatre langues (italien, français, espagnol et anglais) grâce à la collaboration avec plus de 40 partenaires éditoriaux, est organisé pour répondre aux différentes étapes de croissance et aux multiples dimensions du développement de l'enfant : imagination, langage, autonomie et compétences socio-émotionnelles. À cela s'ajoutent des contenus spécifiques de soutien à la parentalité, pensés pour offrir aux familles des outils concrets pour les accompagner dans leur parcours éducatif.

Faba est convaincue que mesurer son impact éducatif n'est pas un exercice de reporting en soi, mais un acte de responsabilité envers les familles et les enfants qui choisissent ses produits chaque jour. Comprendre *comment* et *dans quelle mesure* l'expérience FABA influence réellement le développement des plus petits permet de concevoir des contenus toujours plus ciblés, de valider les choix éducatifs effectués et, surtout, de



faire prendre conscience aux familles de la valeur de ce qu'elles vivent avec leurs enfants.

C'est pourquoi Faba a investi dans la mesure de son impact à travers deux canaux complémentaires : la recherche universitaire, pour obtenir des preuves scientifiques rigoureuses, et les enquêtes régulières auprès des familles, pour recueillir la parole directe de celles et ceux qui vivent l'expérience FABA au quotidien. Le croisement de ces deux regards, scientifique et expérientiel, permet de construire un tableau riche et détaillé, qui va au-delà des chiffres pour restituer le sens profond de l'impact généré.

Comme indiqué précédemment, la recherche menée en collaboration avec l'Université de Trieste a produit des résultats significatifs sur le plan du développement du langage : l'utilisation régulière des produits FABA est associée à une augmentation de 46% de la taille du vocabulaire global et à une amélioration de 61% de la compréhension du lexique spécifique des contenus écoutés. Ces résultats confirment que l'écoute répétée et active d'histoires et de contenus audio de qualité peut devenir un véritable outil de croissance, capable d'enrichir le bagage linguistique de l'enfant et de soutenir ses compétences de communication de façon naturelle et engageante.

L'enquête annuelle menée en janvier 2025 auprès des familles italiennes offre une perspective complémentaire, celle de l'expérience vécue. Avec 918 répondants au total et 675 parents ayant répondu à la section consacrée à l'impact, les résultats dessinent un tableau cohérent et encourageant, qui témoigne du lien profond entre Faba et sa communauté de familles.

Les données révèlent avant tout une présence bien ancrée dans les routines quotidiennes : 76% des familles utilisent FABA tous les jours, dont 51% plusieurs fois par jour et 25% au moins une fois. Ce chiffre est particulièrement significatif, car il suggère que FABA n'est pas perçu comme un simple jouet, mais comme un compagnon fidèle de la vie des enfants, intégré aux moments de jeu, de repos et d'apprentissage.

Dans un contexte où 86,5% des parents se déclarent opposés ou très opposés au temps passé par leurs enfants devant les écrans, FABA s'affirme comme une alternative concrète et crédible : 94,4% des familles le jugent utile ou très utile pour réduire l'exposition aux écrans (55,7% très utile, 38,7% plutôt



utile). Il ne s'agit pas simplement de « remplacer » un écran, mais d'offrir une expérience qualitativement différente, qui stimule l'imagination active plutôt qu'une consommation passive.

Sur le plan éducatif, 90,4% des parents reconnaissent à FABA un rôle dans le soutien à l'éducation et à l'apprentissage de leur enfant. Les données sur le langage sont particulièrement significatives : 63,9% des familles déclarent que leurs enfants ont appris les mots contenus dans les histoires et les chansons de FABA, et 50,5% estiment que l'utilisation de FABA accélère l'apprentissage du langage. Ces résultats confirment que l'écoute active et répétée de contenus audio de qualité n'est pas seulement un divertissement, mais une expérience capable de laisser une trace concrète dans le développement de l'enfant.

Impact value chain

L'impact value chain représente de manière claire et logique la stratégie d'impact de Faba pour le domaine « Générations futures et impact éducatif ».

Input	Activités	Output	Outcome
Ressources humaines internes : collaborateurs de Faba Ressources humaines externes : experts du monde pédagogique et éducatif (pédagogues, psychologues du développement). Communauté de référence : parents, enseignants et l'ensemble de la communauté éducative.	Écoute systématique et collaboration continue avec des experts du monde pédagogique pour co-concevoir les contenus	Nb de contenus développés avec des experts du secteur éducatif	Nb de contenus publiés avec des experts du secteur éducatif
	Développement et production de contenus audio visant à développer l'imagination, le langage, l'autonomie et les compétences socio-émotionnelles	Nb de contenus développés pour soutenir la parentalité	Nb de contenus publiés pour soutenir la parentalité
	Conception de contenus spécifiques de soutien à la parentalité Collecte et analyse de données qualitatives et quantitatives (enquêtes et retours structurés) pour	Nb de réponses à l'enquête recueillies / total des enquêtes envoyées	Taux de satisfaction : qualité globale des contenus FABA

Input	Activités	Output	Outcome
Ressources financières : budget alloué à la recherche et au développement des contenus éducatifs	mesurer et améliorer la valeur éducative		



Conformément à sa mission, Faba suit l'efficacité de ses initiatives destinées aux nouvelles générations grâce à un système intégré d'outputs et d'outcomes.

Le premier indicateur d'output, relatif au nombre de contenus développés en collaboration avec des experts, trouve son prolongement naturel dans l'outcome qui mesure les contenus mis sur le marché en collaboration avec les experts du secteur. Cette association montre que la collaboration avec des professionnels externes n'est pas une activité isolée, mais qu'elle se traduit concrètement par une méthode de conception solide, capable de garantir l'intégrité pédagogique de chaque histoire et de chaque jeu présent au catalogue.

Le deuxième output correspond au nombre de contenus développés pour les parents, avec l'outcome associé du nombre de contenus publiés pour soutenir la parentalité. Ces indicateurs permettent d'évaluer non seulement l'effort de production de l'entreprise pour fournir des outils utiles aux familles, mais aussi l'efficacité perçue par celles et ceux qui utilisent le produit au quotidien, confirmant la pertinence de la proposition éducative dans le cadre familial.

Enfin, le troisième output est représenté par le nombre de réponses à l'enquête envoyée aux clients ; comme outcome correspondant, Faba a défini le niveau de satisfaction moyen exprimé par les répondants.

Le tableau suivant présente les indicateurs d'output pour le domaine « Générations futures et impact éducatif », c'est-à-dire les résultats immédiats et mesurables des activités menées au cours de l'exercice de référence. L'output recense les contenus conçus et développés au cours de l'exercice, indépendamment de leur date de publication.

Output

Nb de contenus développés en collaboration avec des experts du secteur éducatif	9
Nb de contenus développés dans l'année pour soutenir la parentalité	4

Les outcomes représentent les changements significatifs et durables générés à moyen terme par les activités de FABA. Le tableau suivant présente les indicateurs d'outcome pour le domaine d'impact concerné. L'outcome recense les contenus effectivement ajoutés au catalogue dans l'année, qui peuvent inclure aussi bien des contenus développés au cours de l'exercice que des contenus dont le développement a commencé lors d'exercices précédents.



Outcome

Nb de contenus développés avec des experts du secteur et ajoutés au catalogue dans l'année	2
Nb de contenus de soutien à la parentalité ajoutés au catalogue dans l'année	1

3.2 Bien-être au travail et culture interne

Impact

Suivre et améliorer l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée ainsi que le bien-être du personnel, en promouvant une culture interne fondée sur l'écoute, sur le soin des relations et sur la valorisation de chaque personne.

Pour Faba, le bien-être des personnes est une condition indispensable à sa durabilité organisationnelle. L'entreprise est convaincue que la qualité des produits et des contenus proposés aux familles dépend directement de la qualité de l'environnement dans lequel les personnes travaillent chaque jour : un lieu où l'on se sent accueilli, écouté et valorisé est un lieu où naissent de meilleures idées, des relations plus authentiques et des résultats plus significatifs.

À travers ce domaine d'impact, Faba s'engage à suivre et améliorer l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée de son



personnel, en promouvant une culture interne fondée sur l'écoute, sur le soin des relations et sur la valorisation des diversités individuelles. Il ne s'agit pas d'un ensemble d'avantages accordés d'en haut, mais d'un parcours partagé dans lequel chaque personne participe activement à la construction d'un environnement de travail positif, inclusif et stimulant.

Faba conçoit sa *people strategy* comme un investissement stratégique dans la croissance de l'organisation. L'équipe People & Culture, au cœur de cette stratégie, agit comme un moteur invisible qui soutient l'évolution de chacun, en faisant le lien entre vision, valeurs et compétences pour valoriser chaque service de l'entreprise. L'approche repose sur un principe clair : le succès de l'entreprise est étroitement lié au bien-être et à l'épanouissement individuel de chaque personne.

Cet engagement se traduit concrètement par une série d'initiatives et d'outils qui touchent les différentes dimensions de la vie professionnelle : de la flexibilité organisationnelle aux avantages sociaux, de la formation continue aux moments de partage et de convivialité.

Flexibilité au travail

Faba offre à ses collaborateurs une flexibilité horaire qui permet de commencer la journée de travail entre 7h30 et 9h30, en complétant son horaire selon ses besoins personnels et professionnels. Le vendredi est une journée courte, avec seulement 6 heures de travail, ce qui permet de commencer le week-end plus tôt et de consacrer plus de temps à sa vie privée. L'entreprise est également ouverte à convenir d'horaires personnalisés, en s'adaptant aux besoins individuels et en favorisant un environnement de travail serein et productif. La possibilité de travailler en télétravail représente un outil supplémentaire de conciliation, qui permet d'organiser sa semaine de manière flexible. Pour les jeunes parents, Faba garantit le temps partiel pendant les trois premières années de vie de l'enfant, avec un horaire flexible de 35 à 38 heures par semaine, et jusqu'aux six ans de l'enfant la possibilité de travailler entre 30 et 38 heures. Ces solutions sont pensées pour soutenir concrètement les parents dans la gestion des besoins familiaux, en reconnaissant que l'équilibre entre vie

privée et vie professionnelle est une valeur à protéger activement.

Avantages sociaux

Faba accorde une grande attention au bien-être des personnes en proposant un ensemble complet d'avantages et de services. Le restaurant d'entreprise sert des repas tous les jours, tandis que le bar de l'entreprise est à disposition pour les pauses et les moments de détente. En collaboration avec Trecuori, l'entreprise gère son programme d'avantages sociaux, qui offre de nombreux bénéfices ; grâce au partenariat avec Welfood, les collaborateurs peuvent bénéficier de dix rendez-vous gratuits avec des psychologues, des nutritionnistes et des coachs sportifs. Faba propose également des prêts à taux avantageux jusqu'à 3 000 euros, preuve d'une attention qui va au-delà du périmètre strictement professionnel.

L'entreprise promeut également une culture positive et solidaire : les personnes qui choisissent de donner leur sang bénéficient, en plus du jour de repos obligatoire, de 2 heures d'absence autorisée supplémentaires. Grâce au Fondo Est, les collaborateurs ont accès à une complémentaire santé qui couvre différentes prestations médicales, renforçant ainsi le sentiment de sécurité et de protection.

Formation et développement professionnel

Faba valorise l'évolution professionnelle et personnelle à travers plusieurs initiatives structurées. L'onboarding étendu prévoit un programme d'intégration de 3 mois pour les nouvelles recrues, afin de faciliter leur arrivée dans l'entreprise et de créer les conditions d'une collaboration efficace dès les premiers jours. La formation continue offre des opportunités de mise à jour et de développement des compétences, afin que chaque personne se sente préparée et motivée dans son rôle.

Une place particulière est réservée au projet NENA, une initiative stratégique consacrée à la valorisation du capital humain, à travers un programme d'événements et de rencontres de formation visant à promouvoir la prise de conscience et le bien-être, aussi bien dans la sphère professionnelle que personnelle. En 2025, 7 rencontres ont été organisées au total, autour de thèmes importants pour la qualité de vie et le développement des compétences : 3 consacrées à l'intelligence artificielle, afin



de favoriser une meilleure compréhension des outils émergents et de leur impact sur le travail ; 3 rencontres du cycle « Welfood », axées sur l'alimentation et ses effets sur le bien-être individuel ; 1 rencontre avec un ostéopathe, axée sur la prévention et la santé physique.

À travers NENA, Faba renforce son engagement à promouvoir une approche intégrée du développement, en reconnaissant l'étroite interconnexion entre épanouissement individuel et performance de l'organisation. Dans cette perspective, investir dans le bien-être et les compétences des personnes représente un levier stratégique pour générer une valeur durable dans le temps.



Écoute et suivi du climat social

L'écoute est l'un des piliers de la culture FABA. L'entreprise réalise chaque année des enquêtes sur le climat social pour suivre le ressenti interne, identifier les axes d'amélioration et s'assurer de maintenir un environnement de travail positif et adapté aux besoins de toutes et tous. À cela s'ajoutent des moments structurés de feedback continu, des enquêtes d'onboarding pour les nouvelles recrues et des entretiens individuels réguliers, qui permettent de saisir rapidement les besoins, les attentes et les suggestions.

Cette approche n'est pas un simple exercice formel : les données recueillies sont analysées et utilisées pour orienter les choix organisationnels, définir les priorités d'intervention et concevoir des initiatives toujours plus ciblées. L'objectif est de construire un cercle vertueux dans lequel l'écoute se traduit en actions concrètes et les actions produisent un bien-être mesurable.

Au-delà des initiatives structurées, Faba croit en la valeur des moments informels de partage comme outil de cohésion et d'appartenance. En 2025, le Sport Day a été lancé : une journée consacrée au sport et aux échanges entre collègues, pensée pour renforcer les liens en dehors du contexte professionnel. Le restaurant d'entreprise lui-même est conçu non seulement comme un service, mais comme un lieu de rencontre et d'échange au quotidien.

L'ensemble de ces initiatives, de la flexibilité aux avantages sociaux, de la formation à l'écoute, jusqu'aux moments de convivialité, compose un écosystème organisationnel dans

lequel le bien-être n'est pas un objectif isolé, mais une dimension transversale qui imprègne chaque aspect de la vie chez Faba.

Impact value chain

L'impact value chain représente de manière synthétique et structurée la stratégie d'impact de Faba pour le domaine « Bien-être au travail et culture interne ».



Input	Activités	Output	Outcome
Ressources humaines (internes) : collaborateurs de Faba.	Diffusion et analyse d'enquêtes pour évaluer le climat social et les besoins du personnel.	Nb d'enquêtes sur le climat social réalisées.	Amélioration du score de l'enquête sur le climat social par rapport à l'année précédente.
Ressources financières : budget alloué au développement du personnel.	Initiatives de bien-être social et parcours de développement personnel/professionnel (ex. avantages sociaux, NENA, restaurant d'entreprise).	Nb d'initiatives réalisées en faveur du bien-être au travail (ex. avantages sociaux, sport day, NENA, team building, télétravail).	Renforcement du sentiment d'appartenance et du bien-être perçu

Le premier indicateur d'output défini par Faba pour ce domaine concerne le nombre d'enquêtes sur le climat social réalisées. En 2025, deux enquêtes ont été menées, l'une en août et l'autre en décembre ; cet indicateur trouve son prolongement naturel, comme outcome, dans l'amélioration du score de l'enquête sur le climat social par rapport à l'année précédente.

Le deuxième pilier de l'analyse relie l'output des initiatives réalisées (telles que les programmes d'avantages sociaux, le sport day, le team building et le télétravail) à l'outcome qualitatif du renforcement du sentiment d'appartenance et du bien-être perçu. Dans ce cas, l'effort organisationnel pour offrir des avantages tangibles et des modes de travail flexibles se traduit par un impact profond sur la culture d'entreprise, en renforçant

le lien émotionnel entre les personnes et la marque et en améliorant la qualité de la vie professionnelle au quotidien. Le tableau suivant présente les indicateurs d'output pour le domaine « Bien-être au travail et culture interne », c'est-à-dire les résultats immédiats et mesurables des activités menées au cours de l'exercice de référence.

Output

Nb d'enquêtes sur le climat social réalisées	2
Nb d'initiatives réalisées en faveur du bien-être au travail (ex. avantages sociaux, sport day, NENA, team building, télétravail)	13

Les outcomes représentent les changements significatifs et durables générés à moyen terme par les initiatives de Faba en matière de bien-être et de culture interne. Le tableau suivant présente les indicateurs d'outcome pour le domaine d'impact concerné.

Outcome

Amélioration du score de l'enquête sur le climat social par rapport à l'année précédente	8,32 (amélioration de 2,57% par rapport au score 2024 de 8,11)
Renforcement du sentiment d'appartenance et du bien-être perçu	8,64 (amélioration de 2,13% par rapport au score 2024 de 8,46)

3.3 Environnement et design durable

Impact

Mesurer et réduire les impacts environnementaux tout au long de la chaîne de valeur.





Pour Faba, la durabilité environnementale n'est pas un objectif accessoire mais une dimension structurelle de son modèle d'entreprise. La conscience que chaque produit laisse une empreinte sur la planète, à travers les matériaux utilisés, les processus de production et le cycle de vie des emballages, a poussé l'entreprise à intégrer la réflexion écologique dès la phase de conception, en faisant de l'écoconception un levier stratégique pour réduire l'impact environnemental tout au long de la chaîne de valeur.

L'engagement repose sur l'augmentation progressive de l'utilisation de matériaux recyclés dans la composition des produits et de leurs emballages.

Faba adopte une approche systématique de l'écoconception qui implique de manière transversale les équipes R&D, Supply Chain, Qualité et Durabilité. Ce modèle de travail intégré garantit que la dimension environnementale est prise en compte dès les premières phases du développement produit, non comme une contrainte a posteriori, mais comme un paramètre de conception au même titre que la qualité, la sécurité et l'expérience utilisateur.

Dans le choix des matériaux pour les composants structurels, le plastique reste le matériau principal pour des raisons de durabilité et de sécurité. La philosophie de Faba prévoit en effet que le produit accompagne les différentes étapes de la croissance de l'enfant au fil du temps, en évoluant simplement grâce au changement des Personnages Sonores.

Pour garantir cette longévité et une résistance maximale, les appareils FABA+ et FABA Conteur d'histoires sont actuellement fabriqués en matériau vierge. Pour les autres lignes de produits, en revanche, l'entreprise a choisi d'intégrer progressivement une part de matériau recyclé. Notre activité de recherche et développement reste toutefois orientée vers de nouvelles solutions techniques et des matériaux innovants qui permettront, à l'avenir, de réduire encore l'utilisation de ressources vierges sans compromettre les standards de performance et de sécurité certifiés par le Global Recycled Standard (GRS). Faba réalise en effet des audits sur ses produits dans le but d'en améliorer constamment la qualité. En 2025, 65 audits ont été réalisés.

Une étape importante dans la réduction de l'impact environnemental est la transition des emballages en plastique

vers des emballages en papier, achevée en 2024 et durablement consolidée en 2025.

L'ensemble des emballages Faba (à l'exception de la ligne FABA+, en papier vierge) est fabriqué en papier FSC Mix. Cette certification garantit qu'au moins 70% du matériau provient de forêts gérées de manière responsable et/ou de sources recyclées. Aux fins de notre Rapport d'Impact, nous avons adopté un critère de transparence prudent : bien que la norme FSC Mix autorise différentes combinaisons de fibres, l'hypothèse technique à la base du calcul de nos impacts retient, en moyenne, une part de matériau recyclé de 40%.



Pour garantir une transparence maximale, le calcul de la part de matériau recyclé repose sur une mesure précise des volumes mis sur le marché.

Le calcul relatif aux produits est effectué au moyen d'une analyse qui prévoit :

- Analyse unitaire : identification des grammes de matériau vierge et recyclé contenus dans chaque type de produit ;
- Pondération par les volumes de vente : les poids unitaires sont multipliés par les quantités effectivement vendues au cours de l'année de référence. Cette étape est essentielle pour déterminer l'impact réel de la marque sur le marché, en donnant plus de poids aux produits les plus diffusés.
- Détermination du ratio final : le résultat final est obtenu en calculant le rapport entre le poids total du matériau recyclé et la masse totale du matériau utilisé (somme du matériau vierge et recyclé).

Pour les emballages, le calcul suit la même logique de pondération par les ventes : les poids (répartis entre composante vierge et recyclée) sont multipliés par les unités vendues pour chaque ligne de produits. Le % d'emballages recyclés est déterminé par le rapport entre la somme des poids du matériau recyclé et le poids total de l'ensemble des emballages mis sur le marché.

Impact value chain

L'impact value chain représente de manière synthétique et structurée la stratégie d'impact de Faba pour le domaine « Environnement et design durable ».



Input	Activités	Output	Outcome
Ressources humaines internes : équipes R&D, Supply Chain, Qualité et Durabilité Ressources financières : investissements dédiés à l'écoconception (audits, certifications GRS, tests R&D).	Activités d'écoconception, de R&D et de conception des produits orientées vers l'utilisation de matériaux recyclés (pour les produits et les emballages). Réduction du poids des emballages.	% de catégories de produits contenant des matériaux recyclés	% de matériaux recyclés dans les produits vendus dans l'année
	Réalisation d'audits produits et de certifications GRS.	% de catégories de produits utilisant des emballages recyclés	% d'emballages (papier) recyclés contenus dans les produits vendus

Le tableau suivant présente les indicateurs d'output pour le domaine « Environnement et design durable », c'est-à-dire les résultats immédiats et mesurables des activités menées au cours de l'exercice de référence.

Output

% de catégories de produits ¹ contenant des matériaux recyclés	50%
% de catégories de produits ² utilisant des emballages recyclés	85,7%

Les outcomes représentent les changements significatifs et durables générés à moyen terme par les initiatives de Faba en

¹ Catégories prises en compte : FABA+ ; FABA Conteur d'histoires ; Personnages Sonores ; Disques Sonores ; Peluches ; Casques ; Bumper ; Livres. Catégories contenant du plastique recyclé : Personnages Sonores, Disques Sonores, Peluches, Livres (soit 4 catégories sur 8).

² Catégories prises en compte : FABA+ ; FABA Conteur d'histoires ; Personnages Sonores ; Disques Sonores ; Peluches ; Casques ; Bumper. Catégories contenant du plastique recyclé : FABA Conteur d'histoires ; Personnages Sonores ; Disques Sonores ; Peluches ; Casques ; Bumper (soit 6 catégories sur 7). La catégorie Livres n'a pas été prise en compte car elle ne comporte pas d'emballage.

matière d'environnement et de design durable. Le tableau suivant présente les indicateurs d'outcome pour le domaine d'impact concerné.

Outcome

% de plastique recyclé dans les produits vendus dans l'année	53,67%
% d'emballages (papier) recyclés contenus dans les produits vendus	34,25%

Changement climatique et émissions de GES

Faba a décidé de rendre compte de ses émissions de gaz à effet de serre conformément aux lignes directrices du GHG Protocol, une référence mondiale largement reconnue et utilisée par les entreprises et les institutions pour calculer et déclarer leurs émissions de gaz à effet de serre. Ce choix est essentiel pour comprendre et gérer l'impact climatique de nos activités. Les émissions sont classées en trois grandes catégories : les émissions directes issues des activités sous le contrôle opérationnel de l'entreprise (Scope 1), les émissions indirectes associées à l'achat d'électricité (Scope 2) et les émissions indirectes générées tout au long de la chaîne de valeur de l'entreprise (Scope 3).

Faba a quantifié ses émissions de Scope 1 et Scope 2 afin d'obtenir une première vision de son impact sur le changement climatique, ce qui permet d'identifier les points critiques et de développer des stratégies efficaces pour atténuer l'impact environnemental. Au cours des trois prochaines années, l'entreprise s'engage à élargir le périmètre de calcul en intégrant également les émissions de Scope 3.

L'objectif principal de cette analyse a été de commencer à prendre conscience de notre contribution au changement climatique et de mettre en évidence les domaines dans lesquels nous pouvons améliorer nos performances. Cet engagement renforce non seulement la responsabilité de Faba en matière de durabilité environnementale, mais répond aussi aux attentes croissantes des parties prenantes, qui demandent davantage de transparence dans la gestion des enjeux climatiques.

L'inventaire des émissions de GES représente donc un élément clé pour s'aligner sur les standards internationaux et contribuer



activement aux efforts mondiaux de lutte contre le changement climatique.

Pour le calcul de notre empreinte carbone, nous avons été accompagnés par Up2You et avons suivi les émissions de gaz à effet de serre générées par les activités de l'entreprise.

Le total des émissions de gaz à effet de serre par Scope pour l'année 2025 est présenté dans le tableau suivant :

Émissions Scope 1	Émissions Scope 2 Location based	Émissions Scope 2 Market based
13,93 t CO ₂ éq.	7,86 t CO ₂ éq.	0 t CO ₂ éq.



Émissions Scope 1

Au cours de la période de reporting, l'entreprise a généré un total de 13,93 tonnes de CO₂ équivalent provenant de sources directes. Ces émissions proviennent des sources suivantes :

Source d'émission	Unité	Quantité
Gaz naturel	t CO ₂ éq.	0
Gaz réfrigérants	t CO ₂ éq.	2,7
Carburant des véhicules de l'entreprise	t CO ₂ éq.	11,23
Autres consommations directes	t CO ₂ éq.	0
Total	t CO ₂ éq.	13,93

La source d'émission de Scope 1 la plus importante est l'utilisation de carburant pour les véhicules de l'entreprise, qui représente environ 81% de nos émissions directes totales quantifiées en 2025.

Émissions Scope 2

Le calcul des émissions de Scope 2 peut être effectué selon deux méthodes :

Location based : applique à l'électricité consommée un facteur d'émission moyen, calculé sur la base du mix énergétique national du pays dans lequel l'entreprise opère (Italie).

Market based : tient compte de la quantité d'énergie issue de sources renouvelables achetée directement par l'entreprise, à condition qu'elle soit certifiée par le GSE (gestionnaire italien des services énergétiques) au moyen d'une garantie d'origine. Le tableau suivant présente le résultat des émissions de GES de Faba relatives au Scope 2 selon les deux approches.

Source d'émission	Unité	Quantité
Émissions indirectes liées à l'énergie – Location based	t CO2 éq.	7,86
Émissions indirectes liées à l'énergie – Market based	t CO2 éq.	0



La différence d'émissions de GES entre les deux méthodes de calcul s'explique par la fourniture d'électricité provenant à 100% de sources renouvelables. Selon la méthode market-based, les émissions de GES liées à la consommation d'électricité en 2025 sont nulles.

4. Relation avec la communauté éducative et les fournisseurs

4.1 Relation avec la communauté éducative

Faba n'agit pas comme un acteur isolé, mais comme partie d'un écosystème éducatif plus large, dans lequel écoles, bibliothèques, familles, pédagogues et partenaires commerciaux contribuent ensemble à la création de valeur partagée. Le développement de relations significatives avec les communautés et les parties prenantes éducatives est pour Faba un élément fondamental de sa mission : accompagner les enfants dans leur parcours de croissance grâce à des



expériences d'écoute, d'apprentissage et de jeu, livres d'écrans.

L'engagement de Faba envers le monde éducatif s'exprime à travers un réseau de collaborations avec des écoles et des bibliothèques, pensées pour apporter les produits Faba directement dans les lieux d'apprentissage et de jeu collectif. Des kits pédagogiques sont mis à la disposition des structures éducatives pour intégrer l'expérience d'écoute dans la routine quotidienne des enfants, en accompagnant le travail des enseignants avec des outils qui stimulent la créativité, le langage et l'imagination. Cette initiative part de la conviction que l'éducation est une responsabilité partagée par toute la société. Faba accompagne les professionnels du secteur en leur fournissant des ressources complémentaires, utiles pour faire de l'apprentissage une expérience plus riche et plus captivante. En 2025, Faba a investi dans l'organisation et la participation à des événements réalisés avec des partenaires commerciaux et stratégiques, notamment des collaborations avec des acteurs tels que Città del Sole et Inglesina, ainsi que dans la réalisation de ses propres événements, comme ceux liés au lancement de FABA+. Chaque événement est une occasion de rencontre entre la marque et les familles, un moment pour partager des valeurs, des contenus éducatifs et l'expérience de jeu qui caractérise le monde Faba.

Bien que cela ne relève pas strictement des finalités de bénéfice commun, Faba a défini des *outputs* et des *outcomes* spécifiques pour suivre et valoriser sa relation avec la communauté éducative.

Comme premier *output* (le résultat immédiat et mesurable des activités), l'entreprise a retenu le nombre d'achats effectués avec la Carta Docente (bon de formation destiné aux enseignants en Italie) sur le site *myfaba.it*. L'*outcome* (le changement attendu à moyen terme) associé à cet indicateur est l'objectif de mettre à la disposition des enseignants le plus grand nombre possible de Conteurs d'histoires. Comme deuxième *output*, Faba a retenu le nombre de publications sur les réseaux sociaux consacrées à l'approfondissement de thèmes éducatifs. Dans ce cas, l'objectif à long terme est de maintenir et de développer de nouvelles collaborations avec des experts du monde pédagogique et éducatif.

Pour confirmer cet engagement, 6 149 Conteurs d'histoires ont été mis à disposition en 2025 et 6 contenus pour les réseaux sociaux ont été réalisés en collaboration avec une psychopédagogue.

4.2 Gouvernance durable et évaluation des fournisseurs



La transparence et la responsabilité sont les piliers qui guident le processus de décision de Faba. Par gouvernance durable, l'entreprise entend l'ensemble des principes, règles et pratiques qui garantissent une gestion rigoureuse des risques et une responsabilité interne et externe cohérente avec les valeurs de Società Benefit et de B Corp.

Faba a formalisé son Code d'éthique, un document approuvé par le Conseil d'administration qui définit les principes, les valeurs et les règles de conduite à la base de l'identité de l'entreprise. Le Code repose sur des piliers fondamentaux tels que l'honnêteté, le sérieux, l'innovation et la responsabilité sociale, et vise à promouvoir un environnement de travail fondé sur la transparence et le respect mutuel. Il s'adresse à toutes les personnes qui agissent pour le compte de Faba, notamment les associés, les administrateurs, les salariés et les collaborateurs, afin de garantir que chaque action soit cohérente avec le statut de Società Benefit et avec les engagements de développement durable de l'Agenda 2030.

L'entreprise s'engage à renforcer la gouvernance et la durabilité de sa supply chain, avec l'objectif d'avoir une connaissance complète de toute la structure de sa chaîne d'approvisionnement et de partager de manière transparente les relations actives avec tous les acteurs concernés. Évaluer les partenaires non seulement sur leur efficacité opérationnelle, mais aussi sur leur adhésion à des standards éthiques et environnementaux élevés, permet de garantir que l'intégrité de Faba soit préservée à chaque étape, de la naissance d'une idée à sa réalisation finale.

Faba a lancé un processus structuré d'identification et de classification de tous les fournisseurs, répartis en tiers selon leur



chiffre d'affaires : Tier 1, Tier 2 et Tier 3. Cette démarche permet de construire une vision complète et actualisée de la chaîne d'approvisionnement, en identifiant les points critiques et les axes d'intervention prioritaires.

La cartographie des fournisseurs est la condition préalable indispensable à toute action d'amélioration : ce n'est qu'avec une connaissance approfondie de la structure de la supply chain qu'il est possible d'agir de manière ciblée sur les pratiques environnementales, sociales et de gouvernance des partenaires, en favorisant un relèvement progressif des standards tout au long de la filière.

Faba a rédigé et adopté un Code de conduite des fournisseurs, un document contraignant qui établit les principes éthiques et les comportements attendus de tous les partenaires de la chaîne d'approvisionnement. Le Code repose sur une approche de responsabilité partagée et promeut la transparence dans la filière, en reconnaissant qu'une conduite responsable est essentielle au succès commercial et à la réputation de chacun. Le Code aborde des thèmes centraux tels que la loyauté et la bonne foi dans les relations commerciales, le respect des droits humains et des conditions de travail, la protection de l'environnement, la transparence dans la gestion des processus de production et la conformité à la réglementation en vigueur. La connaissance et le respect du Code constituent des obligations contractuelles pour les fournisseurs, ce qui renforce le lien entre adhésion aux principes éthiques et continuité de la relation commerciale.

Le partage et la signature du Code de conduite par les fournisseurs représentent un premier pas concret vers la construction d'une supply chain alignée sur les valeurs de Faba, et en même temps un outil de dialogue et de sensibilisation à des pratiques plus durables.

Faba a également mis en place un outil d'évaluation des performances ESG des fournisseurs (Environnementales, Sociales et de Gouvernance), au moyen d'une enquête dédiée. L'objectif est de recueillir des informations qualitatives et quantitatives sur les pratiques environnementales, sociales et de gouvernance des partenaires, afin de constituer une base de données structurée permettant d'orienter les choix d'achat vers des fournisseurs plus alignés sur les valeurs de durabilité de Faba.



Le taux de réponse à l'enquête est un indicateur significatif du niveau d'implication et de sensibilité des fournisseurs aux thématiques ESG. Faba entend augmenter progressivement la participation, notamment grâce à des actions de sensibilisation et d'accompagnement des fournisseurs dans la compréhension et l'adoption de pratiques plus durables.

Pour ce domaine également, bien qu'il ne s'agisse pas d'un domaine de bénéfice commun, Faba a défini des outputs et des outcomes.

Le premier indicateur d'*output* concerne le nombre de partenaires commerciaux auxquels l'enquête d'évaluation des performances ESG a été envoyée. L'*outcome* correspondant, qui en mesure l'implication effective, est représenté par le nombre de fournisseurs ayant répondu au questionnaire : l'objectif a enregistré un excellent taux de participation, avec 9 réponses reçues sur 10 envois.

Comme deuxième *output*, le nombre de partages du Code de conduite a été suivi. L'*outcome* dans ce domaine est l'adhésion formelle aux principes qu'il contient : à ce titre, 13 fournisseurs sur 15 ont signé le document.

Output

Nombre de fournisseurs auxquels l'enquête d'évaluation ESG a été envoyée.	10
Nombre de partages du Code de conduite	15

Les outcomes représentent les changements significatifs et durables générés à moyen terme par les initiatives de Faba en matière de gouvernance durable et d'évaluation des fournisseurs.

Outcome

Nombre de fournisseurs ayant répondu à l'enquête.	9
Nombre de fournisseurs ayant signé le Code de conduite	13

5. Conclusion

5.1 Synthèse de l'évaluation et objectifs futurs

Ce premier Rapport d'Impact a représenté un moment fondamental d'écoute, de mesure et de prise de conscience : une occasion de comprendre où nous en sommes, dans quelle mesure nous générons une valeur réelle et dans quels domaines nous devons encore progresser. Nous abordons 2026 avec des objectifs clairs et ambitieux, construits sur la solidité de ce que nous avons déjà lancé et sur la volonté de transformer les bonnes pratiques en processus structurés et mesurables. Nous présentons ci-dessous une synthèse des résultats de l'année et les objectifs que nous nous sommes fixés pour 2026.



Génération futures et impact éducatif

Le domaine qui représente le cœur de la mission de Faba a atteint des résultats d'une importance exceptionnelle, confirmant la pertinence de sa vision par des preuves concrètes. Les résultats montrent que l'utilisation régulière des produits Faba permet une nette expansion du vocabulaire global et une amélioration sensible de la compréhension de termes spécifiques, consolidant le rôle de l'appareil comme outil éducatif efficace.

Les enquêtes menées auprès d'un large échantillon de familles italiennes décrivent FABA comme un élément désormais incontournable de la routine quotidienne. Sa valeur est largement reconnue par les parents, qui considèrent ses produits comme un soutien actif dans le parcours éducatif de leurs enfants.

C'est pourquoi les objectifs pour 2026 visent à structurer de manière plus approfondie et systématique la mesure de l'impact éducatif, tout en renforçant les liens avec les communautés éducatives. L'écoute des familles, la collaboration avec le monde pédagogique et la collecte de données qualitatives et quantitatives deviendront de plus en plus centrales dans la conception des contenus, avec en ligne de mire une génération plus consciente.

Dans ce cadre, Faba a défini six axes stratégiques pour 2026 :



- Comité scientifique : la création d'un comité scientifique représente une étape fondamentale pour renforcer la crédibilité et la solidité de l'offre éducative. Le comité aura pour mission d'accompagner et de valider les produits en cours de développement, en garantissant que chaque contenu réponde à des critères pédagogiques rigoureux et actualisés ;
- Parcours de croissance évolué : l'introduction d'une logique de gamification au sein de l'expérience Faba permettra de rendre compte des progrès de l'enfant dans ses apprentissages et de les rendre visibles aux parents. Grâce à un parcours de croissance évolué, les familles pourront suivre le développement des compétences de leurs enfants de manière plus consciente, en transformant l'utilisation quotidienne de l'appareil en une expérience de croissance partagée et mesurable ;
- Interaction avec les éducateurs et les institutions : Faba entend élargir le dialogue avec le monde éducatif, en développant les collaborations avec les organismes éducatifs, les bibliothèques et les établissements scolaires. Cette ouverture vise non seulement à apporter les contenus FABA dans de nouveaux lieux d'apprentissage, mais aussi à recueillir de précieux retours de professionnels de l'éducation, en enrichissant la conception de compétences et de sensibilités différentes ;
- Nouvelles compétences : l'introduction de jeux éducatifs au catalogue représente une évolution naturelle de l'offre FABA, avec de nouveaux modes d'utilisation et une expérience interactive qui élargit l'éventail des compétences stimulées. L'objectif est que le produit s'inscrive dans les différentes étapes de la vie de l'enfant, en l'accompagnant avec des outils adaptés à chaque étape de son développement ;
- Évaluation et mesure de l'impact éducatif : la mise en place d'un système structuré et continu d'évaluation de l'impact représente une étape décisive pour l'entreprise. Grâce au développement d'un indice synthétique d'impact éducatif, qui suive des domaines clés comme le langage, l'imagination et les compétences socio-

émotionnelles, Faba pourra recueillir des données tangibles et des témoignages directs ;

- Valorisation des histoires d'impact : une partie centrale de la stratégie concerne la collecte et la mise en récit d'histoires d'impact vécues, qui montrent concrètement comment l'utilisation de l'appareil favorise la croissance et les liens familiaux. Ces récits n'ont pas seulement une visée de communication : ils servent à documenter la valeur sociale du produit dans le temps, en rendant tangibles les bénéfices éducatifs obtenus par les enfants dans leur développement au quotidien.

La poursuite de ces objectifs devrait produire à moyen terme une série d'effets positifs et interconnectés : une meilleure conscience interne de l'impact généré, une conception des contenus toujours plus cohérente avec les besoins de développement des enfants, une confiance croissante des familles envers Faba en tant qu'alliée éducative, la création d'une valeur reconnue également par les institutions, une plus grande différenciation par rapport au marché des jouets traditionnels et l'implication active d'une communauté éducative qui participe au projet en tant qu'acteur à part entière, et non seulement en tant que destinataire.



Bien-être au travail et culture interne

Faba reconnaît que le soin apporté au bien-être organisationnel est un parcours en constante évolution, qui exige une attention permanente, une capacité d'écoute et une volonté d'innover. Pour 2026, l'entreprise a défini six axes stratégiques visant à consolider et à étendre les initiatives déjà lancées, en transformant les bonnes pratiques en processus structurés et durables dans le temps :

- Registre structuré des heures de formation : la mise en place d'un système de suivi précis des heures de formation dispensées permettra à Faba de suivre de manière systématique l'investissement dans le développement des compétences, d'identifier les domaines qui nécessitent davantage d'attention et de rendre compte avec transparence de l'engagement de l'entreprise en matière de formation ;
- Écoute organisationnelle systémique : Faba entend maintenir et consolider son système intégré d'écoute, qui



comprend les enquêtes sur le climat social, les parcours d'onboarding et les entretiens individuels de feedback réguliers, en préservant sa nature authentique : non pas une succession de formalités, mais un outil vivant pour saisir rapidement les besoins, les attentes et les signaux de changement de ses équipes ;

- Programme d'avantages sociaux personnalisé : le programme d'avantages sociaux fera l'objet d'une révision visant à garantir une plus grande personnalisation des avantages proposés. L'intention est de dépasser un modèle standardisé pour se rapprocher d'un système capable de répondre aux besoins spécifiques de chaque personne, en reconnaissant que le bien-être prend des formes différentes pour chacun ;
- Culture de la flexibilité : Faba s'engage à consolider et à diffuser des modèles de travail hybrides qui associent présence sur site et travail à distance, dans une logique de flexibilité qui ne soit pas simplement accordée, mais vécue comme une valeur partagée. L'objectif est de favoriser l'autonomie et la responsabilité individuelle, tout en préservant la cohésion et la collaboration de l'équipe ;
- Intégration du « bien-être » dans les processus RH : le bien-être organisationnel sera explicitement intégré dans les principaux processus de gestion des ressources humaines, du recrutement à l'évaluation, de la formation à la planification des parcours de carrière, afin qu'il devienne une dimension structurelle et non accessoire de la vie de l'entreprise ;
- Extension des initiatives informelles : les initiatives de convivialité comme le Sport Day, le projet NENA et les moments conviviaux liés au restaurant d'entreprise seront étendus et renforcés, avec la conviction que la qualité des relations interpersonnelles est un ingrédient essentiel du bien-être et de la motivation au travail.

La poursuite de ces objectifs devrait produire à moyen terme une série d'effets positifs et interconnectés : une amélioration structurelle du climat social, une hausse de la satisfaction et de la motivation des personnes, une plus grande capacité à attirer et à fidéliser les talents, une réduction du turnover et de l'absentéisme, le renforcement du sentiment d'appartenance et

de l'identité de l'organisation et, en définitive, une amélioration de la qualité du travail qui se répercute positivement sur le bien-être de l'ensemble de l'organisation.

Environnement et design durable

En matière d'environnement, Faba a entamé son parcours de reporting des émissions, qu'elle poursuivra en élargissant le périmètre aux émissions de Scope 3. Parallèlement, l'entreprise confirme son engagement à intégrer des matériaux recyclés et des emballages recyclables, tout en garantissant la durabilité habituelle et le haut niveau de qualité du produit

Faba a défini quatre axes clés pour transformer ses points critiques environnementaux en leviers d'innovation :

- Remplacement progressif des matériaux critiques : engager la transition du PVC et de l'ABS vers des alternatives recyclables ou renouvelables, en donnant la priorité à l'utilisation du TPR et de matériaux compostables ou facilement séparables ;
- Intégration des principes d'écoconception : intégrer systématiquement dans les processus de développement produit les critères de Design for Longevity, en misant sur la modularité, la réparabilité et la recyclabilité complète des composants ;
- Suppression des emballages critiques : supprimer les emballages superflus ou en plastique vierge de la logistique et de la distribution, en adoptant des solutions circulaires comme le paper pallet wrapping, les certifications FSC et des pratiques de recyclage interne ;
- Allongement du cycle de vie du produit : renforcer et structurer les services d'entretien, de réparation et de « seconde vie » (ex. dons, prêt en bibliothèque, groupes d'échange), afin que chaque produit FABA dure le plus longtemps possible.

Relation avec la communauté éducative

Faba reconnaît que la relation avec la communauté éducative est un parcours en constante évolution, qui exige un investissement permanent, une attention aux besoins du territoire et la capacité d'innover dans les formes de collaboration. Pour 2026, l'entreprise a défini l'objectif suivant :



- Formalisation du parcours de croissance évolué : développer un modèle de croissance structuré, axé sur le renforcement du réseau d'écoles et de bibliothèques et sur la consolidation des partenariats commerciaux et institutionnels. Ce parcours vise à étendre la présence de la marque sur le territoire grâce à des collaborations de long terme, en faisant de la distribution un engagement partagé en faveur de la diffusion de contenus éducatifs de qualité.

Gouvernance durable et évaluation des fournisseurs

En 2025, Faba a posé les bases d'une gouvernance durable et transparente. Le Code d'éthique, approuvé par le Conseil d'administration, définit les principes et les règles de conduite pour toutes les personnes qui agissent pour le compte de l'entreprise. La cartographie structurée des fournisseurs répartis par tier (Tier 1, 2 et 3) a permis de construire une vision complète de la chaîne d'approvisionnement. Le Code de conduite des fournisseurs, contraignant et axé sur la légalité, les droits humains, la protection de l'environnement et la transparence, représente un outil concret pour relever progressivement les standards éthiques tout au long de la filière. L'enquête ESG menée auprès des fournisseurs a lancé la collecte de données qualitatives et quantitatives sur leurs pratiques, posant les bases de choix d'achat toujours plus alignés sur les valeurs de Faba.

Pour 2026, Faba s'engage sur deux fronts prioritaires :

- Suivi structuré des fournisseurs selon des critères éthiques et de transparence : mettre en place, pour chaque nouvelle fourniture lancée en 2026, un processus d'évaluation rigoureux qui vérifie l'alignement des partenaires sur les principes de légalité, d'intégrité et de responsabilité sociale définis par Faba. L'entreprise vise à consolider des collaborations fondées sur le partage de valeurs éthiques et sur un engagement documenté en faveur d'une gestion durable des impacts sociaux et environnementaux ;
- Intégration complète des politiques, des procédures et du Code d'éthique dans le fonctionnement de l'entreprise : promouvoir l'adoption consciente et systématique des outils de gouvernance par l'ensemble de l'organisation,



en veillant à ce que les principes de transparence et d'intégrité guident chaque processus de décision.

5.2 Closing statement



Pour Faba, ce Rapport d'Impact représente un moment de synthèse et de prise de conscience. Ce n'est pas seulement un recueil de résultats, mais une occasion de réfléchir à qui nous sommes, à ce qui guide nos choix quotidiens et à la manière dont nous pouvons continuer à générer une valeur éducative et humaine pour les familles, les enfants et les communautés avec lesquelles nous partageons notre parcours. Chaque contenu présenté dans ces pages, chaque choix de design, chaque relation entretenue avec nos parties prenantes prouve qu'une autre façon d'entreprendre est possible : une façon fondée sur la qualité plutôt que sur la quantité, sur la responsabilité plutôt que sur la facilité, sur l'imagination plutôt que sur la simplification.

Nous avons choisi de nous confronter à nos impacts, tout en sachant que Faba est encore jeune et qu'il y a beaucoup à apprendre, pour continuer à nous améliorer et rendre nos actions toujours plus cohérentes avec les valeurs qui nous guident. Ce Rapport reflète cette volonté : il ne cache pas les domaines dans lesquels nous n'en sommes qu'aux premières étapes (comme la décarbonation), mais les nomme explicitement, car nous voulons y progresser avec intention. Nous savons que la rigueur dans la mesure de l'impact est le fondement de la crédibilité d'une Société Benefit. C'est pourquoi nous continuerons à marcher aux côtés des familles, des éducateurs et des communautés qui nous choisissent, avec le courage d'innover et l'humilité d'écouter, d'apprendre et de nous adapter plus rapidement aux besoins réels de celles et ceux que nous accompagnons.

Nous regardons l'avenir avec la détermination de ceux qui savent que les choix d'aujourd'hui façonneront le monde dans lequel grandiront les enfants de demain. Ce Rapport est le premier chapitre d'une histoire qui se poursuivra année après année, en s'enrichissant de données plus précises, d'objectifs plus ambitieux et d'impacts toujours plus conscients et

mesurables. Nous voulons construire, avec les familles, les communautés éducatives et nos partenaires, un avenir dans lequel chaque enfant puisse cultiver librement son imagination et sa créativité, dans lequel son développement soit soutenu par des choix éducatifs intentionnels et par des technologies vraiment pensées pour lui. Nous voulons que chaque personne qui travaille chez Faba soit le premier témoin et le premier ambassadeur fier de cette vision, consciente que la valeur que nous générons chaque jour n'est pas seulement économique, mais humaine, éducative et durable.



Le Président du Conseil d'administration
Signé : Poloniato Francesco