

la Ménagère

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ



— 2023 —

INDICE

INTRODUZIONE	2
Lettera agli Stakeholder	3
La nostra Storia	5
La struttura organizzativa e di governance	7
La creazione del valore	9
IL BRAND E I VALORI DELLA MÉNAGÈRE	10
I nostri valori e la nostra filosofia.....	11
La Ménagère: Il luogo dei luoghi.....	13
Il nostro Shop	16
La selezione dei nostri prodotti	18
La nostra strategia di espansione	20
SOSTENIBILITÀ SOCIALE	22
Lo sviluppo e il benessere dei nostri dipendenti.....	23
La salvaguardia della salute e della sicurezza nel luogo di lavoro.....	26
L'attenzione per i nostri clienti	27
Relazioni con la comunità e il territorio.....	29
SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE	30
La gestione dei consumi energetici	31
Economia circolare, spreco alimentare e gestione della risorsa idrica.....	33
NOTA METODOLOGICA	34
INDICATORI DI PERFORMANCE	35
INDICE DEI CONTENUTI GRI	41

INTRODUZIONE



LETTERA AGLI STAKEHOLDER

CARI STAKEHOLDER,

Con grande piacere e orgoglio vi presentiamo il primo Report di Sostenibilità di E&A Factory. Questo documento rappresenta un importante traguardo per la nostra azienda, poiché racchiude la gestione delle tematiche di sostenibilità ambientale, sociale ed economica e presenta le nostre performance per l'anno 2023, esplicitando il nostro impegno in materia di sviluppo sostenibile.

Fin dalla fondazione, E&A Factory ha perseguito una visione chiara: creare valore non solo attraverso i nostri prodotti e servizi, ma anche mediante un impatto positivo sulle persone e sul pianeta. Siamo convinti che la sostenibilità non sia solo una responsabilità, ma anche un'opportunità per innovare, migliorare e crescere insieme ai nostri stakeholder.

Con questo Report, intendiamo affermare con chiarezza e trasparenza il nostro impegno in materia di sviluppo sostenibile. La pubblicazione del nostro primo Report di Sostenibilità è un passo fondamentale per posizionarci tra i leader responsabili nel settore della ristorazione. Infatti, crediamo fermamente che la sostenibilità debba essere integrata in ogni aspetto delle nostre strategie aziendali e che possa costituire un fattore vincente e di valore aggiunto.

Negli ultimi anni, il settore della ristorazione ha affrontato sfide senza precedenti a causa della pandemia di COVID-19. Le restrizioni, le chiusure temporanee e i cambiamenti nei comportamenti dei consumatori hanno messo a dura prova molte aziende del settore. Tuttavia, con la fine della pandemia, abbiamo assistito a una graduale ripresa, sostenuta dall'adozione di nuove tecnologie, dall'innovazione nei modelli di business e da un rinnovato interesse per la sostenibilità.

E&A Factory ha navigato attraverso queste sfide con resilienza e determinazione. Durante i periodi più difficili, abbiamo implementato misure per garantire la sicurezza dei nostri dipendenti e clienti, e abbiamo adattato le nostre operazioni per rispondere alle nuove esigenze del mercato. La nostra capacità di adattamento ci ha permesso di emergere più forti e più preparati per il futuro. Grazie a questi sforzi, siamo orgogliosi di annunciare che nel 2023 abbiamo sfiorato i 7 milioni di euro di fatturato, un risultato che testimonia la nostra crescita economica e la nostra solidità.

Questo Report è solo l'inizio. Siamo consapevoli che la strada verso la sostenibilità sia un percorso continuo e siamo impegnati a migliorare costantemente le nostre pratiche. Vi invitiamo a leggere questo documento con attenzione e a condividere con noi le vostre impressioni e suggerimenti.

Il vostro supporto e la vostra fiducia sono fondamentali per il nostro successo. Siamo entusiasti di continuare questo viaggio insieme a voi, con l'obiettivo comune di costruire un futuro più sostenibile e prospero per tutti.

ERNESTO MANFREDI
MANAGING DIRECTOR

HIGHLIGHTS 2023

CIRCA 7 MILIONI DI EURO DI FATTURATO



74 DIPENDENTI, IN CRESCITA DELL'1% RISPETTO AL 2022



66% DIPENDENTI CON CONTRATTO A TEMPO INDETERMINATO



66% DIPENDENTI CON MENO DI 30 ANNI



740 ORE DI FORMAZIONE EROGATE NELL'ANNO



1% ENERGIA CONSUMATA RISPETTO AL 2022



LA NOSTRA STORIA

LA MÉNAGÈRE

apre nel 1896, nel cuore della città di Firenze, come negozio di articoli casalinghi. Si evolve nel tempo, nello spirito e nelle caratteristiche, fino a diventare, oggi, un locale multifunzionale. Oggi, la Ménagère è più di un semplice ristorante: dagli interni dal design ricercato, alla musica d'ambiente, all'arredamento e ai menù personalizzati che utilizzano prodotti stagionali e locali.

La storia della Ménagère affonda le sue radici nel **centro storico di Firenze**, esattamente in Via De' Ginori, a breve distanza dalla Basilica di San Lorenzo, uno dei monumenti più importanti e storici della città. La filosofia di innovazione e modernità del marchio è profondamente connessa con il contesto urbano circostante, il quale in modo inevitabile contribuisce a plasmare l'identità del locale.

Il **negozio della Ménagère apre** originariamente **nel 1896** come negozio di articoli per la casa, dove le giovani coppie stilavano le loro liste di nozze. Da questa storia, e dalla volontà di mantenere un forte legame con il passato, nel 2014 nasce l'idea di unire al retail della vendita di articoli per la casa la ristorazione, rilevando così il vecchio marchio del negozio, ma, allo stesso tempo, rinnovandolo profondamente.



I vasti locali, ormai in disuso, dell'antica Ménagère vengono ristrutturati in chiave moderna e vengono aperti al pubblico con una nuova veste, ossia quella del **Concept Restaurant**. Il risultato è un contenitore che raccoglie più anime, dove l'allestimento e il design sono curati per creare un ambiente informale ma ricercato, in cui cucina di alto livello, fiori ed accessori per la casa possano incontrarsi e convivere. Oltre alla **ristorazione**, la Ménagère offre **servizi per eventi**, come matrimoni e feste, grazie al **servizio** personalizzato di eventi con allestimenti floreali.

Il progetto del Concept Restaurant è cambiato e si è arricchito nel tempo, passando dall'offerta di servizi di caffetteria e bistrot a una destinazione gastronomica completa e apprezzata dai clienti. Anche la gestione del negozio di fiori subisce un cambiamento significativo: inizialmente affidata a terzi, col passare del tempo la gestione viene internalizzata.

Nel corso degli anni la Ménagère è stata in grado di raggiungere importanti obiettivi che riconoscono il marchio, lo stile, la qualità e l'originalità del Concept Restaurant. Nel **2016** la Ménagère si aggiudica il secondo posto del **"Restaurant & Bar Design Award"** e il terzo posto per il **"Ristorante di Design dell'anno"**. Nel **2018** la Ménagère ottiene i due prestigiosi premi del Gambero Rosso, ossia **"Ristorante d'Italia"** e **"Migliore aperitivo dell'anno"**.

**Restaurant & Bar
Design Awards •**



GAMBERO ROSSO

Nel **2021** inizia una prima e nuova fase del piano di sviluppo della Ménagère. I locali sono stati chiusi per un progetto di **restyling** per dare un ulteriore slancio di novità e freschezza, pur mantenendo intatto il format originale della Ménagère. Questo rinnovo ha visto anche l'apertura del Jardin la Ménagère, rendendo completo e vario il marchio.

Nel **2023** la Ménagère ha lanciato la sua **piattaforma di e-commerce** con **vendita diretta** Business to Consumer (**B2C**) dei prodotti del Concept Store con consegna in tutta Italia e il Flower shop con delivery su tutta Firenze, segnando un ulteriore sviluppo e consolidamento del Concept Store firmato la Ménagère.



LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA E DI GOVERNANCE

Trasparenza e sostenibilità: i valori che la Ménagère che si impegna a creare in un ambiente di lavoro responsabile e rispettoso, promuovendo una cultura aziendale fondata sul rispetto.

Le attività e i servizi offerti dalla Ménagère sono concentrati nella città di Firenze, dove si trovano i suoi locali, uffici e magazzini per la vendita dell'oggettistica e degli articoli floreali.

La **struttura organizzativa e di governance** della Ménagère è caratterizzata dalla presenza di un Amministratore Unico. L'attenzione e il crescente interesse verso le tematiche di sostenibilità ha spinto l'azienda a decidere di affrontare internamente questa tematica, affidandone la gestione al Managing Director.

Di seguito l'**organigramma aziendale**:





Da dicembre 2023 la Ménagère si è dotata di un sistema di gestione delle segnalazioni riservate, anche noto come *whistleblowing*, conformandosi alla normativa pertinente in materia. Questo canale permette la segnalazione di illeciti in modo confidenziale tramite una casella di posta elettronica gestita da terzi. Le segnalazioni riguardano i comportamenti non etici e le violazioni del regolamento interno aziendale, garantendo una tempestiva comunicazione e presa in carico. La Ménagère si impegna a trattare ogni segnalazione con riservatezza e senza ritorsioni, nel rispetto delle leggi vigenti. Per rendere più effettivo questo sistema di segnalazione è stata condivisa una circolare con tutti i dipendenti, ai quali è stata comunicata l'istituzione del canale e ne sono stati spiegate le funzionalità e l'importanza del suo utilizzo.

I valori e gli standard comportamentali da mantenere nel contesto aziendale sono dettagliati all'interno del **Regolamento aziendale interno**. Il documento viene condiviso a tutti i dipendenti, oltre ad essere attenzionato e sottoscritto dai neoassunti che ne accettano il contenuto. Inoltre, il regolamento aziendale è appeso in una bacheca all'interno dei locali aziendali per renderne fruibile e pubblica la consultazione.

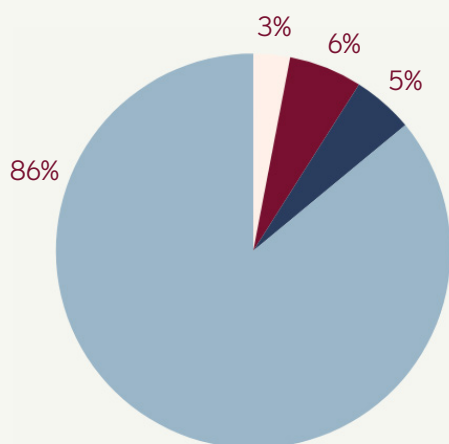
Nel 2023 l'azienda non è stata interessata da casi significativi di non conformità a leggi e regolamenti.

LA CREAZIONE DEL VALORE

PERCENTUALE DI RICAVI PER AREA NEL 2023

PERCENTUALE DI RICAVI PER AREA NEL 2023

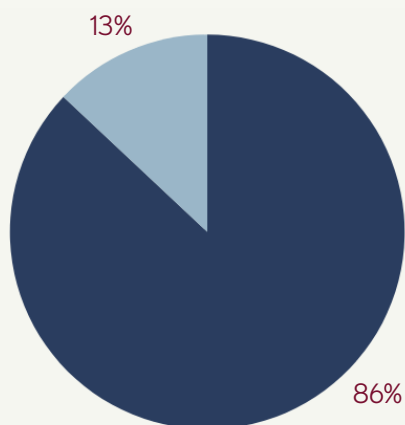
RISTORAZIONE E BAR ■ EVENTI ■
 CONCEPT STORE ■ FIORI ■



IL VALORE ECONOMICO GENERATO DALLA MÉNAGÈRE NEL 2023

PERCENTUALE DI RICAVI PER AREA NEL 2023

VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO ■
 VALORE ECONOMICO TRATTENUTO ■



Nell'esercizio 2023, la Ménagère ha generato un valore economico di circa 7 milioni di euro. Il core business della Ménagère è concentrato sulla **ristorazione**, che costituisce l'**86%** del suo fatturato e impiega oltre 70 persone tra i vari reparti. In aggiunta alla ristorazione, il **Concept Store** di Firenze (**6%**) e il Flower shop (**3%**) contribuiscono a diversificare il reddito dell'azienda e a soddisfare le esigenze di una clientela sempre più variegata.

La **gestione degli eventi** ha rappresentato il **5%** del fatturato totale nel 2023, confermando il successo di questo business intrapreso dall'azienda. Il lancio della piattaforma e-commerce nel 2023 ha segnato un passo importante, consentendo la vendita diretta B2C dei prodotti del concept store e del Flower shop con consegna in tutta Italia e delivery su tutta Firenze.

Il valore economico generato dalla Ménagère esprime la ricchezza prodotta dall'azienda, la quale viene distribuita ai propri stakeholder o trattenuta in azienda. Il valore economico distribuito dalla Ménagère ammonta a circa **7 milioni di euro**. Il 55% del valore economico distribuito è riconducibile ai costi della produzione riclassificati, rappresentando circa 3,5 milioni di euro. Il personale rappresenta il secondo stakeholder a beneficiare maggiormente della distribuzione del valore per il 38% del valore economico distribuito, con un totale di circa 2,7 milioni di euro.

I BRAND E I VALORI DELLA MÉNAGÈRE



I NOSTRI VALORI E LA NOSTRA FILOSOFIA

Esperienze uniche e valori autentici: scegliere la Ménagère significa intraprendere un viaggio culinario e culturale a Firenze. Un'ospitalità sincera, ingredienti locali, un'atmosfera conviviale attendono chiunque desideri vivere un'esperienza completa all'interno di uno stesso locale.



La **filosofia** e i **valori** della Ménagère sono dettati dalla volontà di creare **un punto di incontro** e socialità per i propri clienti, per permettere loro di vivere delle esperienze diverse ogni volta che entrano nei locali del Concept Restaurant. La Ménagère offre dei servizi e dei prodotti che contraddistinguono l'offerta del locale da quella di altri ristoranti e bistrot.

L'idea, che ha portato conseguentemente alla nascita di un sistema valoriale condiviso da parte dell'azienda e dei propri dipendenti, è stata quella di scegliere nel centro storico di Firenze un fondo sfritto e inutilizzato per riqualificarlo e creare un punto di aggregazione in spazi in stato di abbandono che si collocano in un punto nodale della città.

Esperienze uniche e valori autentici: scegliere la Ménagère significa intraprendere un viaggio culinario e culturale a Firenze. Un'ospitalità sincera, ingredienti locali, un'atmosfera conviviale attendono chiunque desideri vivere un'esperienza completa all'interno di uno stesso locale.



La filosofia della cucina è quella di offrire una **proposta di *fine dining*** caratterizzata da ingredienti genuini e locali e da un'elaborazione semplice, per far sentire a proprio agio il cliente che, nel momento della scelta nel menù, è in grado di comprenderne e apprezzarne le ricette.

I piatti offerti dalla Ménagère utilizzano **ingredienti del territorio e stagionali**, per valorizzare al meglio la qualità e le caratteristiche della materia. La cucina offre principalmente specialità italiane, arricchite da influenze culinarie estere, come la cucina francese e sudamericana, che si riflettono nella preparazione dei piatti.

LA MÉNAGÈRE: IL LUOGO DEI LUOGHI

“Il luogo dei luoghi”: un insieme di spazi armoniosi, tutti sotto lo stesso tetto. È un ristorante, un bistrot, il luogo perfetto per un tè, un drink, una colazione di lavoro o una cena. È un giardino, un emporio e una biblioteca. È un labirinto di spazi segreti, angoli appartati e stanze private dove vivere momenti intimi o grandi feste.

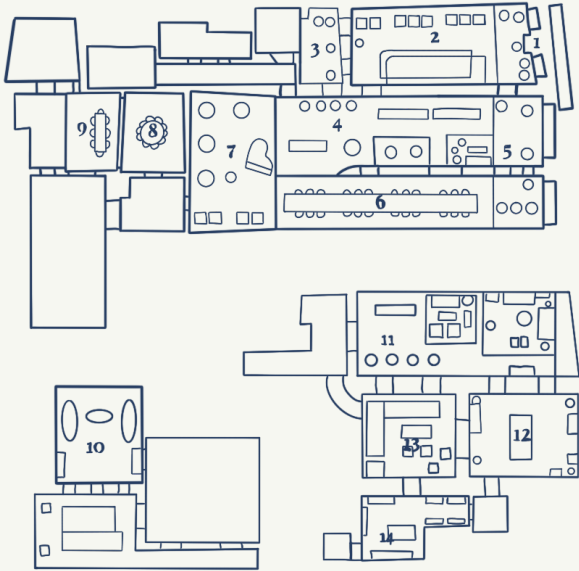


La Ménagère può essere descritta e definita in una frase come “Il luogo dei luoghi”. I locali del Concept Restaurant sono un ambiente bohémien, in cui la diversità dello spazio e il design ricercato contribuiscono a creare un’atmosfera di luci soffuse, fiori, profumi, design e oggetti. È un luogo versatile, caratterizzato da proposte differenziate all’interno dei locali.

L’idea alla base del Concept Restaurant è di organizzare gli spazi del locale in modo diverso, non limitandoli esclusivamente al consumo veloce dei piatti ordinati, ma offrendo al cliente la possibilità di vivere un’esperienza completa, fermandosi negli spazi in base alle sue esigenze, che possano includere leggere un libro, studiare, ascoltare della musica o vivere un’esperienza culinaria. Il cliente è invitato a sperimentare diverse attività a seconda dello spazio che desidera scegliere.

Ogni spazio all’interno della Ménagère, pur essendo differente nel suo scopo e tema, è connesso agli altri.

GLI SPAZI
LA MÉNAGÈRE SPACES



BISTROT CAFFETTERIA E LUNGE BAR Estimated Capacity: 139

1. Il Dehor, La Loggetta, Open Patio
2. Il Bistrot, The Bistrot
3. La Sala Lettura, The Reading Room
4. La Boutique, Il Fioraio, La Boutique and flower Shop

AREA RISTORANTE Estimated Capacity: 150

5. La Loggia Fiorita, The Flower Patio
6. La Galleria, The Gallery Room
7. Le Jardin d'Hiver, The Winter Garden
8. Le Salle à Manger, The Dining Room
9. La Table En Cuisine, Dining Table Within Kitchen
10. La Sala Linda, The Sky Room
11. The Lounge Space
12. Biliardo, The Billiard Room
13. Le Fumoir, Smoking Room
14. La Cava, The Cellar

In particolare, la Ménagère offre una varietà di spazi suddivisi in due principali macroaree: **l'area del bistrot caffetteria e lounge bar**, e l'area dedicata al servizio di ristorazione.



L'area del **bistrot caffetteria e lounge bar** è inaugurata dalla **Loggetta** esterna su Via De' Ginori, ambiente che accoglie il cliente che accede al locale, adatto per un pranzo veloce o un caffè.



L'ingresso all'interno dei locali si apre con l'area **Bistrot** che rappresenta il primo punto di accoglienza della Ménagère, dove vengono serviti i caffè filtrati al mattino e i cocktail alla sera. Questa area è un ambiente informale e vivace, progettato per incontrarsi tra amici, mentre il luogo adatto per un momento di relax e tranquillità è la **Sala lettura**.



Nell'area più centrale del locale il cliente si immerge nei colori e nei profumi del **negozio** di fiori, incastonato tra i tavoli del ristorante e del Bistrot. In questo luogo è possibile prendere un caffè o un aperitivo tra bouquet di fiori e piante esotiche.



Accanto al negozio di fiori troviamo la **Boutique** La Ménagère che rende omaggio alle tradizioni di Firenze e al contempo rappresenta uno spazio per lo shopping vivace e moderno. Nell'emporio della Ménagère si possono trovare set da tavola, libri da collezione o idee regalo.



La passione per la natura e i fiori è espressione della **Loggia fiorita**, un piccolo angolo di natura circondato da fiori colorati e profumati, ideato per una pausa veloce.



L'**area Ristorante** si apre con l'ampio salone della **Galleria**, luogo ideato per cene conviviali con un elevato numero di ospiti e caratterizzato da una parete con un'installazione permanente di vasi colorati che illuminano e colorano l'ambiente.



Le Jardin d'Hiver è un'ampia sala dove poter cenare in un ambiente elegante contornato da tavoli sotto un luminoso lucernario e un maestoso pianoforte.



Il luogo, all'interno dei locali, per organizzare eventi in intimità e riservatezza è invece la **Salle à manger**. Questa sala privata è il luogo pensato per una serata tra amici e familiari o per un pranzo di lavoro formale, momenti che richiedono un ambiente calmo e intimo. La Salle à manger è uno spazio di private dining dove lo staff della Ménagère accoglie le richieste del cliente, per un servizio personalizzato e su misura per ogni evento.



La **Table en cuisine** offre un'esperienza culinaria gourmet, permettendo ai clienti di vedere i propri piatti preparati di fronte a loro immergendosi nella cucina della Ménagère e osservando la professionalità dello staff della cucina.



La Sala Linda è il luogo più alto della Ménagère il cui colore dominante è l'azzurro. La sala è stata creata per dare l'impressione di essere in una nuvola, dove degustare un whisky d'annata o fare conversazione lontano dalla folla.



The Lounge Space è il luogo più nascosto e segreto della Ménagère. Ispirato alla Berlino dei Cabaret e ai locali nascosti della Shangai degli anni Trenta, in questo luogo è possibile ascoltare della musica dal vivo e consumare cocktail. All'interno di questi spazi è presente la **Biliardo Room** e il **Fumoir** dove assaporare sigari pregiati e vini da meditazione. Nell'angolo più nascosto è custodita la cantina, **La Cava**, scrigno enologico con una selezione di grandi etichette.



La **Mansarde** è una sala articolata con spazi distinti che offrono varie esperienze, da angoli in cui sono esposte collezioni di libri ed è possibile dedicarsi alla lettura e all'ascolto di musica, a cocktail bar. Le porte vetrate conducono a una suggestiva corte interna, con uno spazio all'aperto.

LA MÉNAGÈRE

offre una vasta gamma di spazi ed esperienze, ideali per ogni occasione, dalla socializzazione informale ai momenti più intimi e riservati, dal fumoir alle sale private, ai corsi di arte botanica, alle degustazioni di vini, alle mostre alle presentazioni di libri

IL NOSTRO SHOP

Esplora, acquista, emoziona: la Ménagère invita a vivere un'esperienza dove ogni dettaglio può diventare proprio. Dal Concept Restaurant alla Boutique, è possibile scoprire oggetti di design esclusivi che raccontano storie e tradizioni fiorentine, unendo passato e presente con eleganza, offrendo anche queste possibilità attraverso il nuovo shop online.



La particolarità del **Concept Restaurant** è proprio la presenza nell'edificio di un negozio di oggettistica e un fioraio, che contraddistingue il locale dagli altri bistrot e ristoranti. Il cliente può acquistare, nell'emporio al centro del locale, gli articoli di design a marchio Ménagère esposti nell'arredamento dei locali. L'idea è che tutto ciò che si tocca e osserva all'interno del **Concept Restaurant** si può acquistare, per rivivere l'esperienza la Ménagère dove si preferisce.

La **Boutique** cerca di mantenere un legame con le tradizioni del passato di Firenze ma, al contempo, propone la possibilità di acquistare articoli moderni, che spaziano dai set da tavola, vasi, **oggettistica per la casa e libri**. Infatti, per rendere omaggio al ricordo e alla tradizione del vecchio negozio, il team della Ménagère ha creato uno spazio con le antiche teche in legno della Ménagère originarie del 1896. Qui viene proposta una selezione di oggetti per la casa in linea con lo stile che riflette il marchio la Ménagère. L'obiettivo dell'azienda è studiare e proporre una serie di **collezioni a edizione limitata**, firmate la Ménagère, prodotte da piccoli artigiani italiani, contribuendo a far conoscere e riscoprire la maestranza e l'artigianalità dei prodotti italiani all'estero ma anche sul territorio. Inoltre, a partire dal 2023 lo shop online della Ménagère è operativo, garantendo un'alternativa all'acquisto in loco.



Nel centro del locale si trova il **negozio di fiori**. Dai **fiori freschi e secchi** alle composizioni per eventi, come matrimoni e lauree, il team della Ménagère si impegna a creare con cura ogni arrangiamento, riflettendo lo stile che contraddistingue il marchio del Concept. Il Flower shop, in gestione diretta a partire dal 2022, oltre a vendere **composizioni floreali**, si occupa di fornire supporto al reparto eventi per gli **allestimenti floreali interni ed esterni**. La Ménagère offre anche il servizio di consegna a domicilio a Firenze e nei comuni limitrofi.

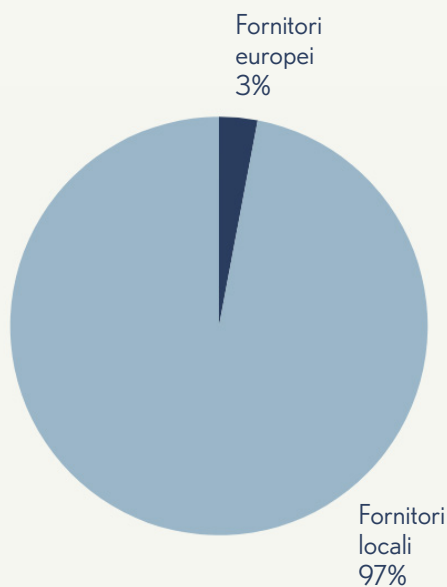
LA SELEZIONE DEI NOSTRI PRODOTTI

La parola d'ordine della cucina della Ménagère è versatilità. I menù sono curati per trasmettere i sapori provenienti dal territorio toscano, coniugati ad esperienze di cucine esotiche.

La cucina di qualità della Ménagère si distingue per l'uso di **prodotti di stagione**, provenienti anche da piccoli fornitori locali e fattorie presenti in Toscana.

LA MÉNAGÈRE ha instaurato **rapporti duraturi e consolidati** con il suo parco fornitori, stabilendo una preferenza per quelli locali e per i prodotti stagionali. Prima di introdurre nuovi prodotti nel menù, lo Chef visita personalmente i potenziali fornitori presso le loro sedi ed effettua una prova preventiva del prodotto, garantendo così la massima qualità e freschezza dei piatti offerti.

% DI SPESA DESTINATA A FORNITORI LOCALI NEL 2023



L'importanza di collaborare con fornitori locali è fondamentale per valorizzare al massimo la materia prima e offrire ai clienti menù rinnovati per ogni stagione; infatti, il **97%** della porzione di spesa della Ménagère è destinata a **fornitori locali** provenienti dal territorio italiano, il restante 3% è destinata a fornitori europei. Inoltre, la cucina utilizza le piante e le erbe aromatiche coltivate direttamente dal team della Ménagère.

Nel locale vengono anche organizzate **serate a tema** dedicate ai fornitori locali con cui la Ménagère collabora, come cene a base di formaggi o altri prodotti, per far conoscere meglio il loro lavoro e condividere con i clienti la passione per la buona cucina e la tradizione locale. I piatti del menù sono accompagnabili da una **selezione internazionale di bevande**, con particolare ispirazione alla Francia, includendo una vasta scelta di vini francesi, che bene si sposano con la cucina e i piatti della Ménagère.

I piatti del ristorante sono pensati per offrire un'**esperienza di fine-dining**, con l'obiettivo di far sentire i clienti a proprio agio, consentendo loro di godersi una cena raffinata caratterizzata da sapori autentici.

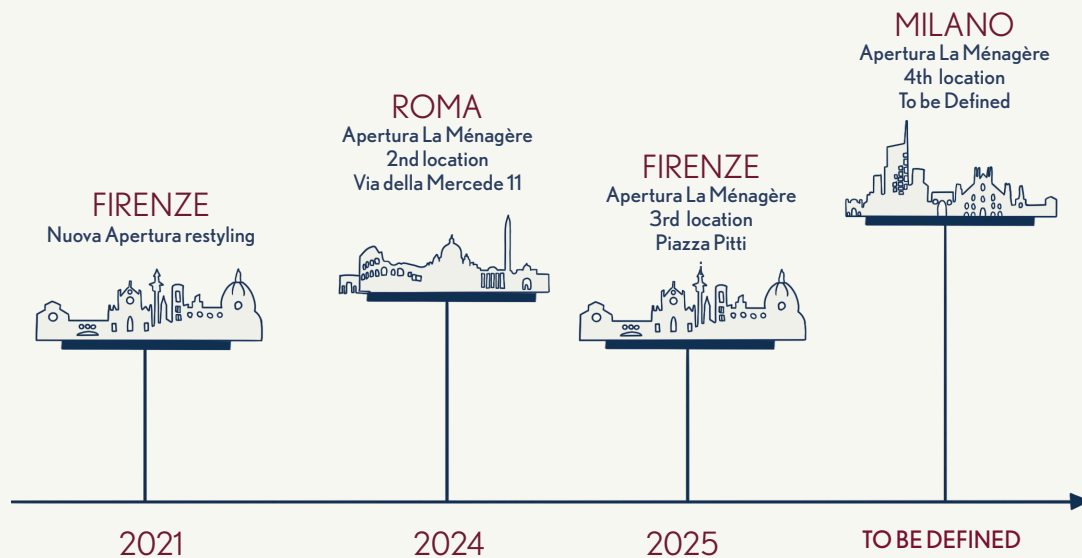


LA NOSTRA STRATEGIA DI ESPANSIONE

Espansione con Gusto: La Ménagère porta il suo Concept Restaurant in Italia e oltre, mantenendo l'atmosfera unica dei suoi luoghi.

La Ménagère, con una visione proiettata verso il futuro e un'impronta decisa nel presente, si prepara a estendere il proprio business e marchio su scala nazionale. In linea con questa strategia di crescita, il Gruppo ha pianificato nuove aperture, puntando a espandere la sua presenza in Italia e la sua offerta distintiva in nuove località.

Dopo il restyling del locale di Firenze nel 2021, la Ménagère guarda verso il futuro, con nuove **aperture programmate** in Italia. La prima destinazione è **Roma**, dove verrà inaugurata una seconda location, in Via Mercede, a pochi passi da piazza di Spagna, proseguendo nella scelta strategica di posizionarsi nei punti nevralgici di città importanti. Inoltre, è prevista una terza apertura nel 2024 nel luogo di origine della Ménagère, **Firenze**, nella suggestiva cornice di Piazza Pitti. Parallelamente, nel corso del 2024, è in programma l'apertura di un nuovo locale a **Milano**, anche se al momento il Gruppo sta ancora selezionando le location più adatte al Concept Restaurant nella città.



Una delle prerogative fondamentali per la Ménagère è che il suo format venga riproposto integralmente con le nuove aperture, mantenendo intatto il concetto di “Il luogo dei luoghi”. Questo significa che ogni nuovo locale includerà lo shop di oggettistica, il fioraio e il ristorante Bistrot, offrendo così un’esperienza completa ai clienti. Mantenere il format nella sua interezza presenta delle sfide significative, come la ricerca di locali idonei, ma il Gruppo è determinato a superarla per garantire che ogni nuovo locale Ménagère mantenga la stessa atmosfera caratteristica che ha reso celebre il brand.

LA MÉNAGÈRE non limita le sue ambizioni di espansione solo al territorio italiano, ma, per il futuro, guarda anche oltre i confini nazionali, con l'intento di portare il suo marchio e lo stile distintivo del **Concept Restaurant** in Europa e oltre. L'obiettivo è quello di far conoscere la filosofia e l'atmosfera dei locali Ménagère anche in contesti internazionali, aprendo nuove sedi nelle principali città europee ed extra-europee. Inoltre, la Ménagère mira a creare presenza anche in mete balneari, progettando l'apertura di **summer pop-ups** per offrire esperienze culinarie e di intrattenimento anche durante la stagione estiva.



SOSTENIBILITÀ SOCIALE

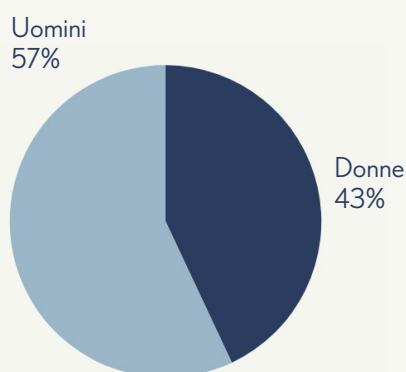


LO SVILUPPO E IL BENESSERE DEI NOSTRI DIPENDENTI

L'obiettivo della Ménagère è promuovere un ambiente lavorativo collaborativo e inclusivo, prediligendo rapporti lavorativi stabili e duraturi, e investendo in formazione professionale.

In un ambiente lavorativo dinamico come quello della Ménagère, il benessere e lo sviluppo professionale dei dipendenti sono una priorità fondamentale. Il team è composto da individui provenienti da diverse esperienze e background, il che non solo arricchisce la cultura aziendale, ma rappresenta anche un incentivo all'inclusione e alla diversità.

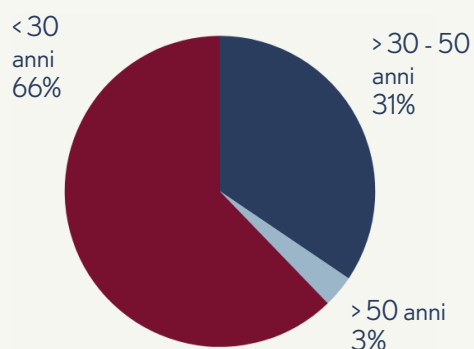
% DI DIPENDENTI PER GENERE NEL 2023



I **dipendenti** della Ménagère al 31 dicembre 2023 sono **74**, in linea rispetto al precedente anno con 73 dipendenti, di cui **32 donne (43%** sul totale dei dipendenti) e **42 uomini (57%** sul totale dei dipendenti).

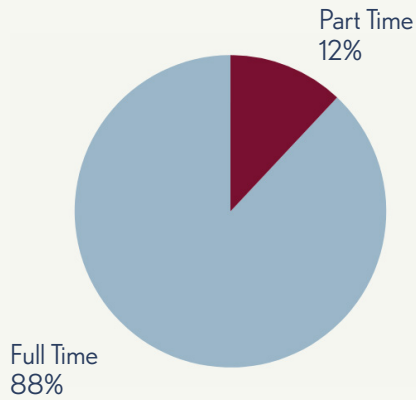
Per quanto riguarda la scomposizione del personale per fascia d'età, il **66% dei dipendenti** rientra nella fascia under 30 (49 dipendenti); il 31% del personale ha un'età compresa tra i 30 e i 50 anni (23 dipendenti) mentre il 3% ha un'età superiore ai 50 anni (2 dipendenti). Questo significa che i due terzi dei dipendenti hanno meno di 30 anni: una forte presenza giovanile, tipica del settore, che rende dinamica e inclusiva la realtà aziendale.

% DI DIPENDENTI PER FASCIA D'ETÀ NEL 2023

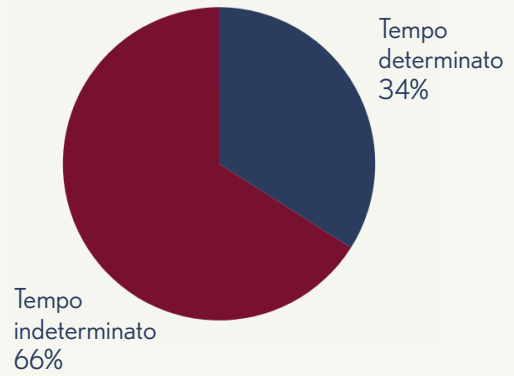


Dei 74 dipendenti, il 66% è assunto con contratto a tempo indeterminato, di cui 26 uomini e 23 donne, mentre la restante parte, pari al 34%, è assunta con contratto a tempo determinato, ossia 16 uomini e 9 donne. Questo dato sottolinea l'importanza di rapporti lavorativi stabili e duraturi, che permettono alla Ménagère di poter fidelizzare le sue persone e creare un contesto partecipato. Il 12% dei dipendenti ha un contratto di lavoro part-time (9 dipendenti), mentre l'**88%** dei dipendenti lavora **full-time** (65 dipendenti). Infine, il 100% dei dipendenti è soggetto a contrattazione collettiva.

% DIPENDENTI PART TIME E FULL TIME NEL 2023



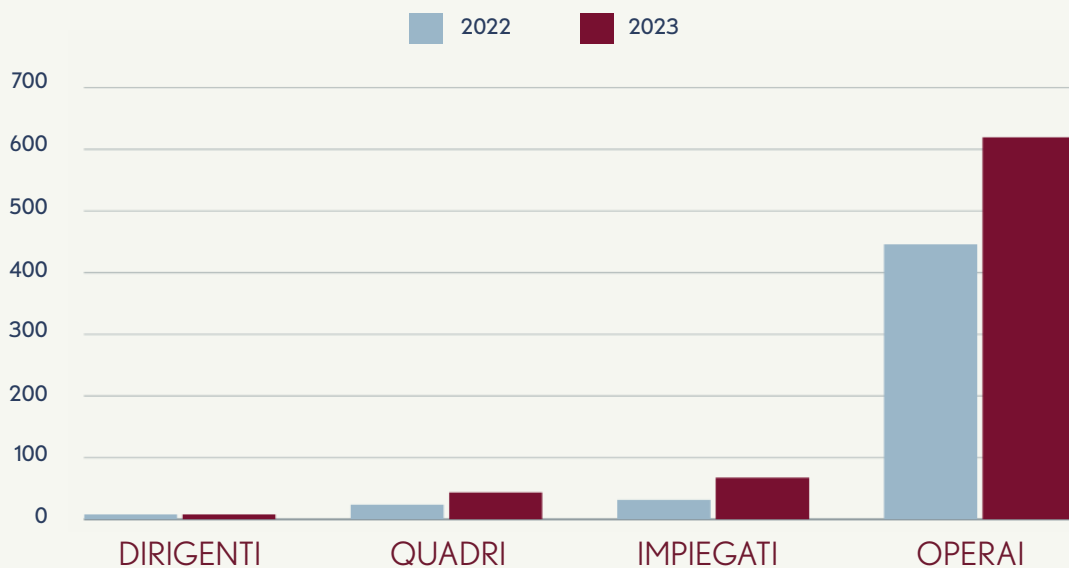
% DI DIPENDENTI PER TIPOLOGIA CONTRATTUALE NEL 2023



LA MÉNAGÈRE

investe nell'evoluzione professionale dei suoi dipendenti attraverso corsi di formazione specifici per il settore, come ad esempio il corso di sommelier, offrendo opportunità di crescita e specializzazione anche al di là delle mansioni quotidiane. Un altro corso obbligatorio erogato ai dipendenti è quello dell'HACCP.

ORE DI FORMAZIONE NEL BIENNIO 2022-2023



Per garantire un efficace monitoraggio delle performance e favorire la crescita individuale, viene adottato un **sistema di valutazione** basato sulla compilazione di schede specifiche e vengono effettuati colloqui individuali con i dipendenti e i responsabili. Questo consente di riconoscere i punti di forza e le aree di miglioramento di ciascun collaboratore, promuovendo un clima di trasparenza e supporto reciproco. Inoltre, l'impegno della Ménagère nel **valorizzare le competenze e i risultati** dei suoi dipendenti si traduce, tra il resto, in un piano di incentivi specifico per i manager, incentrato sul raggiungimento degli obiettivi prefissati.

Per quanto riguarda le **opportunità di carriera interne**, viene messo a disposizione un canale dedicato per candidarsi alle posizioni aperte all'interno dell'azienda, promuovendo la crescita professionale e lo sviluppo della carriera di ciascuna risorsa. Inoltre, vengono organizzati **eventi open-day di recruiting** in occasione delle nuove aperture, offrendo ai potenziali candidati l'opportunità di conoscere il brand e il concetto aziendale della Ménagère, seguiti da colloqui per valutare le opportunità di inserimento nel team.

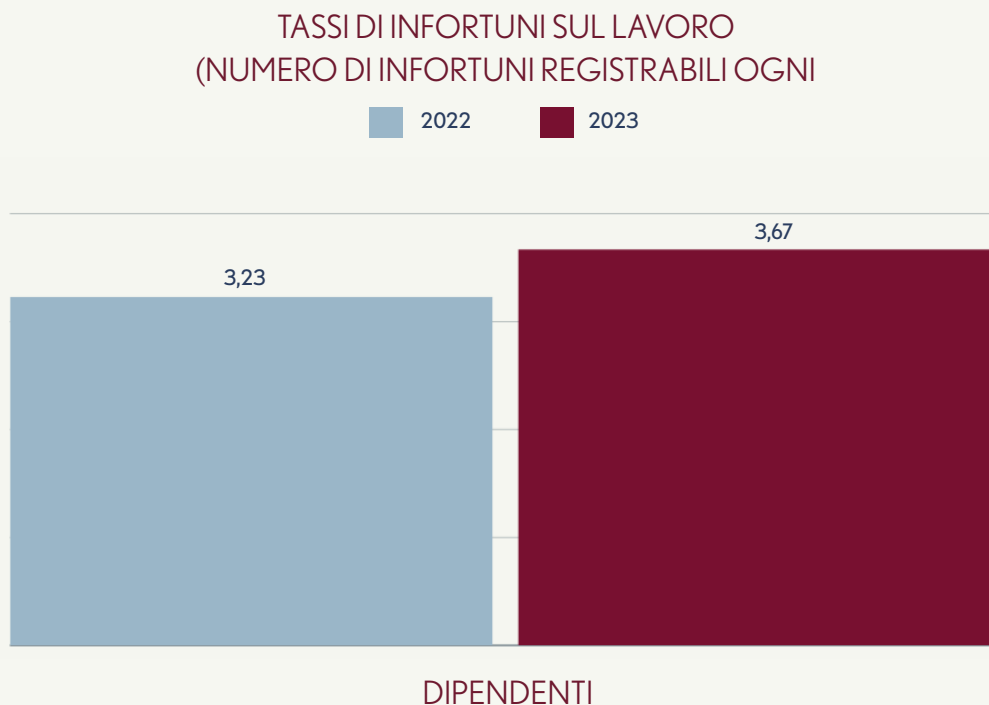
La **trasparenza sulle retribuzioni** è un altro pilastro della filosofia aziendale, che garantisce chiarezza sulle retribuzioni delle diverse funzioni attraverso un organigramma condiviso, consentendo ai dipendenti di comprendere appieno il valore del loro contributo e le opportunità di avanzamento.

La proprietà aziendale è attenta all'implementazione di buone pratiche per favorire il benessere dei dipendenti, a cui, per esempio, vengono offerti **pasti gratuiti** nella mensa interna e uno spazio relax dedicato all'interno dei locali del ristorante. Inoltre, durante la **cena di Natale** vengono celebrati i successi dei dipendenti premiando coloro che si sono distinti, votati dai colleghi e dalla proprietà, come un gesto di gratitudine e riconoscimento per il loro impegno e dedizione.

LA SALVAGUARDIA DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA NEL LUOGO DI LAVORO

La Ménagère garantisce la sicurezza sul luogo di lavoro affidando la gestione della salute e sicurezza ad un Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione esterno, che si occupa di condurre audit annuali per garantire il rispetto delle normative e il benessere di tutti i dipendenti. In conformità con quanto previsto dal **D.Lgs 81/08** i dipendenti sono tenuti a partecipare ai corsi obbligatori in materia di salute e sicurezza sul luogo di lavoro.

Nel 2022 si sono verificati 2 infortuni, con un tasso di infortuni registrabili di 3,671, per circa 109.021 ore lavorate dai dipendenti. Nel 2023, il tasso di infortuni registrabili è sceso a 3,24, a causa di un aumento delle **ore ordinarie e straordinarie lavorate** dai dipendenti (circa **123.614 ore**), registrando però lo stesso numero di infortuni del 2022. In entrambi gli anni presi in considerazione gli infortuni registrati rientrano nella categoria degli **infortuni non gravi**. Il dato degli infortuni è monitorato costantemente dal Gruppo conformandosi alla normativa pertinente in materia.



1. Il tasso di infortuni registrabile all'interno dell'organizzazione si calcola dividendo il numero di infortuni per le ore lavorate nell'anno d'esercizio dai dipendenti moltiplicato per 200.000 (moltiplicatore per il calcolo).

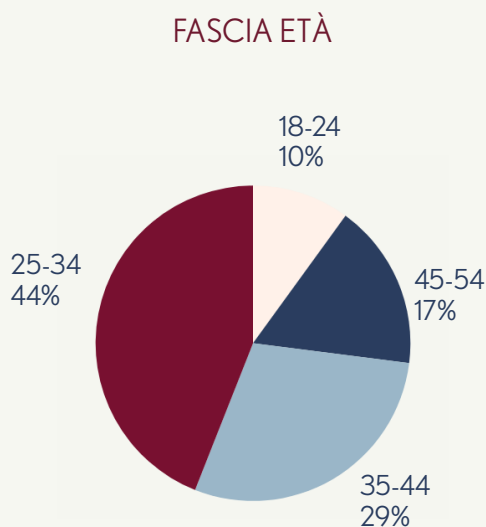
L'ATTENZIONE PER I NOSTRI CLIENTI

L'attenzione per il cliente e la sua soddisfazione sono al centro delle azioni della Ménagère.

L'azienda si adopera costantemente per soddisfare la clientela, a cui cerca di fornire dei prodotti e dei servizi che rispondono alle sue esigenze, sia nei locali del ristorante e dello shop che attraverso le piattaforme e-commerce. Questo approccio è guidato dalla centralità che la **soddisfazione del cliente** ha per il business della Ménagère. L'azienda gestisce internamente il tema, raccogliendo i pareri ricevuti direttamente dal cliente, durante o al termine della sua permanenza nei locali. Occasionalmente vengono erogati sondaggi online facoltativi.

Le opinioni e i reclami dei clienti sono fondamentali per la crescita e il miglioramento del *Concept* firmato la Ménagère, che archivia e condivide con il team operativo tutte le **recensioni**, positive e negative, per migliorare la propria offerta e garantire un servizio attento ed efficiente. In questo ambito, i responsabili dei punti vendita ricoprono un ruolo importante, poiché raccolgono le richieste e i riscontri ricevuti dai clienti, suggerendo modifiche del servizio e dei prodotti offerti, condividendo al team eventuali problematiche. Inoltre, la gestione dei reclami da parte dei clienti è valutata caso per caso, assicurando un approccio personalizzato e attento alle esigenze.

Per offrire un servizio completo e dinamico ai suoi clienti, vengono organizzati **eventi ad accesso gratuito** negli spazi dei locali, come concerti live, mostre d'arte e serate a tema. Per rendere l'esperienza ancora più agevole, è possibile prenotare un tavolo direttamente online, garantendo così una prenotazione rapida e senza complicazioni. La presenza online è gestita direttamente dall'azienda, assicurando un'interazione con i suoi clienti sui canali social del locale e le sue newsletter.



Grazie alla sua **offerta gastronomica** che copre ogni fascia oraria e al suo **forte impatto tramite social**, la Ménagère continua ad attrarre un pubblico eterogeneo, con un **main target tra i 25 e i 44 anni**. La fascia di età più interattiva sui social è quella compresa tra i 25 e i 34 anni, confermando l'importanza della presenza online e della comunicazione digitale per l'azienda. Infatti, la Ménagère ha un forte impatto tramite i canali social, con un seguito di oltre **106 mila followers su Instagram** e un alto tasso di user generated content.

Secondo le interazioni ottenute tramite le piattaforme social, nell'ultimo anno, la Ménagère ha accolto **130 nazionalità diverse** all'interno dei suoi locali, data la sua posizione in un punto nevralgico della città. I paesi di provenienza della clientela sono principalmente l'Italia, gli Stati Uniti, la Francia e il Regno Unito. Le città principali di provenienza dei clienti, invece, sono Firenze, Roma, Milano e Forte dei Marmi, permettendo una conoscibilità del marchio anche in altre città, in cui il Gruppo mira ad espandersi.

Totale Impressions



Visite al Profilo



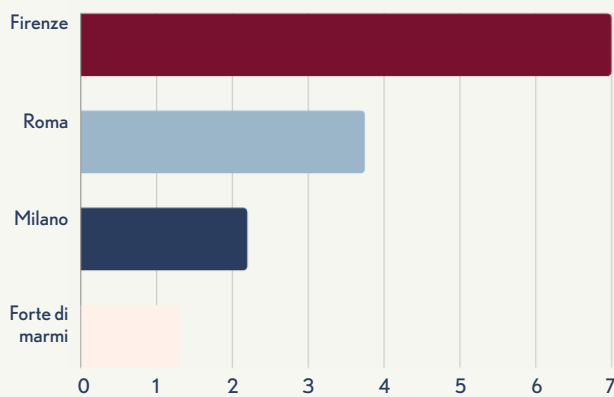
Totale post con i nostri hashtags



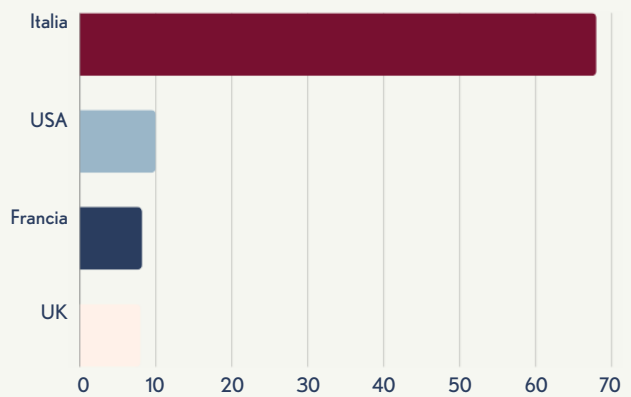
Tocchi link website



CITTÀ PRINCIPALI



PAESI PRINCIPALI



Inoltre, la Ménagère ha lanciato un progetto pilota dello **shop online** per arredi e fiori, offrendo ai clienti la possibilità di portare a casa il brand e l'atmosfera dei suoi locali.

Nel corso del 2023 non si sono verificati casi di non conformità con le normative e/o codici di autoregolamentazione riguardanti gli impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi e offerti dalla Ménagère.

RELAZIONI CON LA COMUNITÀ E IL TERRITORIO

Solidarietà e formazione: l'impegno della Ménagère per la comunità locale.

La Ménagère si è impegnata attivamente a contribuire a supportare la comunità attraverso diverse iniziative solidali e collaborazioni significative. Tra queste, si distingue la vendita di **cartoline di Natale** personalizzate, i cui proventi sono stati destinati alla raccolta fondi per sostenere l'**Ospedale pediatrico Meyer di Firenze**.

Inoltre, la Ménagère crede fermamente nell'importanza della formazione e della collaborazione con le istituzioni educative del territorio. In questo spirito, ha instaurato una proficua collaborazione con le scuole **alberghiere e di cucina**, offrendo opportunità di stage agli studenti desiderosi di acquisire esperienza pratica nel settore ristorativo. Questa partnership non solo offre agli studenti un'occasione per mettere in pratica le proprie competenze e conoscenze acquisite a scuola, ma consente anche alla Ménagère di arricchire il proprio team con giovani talenti e di contribuire alla formazione delle future generazioni di professionisti in un settore in rapida espansione e crescita.

La Ménagère promuove attraverso i suoi eventi nei locali anche la conoscenza dei fornitori locali, permettendo loro di avere l'opportunità di ampliare il loro business facendosi conoscere.

SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE



LA GESTIONE DEI CONSUMI ENERGETICI

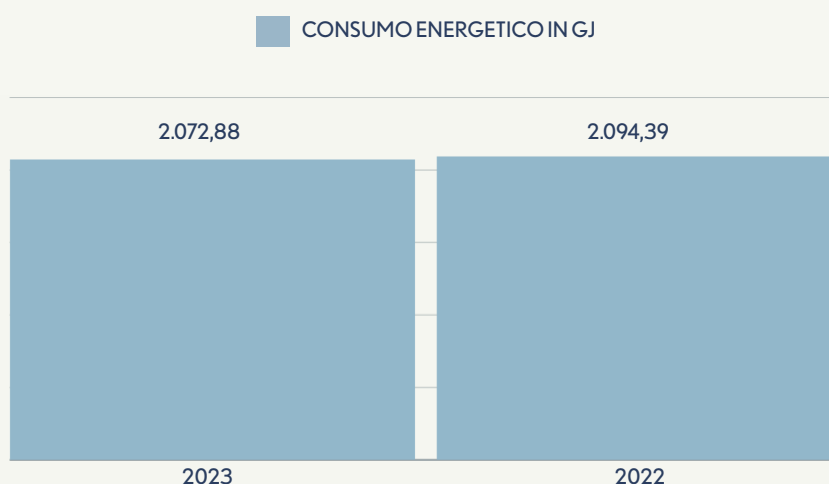
Nel 2023 la Ménagère ha iniziato a monitorare le sue emissioni con l'obiettivo di adottare pratiche sempre più responsabili.

La Ménagère sta cercando di adottare buone pratiche aziendali per gestire in modo sostenibile i suoi consumi energetici, riconoscendo l'importanza di migliorare costantemente le prestazioni e l'efficienza energetiche dei locali per ridurre il proprio impatto ambientale. Come obiettivo per i prossimi anni, il Gruppo prevede l'implementazione del sistema di gestione ambientale ISO 14001.

La **flotta aziendale della Ménagère** è stata completamente convertita a veicoli **full electric**, ed è composta da quattro automobili e un furgone dedicato alle consegne dei fiori e degli ordini dello shop online. Inoltre, negli edifici è stato recentemente **modernizzato l'impianto meccanico del locale**, introducendo macchine **Energy Star** di ultima generazione, garantendo così un'elevata efficienza energetica. Nel corso degli anni è stato anche implementato dall'azienda un sistema gestionale per il controllo dell'avviamento e dello spegnimento delle apparecchiature, cercando di ottimizzare ulteriormente i consumi energetici evitando sprechi.

I **consumi energetici totali del 2023** sono stati pari a **2.072,88 GJ**, in **diminuzione dell'1%** rispetto all'anno precedente (2.094,39 GJ nel 2022). I principali consumi energetici della Ménagère derivano dall'impiego di energia elettrica e di gas naturale, utilizzato principalmente per la cucina e il riscaldamento dei locali. Mentre, nel 2023, si è verificato un aumento del gas naturale del 19% rispetto al 2022 il consumo di energia elettrica è diminuito del 3%.

CONSUMO ENERGETICO IN GJ NEL BIENNIO 2022- 2023



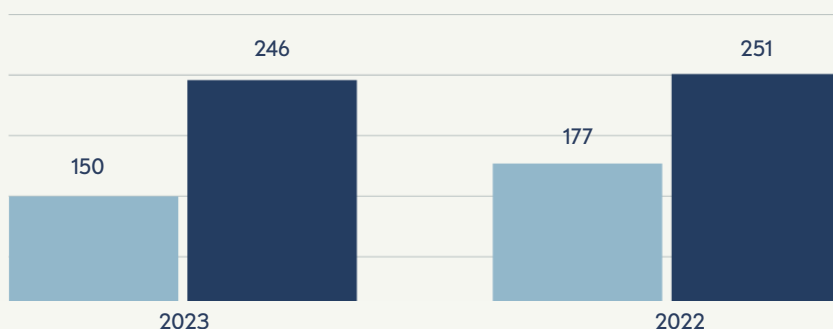
La Ménagère ha implementato il monitoraggio delle proprie **emissioni Scopo 1 e Scopo 2** dei gas ad effetto serra per il biennio 2022-2023. Le emissioni di Scopo 1 sono le emissioni di gas serra dirette, ovvero quelle derivanti da sorgenti di proprietà o controllate dall'organizzazione, esse includono i processi di combustione, le fughe di gas refrigeranti e i trasporti con mezzi di proprietà dell'organizzazione. Le emissioni di Scopo 2, invece, sono le emissioni indirette derivanti dalla produzione di elettricità calore e vapore importati e consumati da un'organizzazione, esse includono la generazione di energia elettrica e il calore o vapore acquistati dall'organizzazione.

Per quanto riguarda le emissioni climalteranti generate dalla Ménagère, il totale delle emissioni **dirette di Scopo 1** generate nel 2023 è stato pari a **14 tCO₂eq**, in aumento del 20% rispetto al valore del 2022 (12 tCO₂eq), in linea con l'aumento del consumo di gas naturale.

Le emissioni di CO₂ derivanti dal consumo di energia elettrica acquistata (Scope 2), sono pari a **232 tCO₂** secondo il metodo di calcolo market-based², e a **136 tCO₂** utilizzando il metodo di calcolo location-based³. Il totale delle emissioni Scope 1 e Scope 2, considerate con il metodo di calcolo location based, nel 2023 è pari 150 tCO₂eq (206 tCO₂eq nel 2022), mentre il totale delle emissioni Scope 1 e Scope 2, considerate con il metodo di calcolo market-based, è di 246 tCO₂e nel 2023 (280 tCO₂eq nel 2022).

TOTALE DELLE EMISSIONI SCOPE 1 E SCOPE 2 NEL BIENNIO 2022- 2023 (TCO₂EQ)

■ TOTALE EMISSIONI SCOPE 1+ SCOPE 2 - LOCATION BASED
■ TOTALE EMISSIONI SCOPE 1+ SCOPE 2 - MARKET BASED



² Il metodo di calcolo market-based è basato sulle emissioni di gas ad effetto serra emesse dai fornitori di energia da cui l'organizzazione acquista, tramite un contratto, energia.

³ Il metodo di calcolo location-based è basato su fattori di emissione medi relativi alla generazione di energia per confini geografici ben definiti, tra cui confini locali, subnazionali o nazionali.

ECONOMIA CIRCOLARE, SPRECO ALIMENTARE E GESTIONE DELLA RISORSA IDRICA

La Ménagère si impegna per una gestione responsabile dei suoi materiali e la promozione di pratiche sostenibili.

Per lo svolgimento delle attività relative allo shop la Ménagère impiega 1.650 kg di cartone, ammontare stimato riconducibile alla media di consegne giornaliere da parte dei fornitori del Gruppo. Mentre, per i menu prodotti ogni stagione, vengono utilizzati 233 kg di carta⁴.

La Ménagère ha introdotto diverse iniziative volte a promuovere pratiche di economia circolare all'interno dei suoi locali. Innanzitutto, è stata implementata la **raccolta differenziata** per i dipendenti, al fine di cercare di ridurre l'impatto ambientale dei rifiuti prodotti.

Inoltre, nel locale le bottiglie d'acqua sono state sostituite con **vetro a rendere** e vengono utilizzate esclusivamente shop in carta per l'asporto e l'acquisto nella Boutique e nel negozio di fiori, contribuendo alla riduzione dei rifiuti plastici.

Per ottimizzare le risorse utilizzate nel ristorante, la Ménagère ha avviato il **riutilizzo degli scarti** di alcuni prodotti per la creazione di nuovi piatti, dimostrando un impegno concreto verso la riduzione degli sprechi alimentari. I menù, infatti, sono studiati per consentire di utilizzare tutti gli scarti dei prodotti impiegati in cucina, cercando di ridurre al minimo gli sprechi. La Ménagère offre la possibilità di richiedere una **"doggy bag"** per gli avanzi di cibo da parte del cliente, sempre in un'ottica di riduzione degli sprechi alimentari.

Il **prelievo idrico** della Ménagère è monitorato in modo costante tramite lettura della bolletta. La totalità dell'acqua prelevata da risorse idriche di terze parti, nel 2023 7 megalitri (7,5 megalitri nel 2022). L'acqua viene principalmente utilizzata per scopi igienico-sanitari e nella cucina e nella caffetteria bistrot.

⁴ Il dato riportato è stimato e fa riferimento al 2023. Si stima che la stessa quantità indicativa sia stata utilizzata anche per l'anno 2022.

NOTA METODOLOGICA

Il presente documento costituisce la prima edizione del Report di Sostenibilità di E&A Factory (nel testo anche “la Ménagère” o “azienda”), redatto con frequenza annuale per comunicare in modo trasparente la performance dell’azienda in ambito di sostenibilità ambientale, sociale ed economica relativamente all’esercizio 2023 (dal 1° gennaio al 31 dicembre).

Il Report di Sostenibilità è stato redatto rendicontando una selezione dei “GRI Sustainability Reporting Standards” pubblicati dal Global Reporting Initiative (GRI), come illustrato nella sezione “Indice dei Contenuti GRI”.

Il perimetro dei dati e delle informazioni economiche e sociali contenute nel Report risulta essere il medesimo del Bilancio consolidato di E&A Factory, con sede legale a Firenze. Il perimetro dei dati e delle informazioni ambientali contenute nel Report comprende i locali, i magazzini e gli uffici di Firenze.

Nel periodo di riferimento non ci sono state variazioni significative rispetto alle dimensioni, alla struttura organizzativa, all’assetto proprietario e alla catena di approvvigionamento di E&A Factory.

Al fine di permettere la comparabilità dei dati nel tempo e restituire un quadro esaustivo degli andamenti della Società, i dati pubblicati sono presentati a confronto con la performance dell’esercizio 2022.

I contenuti del presente Report non sono sottoposti ad assurance esterna.
Per ogni informazione relativa al presente Report di Sostenibilità è possibile scrivere all’indirizzo: info@lamengere.it

INDICATORI DI PERFORMANCE

SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

DISCLOSURE 201-1: VALORE ECONOMICO DIRETTAMENTE GENERATO E DISTRIBUITO

DISTRIBUZIONE DEL VALORE DIRETTAMENTE GENERATO	2023 [€]
VALORE DIRETTAMENTE GENERATO	7.334.347
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO	6.378.963
REMUNERAZIONE DEL PERSONALE	2.757.960
REMUNERAZIONE DEI FINANZIATORI	76.687
PAGAMENTI A FORNITORI DI CAPITALE	0
PAGAMENTI ALLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE	8.512
REMUNERAZIONE DELLA COMUNITÀ	0
VALORE ECONOMICO TRATTENUTO	955.384

DISCLOSURE 204-1: PORZIONE DI SPESA AI FORNITORI LOCALI

PORZIONE DI SPESA VERSO FORNITORI LOCALI				
SEDI OPERATIVE SIGNIFICATIVE	2023		2022	
	Spesa annua [€]	% di spesa locale / non locale	Spesa annua [€]	% di spesa locale / non locale
ITALIA	3.818.320	97,0%	3.578.839	99,3%
ESTERO	119.529	3,0%	25.574	0,7%
DI CUI: FORNITORI UE	119.529	-	25.574	-
TOTALE	3.937.849	100%	3.604.413	100%

SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

DISCLOSURE 302-1: ENERGIA CONSUMATA ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE

CONSUMO ENERGETICO ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE					
TIPOLOGIA DI CONSUMO	UNITÀ DI MISURA	2023		2022	
		Totale	Totale GJ	Totale	Totale GJ
COMBUSTIBILI NON RINNOVABILI					
GAS NATURALE	m3	6.944	246	5.832	206
TOTALE GJ		-	246	-	206

CONSUMO ENERGETICO ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE					
TIPOLOGIA DI CONSUMO	UNITÀ DI MISURA	2023		2022	
		Totale	Totale GJ	Totale	Totale GJ
COMBUSTIBILI NON RINNOVABILI					
ELETTRICITÀ ACQUISTATA	kWh	507.406	1.826	524.528	1.888
TOTALE GJ		-	1.826	-	1.888

CONSUMO TOTALE DI ENERGIA ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE			
ENERGIA	UNITÀ DI MISURA	2023	2022
CONSUMO TOTALE DI ENERGIA	GJ	2,072	2,094

Fattori di conversione

FATTORI DI CONVERSIONE DEI CONSUMI ENERGETICI				
UNITÀ DI PARTENZA	UNITÀ DI CONVERSIONE	2023	2022	FORNTE
1 M3 GAS NATURALE	GJ	0,0355	0,0353	Tabella parametri standard nazionali - Min. Ambiente 2022 - 2023
1KWh	GJ	0,0036	0,0036	Costante

DISCLOSURE 305-1: EMISSIONI DIRETTE DI GHG (SCOPE 1)

CONSUMI GAS REFRIGERANTE (F GAS)	UNITÀ DI MISURA	2023	2022
R-452 A	tCO ₂ eq	0	0,03
Totale	tCO₂eq	0	0,03

TIPOLOGIA DI EMISSIONI	UNITÀ DI MISURA	2023	2022
GAS NATURALE	tCO ₂	14	12
Totale	tCO₂	14	12

DISCLOSURE 305-2: EMISSIONI INDIRETTE DI GHG DA CONSUMI ENERGETICI (SCOPE 2)

SCOPE 2 – EMISSIONI INDIRETTE DA ELETTRICITÀ			
TIPOLOGIA DI EMISSIONI	UNITÀ DI MISURA	2023	2022
Energia elettrica acquistata - Italia	tCO ₂	136	165
di cui, da fonti rinnovabili	tCO ₂	0	0
Totale Location Based	tCO₂	136	165
Totale Market Based	tCO₂	232	240

CALCOLO EMISSIONI TOTALI	UNITÀ DI MISURA	2023	2022
Totale emissioni di Scope 1	tCO ₂ eq	14	12
Totale emissioni di Scope 2 - Location Based	tCO ₂ eq	139	165
Totale emissioni di Scope 2 - Market Based	tCO ₂ eq	232	240
Totale emissioni Scope 1 + Scope 2 - Location Based	tCO ₂ eq	150	177
Totale emissioni Scope 1 + Scope 2 - Market Based	tCO ₂ eq	246	251

FATTORI DI EMISSIONE SCOPE 1 E SCOPE 2

FATTORI DI EMISSIONE SCOPE 1				
SCOPE 1	UNITÀ DI CONVERSIONE	2023	2022	Fonte
GAS NATURALE	tCO2/ m3	0,0020	0,0020	Tabella parametri standard nazionali - Min. Ambiente 2022-2023
R-452	tCO2/ Kg	0,00214	0,00214	Portale F-Gas

FATTORI DI EMISSIONE SCOPE 2					
SCOPE2	UNITÀ DI CONVERSIONE	2023	Fonte 2022	2022	Fonte 2023
ENERGIA ELETTRICA - LOCATION BASED	tCO2/KWh	0,0003	ISPRA 2021	0,0003	ISPRA 2023
ENERGIA ELETTRICA - MARKET BASED	tCO2/ KWh	0,0005	AIB Residual Mix (Europe) 2022	0,0005	AIB Residual Mix (Europe) 2022

DISCLOSURE 303-3: PRELIEVO IDRICO

PRELIEVI IDRICI					
PUNTO DI PRELIEVO	UNITÀ DI MISURA	2023		2022	
		Tutte le aree	Aree con stress idrico	Tutte le aree	Aree con stress idrico
Risorse idriche di terze parti (totale)	Megalitri	7,00	0,00	7,50	0,00
Acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	Megalitri	0,00	0,00	0,00	0,00
Altre tipologie di acqua (>1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	Megalitri	7,00	0,00	7,50	0,00
Totale prelievi idrici	Megalitri	7,00	0,00	7,50	0,00

DISCLOSURE 2-7: DIPENDENTI

NUMERO TOTALE DIPENDENTI PER GENERE						
DIPENDENTI	Al 31 dicembre 2023			Al 31 dicembre 2022		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
TOTALE	42	32	74	43	30	73

Numero totale di dipendenti suddivisi per tipologia contrattuale (tempo indeterminato e determinato) e per genere						
Tipologia contrattuale	Al 31 dicembre 2023			Al 31 dicembre 2022		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
A TEMPO INDETERMINATO	26	23	49	35	11	46
A TEMPO DETERMINATO	16	9	25	8	19	27
TOTALE	42	32	74	43	30	73

Numero totale di dipendenti suddivisi per tipologia di impiego (full-time e part-time) e per genere						
Tipologia di impiego	Al 31 dicembre 2023			Al 31 dicembre 2022		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
FULL - TIME	39	26	65	42	24	66
PART - TIME	3	6	9	1	6	7
PART TIME (%)	7%	19%	12%	2%	20%	10%
TOTALE	42	32	74	43	30	73

DISCLOSURE 2-8: LAVORATORI NON DIPENDENTI

Numero medio di forza lavoro esterna (HEADCOUNT) per categoria professionale e genere						
Categoria professionale	Al 31 dicembre 2023			Al 31 dicembre 2022		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
LAVORATORI AUTONOMI	2	1	3	2	1	3
STAGISTI/ TIROCINANTI	2	2	4	2	2	4
TOTALE	4	3	7	4	3	7

DISCLOSURE 403-9: INFORTUNI SUL LAVORO

Dipendenti

INFORTUNI SUL LAVORO		
NUMERO DI INCIDENTI	2023	2022
Numero totale dei decessi dovuti a infortuni sul lavoro	0	0
Numero totale di infortuni sul lavoro gravi (escludendo i decessi)	0	0
Numero totale di infortuni sul lavoro registrabili	2	2

DATI TEMPORALI		
ORE	2023	2022
Ore lavorate	123.614,77	109.021,05
Moltiplicatore per il calcolo	0	0

TASSI DI INFORTUNIO		
TASSO	2023	2022
Tasso di decessi dovuti a infortuni sul lavoro	0	0
Tasso di infortuni gravi sul lavoro (escludendo i decessi)	0	0
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	3,24	3,67

PRINCIPALI TIPOLOGIE DI INFORTUNIO		
NUMERO DI CASI	2023	2022
Ferita / Taglio	2	0
Trauma distorsivo	0	1
Altri infortuni	0	1

DISCLOSURE 404-1: ORE MEDIE DI FORMAZIONE ANNUA PER DIPENDENTE PER GENERE E INQUADRAMENTO

ORE MEDIE DI FORMAZIONE PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE						
Categoria professionale	Al 31 dicembre 2023			Al 31 dicembre 2022		
	Ore medie Uomini	Ore medie Donne	Ore medie Totale	Ore medie Uomini	Ore medie Donne	Ore medie Totale
Dirigenti	8	0	8	8	0	8
Quadri	11	0	11	12	0	12
Impiegati	1	3	2	0	2	1
Operai	18	18	18	25	0	12
TOTALE	9	11	10	11	1	7

DIPENDENTI PER CATEGORIA PROFESSIONALE E PER GENERE						
Categoria professionale	Al 31 dicembre 2023			Al 31 dicembre 2022		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	1	0	1	1	0	1
Quadri	4	0	4	2	0	2
Impiegati	20	14	34	21	13	34
Operai	17	18	35	19	17	36
TOTALE	42	32	74	43	30	73

DIPENDENTI PER CATEGORIA PROFESSIONALE E PER FASCIA D'ETÀ								
Categoria professionale	Al 31 dicembre 2023				Al 31 dicembre 2022			
	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale
Dirigenti	0	1	0	1	0	1	0	1
Quadri	1	3	0	4	1	1	0	2
Impiegati	23	9	2	34	22	11	1	34
Operai	25	10	0	35	24	12	0	36
TOTALE	49	23	2	74	47	25	1	73

Dipendenti appartenenti a categorie protette per categoria professionale e per genere						
Categoria professionale	Al 31 dicembre 2023			Al 31 dicembre 2022		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	0	0	0	0	0	0
Quadri	0	0	0	0	0	0
Impiegati	0	0	0	0	0	0
Operai	0	2	2	0	2	2
TOTALE	0	2	2	0	2	2

INDICE DEI CONTENUTI GRI

DICHIARAZIONE D'USO	E&A Factory ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo 1 gennaio 2023- 31 dicembre 2023 con riferimento agli Standard GRI.
Utilizzo GRI 1	GRI 1 - Principi Fondamentali - versione 2021
Standard di settore GRI pertinente	N.A.

GRI STANDARD	INFORMATIVA	UBICAZIONE
Informative generali		
GRI 2: Informative generali	2-1 Dettagli organizzativi	34
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	34
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	34
	2-4 Restatement delle informazioni	Non applicabile in quanto primo anno di rendicontazione.
	2-5 Assurance esterna	34
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	9
	2-7 Dipendenti	23-24; 38
	2-8 Lavoratori non dipendenti	38
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	5
	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	34
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	8
	2-28 Appartenenza ad associazioni	L'organizzazione non aderisce a nessuna associazione di categoria.
	2-30 Contratti collettivi	24
Temi economici		
GRI 201: Performance economica (2016)	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	9; 35
GRI 204: Pratiche di approvvigionamento (2016)	204-1: Proporzioni della spesa effettuata a favore di fornitori locali	18; 35
Temi ambientali		
GRI 302: Energia (2016)	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	31; 35
GRI 303: Acqua ed effluenti (2018)	303-3 Prelievo idrico	33; 37
GRI 305: Emissioni (2016)	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	32; 36-37
	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	32; 36-37
Temi sociali		
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro (2018)	403-9 Infortuni sul lavoro	26; 38-39
GRI 404: Formazione e istruzione (2016)	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	24; 39
GRI 405: Diversità e pari opportunità (2016)	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	24-25; 39-40
416: Salute e sicurezza dei clienti (2016)	416-2 Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi	28
417: Marketing e etichettatura (2016)	417-2 Episodi di non conformità concernenti l'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi	Durante il periodo di rendicontazione non si sono verificati episodi di non conformità concernenti l'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi.
418: Privacy dei clienti (2016)	418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	Durante il periodo di rendicontazione non si sono verificate denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita dei dati dei clienti.

la Ménagère