



# **SOCIAL STATEMENT**

**InTribe SB Srl**

**rev. 6 - gennaio 2023**





## Indice

<b>Premessa</b>	<b>pag. 3</b>
<b>Scheda anagrafica</b>	<b>pag. 6</b>
<b>Strumenti</b>	<b>pag. 7</b>
<b>Schede e indicatori</b>	<b>pag. 8</b>
1. Risorse umane	pag. 8
2. Soci/azionisti e comunità finanziaria	pag. 13
3. Clienti	pag. 16
4. Fornitori	pag. 18
5. Partner finanziari	pag. 19
6. Stato, Enti locali e Pubblica Amministrazione	pag. 20
7. Comunità	pag. 21
8. Ambiente	pag. 25



## Premessa

### Social Statement e Set di indicatori

Il Social Statement (SS) è uno strumento volontario, pensato in primo luogo per guidare le imprese nell'attività di rendicontazione delle proprie prestazioni sociali, standardizzando la modalità di rilevazione e presentazione delle informazioni e favorendo forme di confronto e valutazione dei risultati ottenuti.

Mediante la diffusione del Social Statement il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali mira ad accrescere il grado di consapevolezza delle imprese sulle tematiche sociali, ambientali e di sostenibilità, promuovendo la diffusione di una cultura della responsabilità all'interno del sistema industriale.

Il Social Statement vuole anche rispondere alle crescenti richieste informative che provengono da molteplici categorie di stakeholder sulle tematiche della Corporate Social Responsibility. La definizione di un strumento basato su un modello di rendicontazione chiaro e consolidato mira a garantire maggiore trasparenza nella comunicazione delle imprese, a tutela dei consumatori e a vantaggio di tutti i cittadini.

Il Social Statement vuole essere uno strumento semplice, modulare e flessibile, per consentire a tutte le imprese - indipendentemente dalla dimensione, dal settore di appartenenza, dalla natura giuridica, dall'esperienza nell'attività di reporting, ecc. - di aderire al sistema definito dal Governo.

In questo ambito, il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali ha voluto dedicare un'attenzione particolare alle piccole e medie imprese (PMI), che costituiscono, come è noto, una componente fondamentale del sistema industriale italiano. Si è, dunque, voluto predisporre uno strumento che non vincoli questa categoria di attori, ma parta dalle loro esigenze offrendo nuove interessanti opportunità in chiave gestionale e competitiva.

Il Social Statement si basa sulla definizione di CSR data dalla Commissione Europea nel Libro Verde, pubblicato nel luglio 2001. Secondo questo approccio la Corporate Social Responsibility è "l'integrazione su base volontaria, da parte delle imprese, delle preoccupazioni sociali ed ecologiche nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate", ossia, in base alla definizione contenuta nel documento originale "a concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basis".

Sempre dalla definizione di CSR formulata nel Libro Verde si desume che **essere socialmente responsabili implica andare oltre il semplice rispetto della normativa vigente, "investendo "di più" nel capitale umano, nell'ambiente e nei rapporti con le parti interessate".**

Muovendo da questi presupposti e a seguito di un confronto con diverse categorie di stakeholder, il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali ha messo a punto una proposta per orientare le imprese nella predisposizione del Social Statement.

La proposta si articola in due parti fondamentali: la scheda anagrafica dell'impresa e il set indicatori.

### A. La scheda anagrafica dell'impresa

La scheda anagrafica ha l'obiettivo di mettere a fuoco le caratteristiche generali dell'impresa che decide di adottare il Social Statement.

Le principali informazioni richieste sono:

- % nome;
- % natura giuridica dell'organizzazione (SRL, SPA, Cooperativa ecc.);
- % settore di attività (o settori in cui opera in prevalenza);
- % fatturato;
- % sede principale;
- % sedi secondarie;



- %o principali mercati di riferimento;
- %o numero di dipendenti.

Nella scheda anagrafica, inoltre, devono essere riportate informazioni più specifiche, dirette a rilevare l'impegno dell'azienda nell'ambito della Corporate Social Responsibility. Si richiede, pertanto, alle imprese di segnalare l'adozione di strumenti quali Codici di Condotta, Sistemi di Gestione (ad esempio, sistemi di qualità, sistemi di gestione dell'ambiente e della sicurezza), certificazioni e report sociali, ambientali e di sostenibilità. Tali documenti potranno essere allegati al Social Statement per testimoniare l'impegno dell'impresa sulle tematiche in oggetto.

Il Social Statement, dunque, non si vuole sostituire ad iniziative pubbliche e/o private "riconosciute" sul tema della responsabilità sociale d'impresa, ma deve essere considerato un complemento a questi progetti. L'approccio indicato dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali si propone se mai di valorizzare tali esperienze, con l'obiettivo finale di favorire maggiore trasparenza e chiarezza nell'informativa verso gli stakeholder.

## B. Il set di indicatori

Il set di indicatori è il cuore del Social Statement.

Qualsiasi processo realizzato da un'organizzazione necessita di meccanismi e strumenti di misurazione efficaci ed efficienti. L'attività di misurazione serve per supportare i decisori nella definizione degli obiettivi strategici e tattici, permette di monitorare gli sforzi realizzati per raggiungere tali obiettivi, consente di valutare le performance ottenute e di confrontare tali prestazioni nel tempo e nello spazio.

Come è noto gli indicatori sono misure che, attraverso una semplificazione della realtà, hanno l'obiettivo di rilevare e/o di descrivere fenomeni complessi e di difficile rappresentazione bilanciando due esigenze divergenti: l'accuratezza scientifica e la capacità di sintesi.

**Il set di indicatori ha la specifica finalità di monitorare l'impegno e le attività realizzate dall'impresa in tema di CSR**, supportando i processi decisionali e attuativi. A tale scopo, attraverso una serie di confronti con le parti interessate e dopo una fase di pilot testing sulle imprese si è giunti all'identificazione e alla selezione di una serie di indicatori.

Per ogni indicatore è stato condotto un esame puntuale. Sono stati analizzati e discussi elementi quali:

- la rilevanza rispetto alla nozione di CSR;
- la comprensibilità per le imprese;
- la producibilità delle informazioni funzionali alla determinazione dell'indicatore (ad esempio, eventuale materiale documentale);
- la modalità di rilevazione e misurazione;
- l'applicabilità rispetto alle diverse tipologie di imprese.

Nello schema finale i singoli indicatori sono organizzati in un framework articolato su tre livelli in cui si è privilegiato un approccio orientato agli stakeholder. Pertanto il piano dei conti del Social Statement si divide in:

- categorie: gruppi di stakeholder cui sono rivolti specifiche famiglie (cluster) di indicatori;
- aspetti, aree tematiche monitorate da gruppi di performance indicator, nell'ambito di una determinata categoria di stakeholder;
- indicatori, ovvero misure qualitative e quantitative che forniscono informazioni relative a uno specifico aspetto. Possono essere utilizzati per controllare e dimostrare le performance di un'organizzazione.



Gli indicatori possono essere qualitativi (ad esempio, laddove si richieda la descrizione di un progetto o di un'iniziativa realizzata dall'azienda) e quantitativi (nei casi in cui l'informazione richiesta debba essere espressa sotto forma numerica – percentuale, ratio, quoziente, dati economici o finanziari, ecc.).

Il set di indicatori è stato suddiviso in due categorie principali:

- indicatori comuni (C), che devono essere utilizzati da tutte le imprese per la realizzazione del Social Statement (dalle PMI alle grandi aziende);
- indicatori addizionali (A), che si possono applicare alle imprese di maggiore dimensione (a partire da 50 dipendenti) in base a specifici criteri, affiancando e integrando gli indicatori comuni.

Il set di indicatori e il Social Statement vogliono essere un'opportunità per guidare le imprese verso obiettivi di eccellenza nelle modalità di rendicontazione di CSR, favorendo il miglioramento continuo delle prestazioni aziendali in questo campo.

In questo senso, se alcuni degli indicatori addizionali indicati dovessero risultare non applicabili all'impresa per fattori legati alle sue caratteristiche strutturali e/o organizzative (dimensioni, settore di appartenenza, natura giuridica e assetto proprietario, complessità di rilevazione e/o misurazione delle informazioni richieste), le ragioni alla base dell'esclusione dovranno essere debitamente specificate e motivate dal management.

### Elenco degli indicatori

Di seguito si riporta il set completo di indicatori individuati per il Progetto CSRSC.

Gli indicatori sono articolati in otto categorie, in base ai diversi gruppi di stakeholder:

1. Risorse Umane
2. Soci/Azionisti e Comunità Finanziaria
3. Clienti
4. Fornitori
5. Partner finanziari
6. Stato, Enti locali e Pubblica Amministrazione
7. Comunità
8. Ambiente



## Scheda anagrafica

### Informazioni generali

Nome:	InTribe Società Benefit
Tipo:	Srl
Settore di attività:	Ricerche di mercato
codice ISTAT:	62.01
Fatturato:	195.927€ (al 31/12/2022 - bilancio in fase di consolidamento)
Sede Principale:	c/o Talent Garden – Via Arcivescovo Calabiana, 6 – 20139 Milano
Sedi secondarie:	c/o Quazar – Via Giuseppe Maria Emiliani, 2 – 48018 Faenza (RA)
Composizione societaria:	società al 86% femminile, composta come segue: Mirna Pacchetti - 48,5% Marzia Di Meo - 35,6% Digital Magics SpA - 9,49% Altri soci minoritari - 6,41%
Principali mercati di riferimento:	Ricerche di mercato innovative per il B2C
N. dipendenti:	8



## Strumenti

La società ha una **mission** esplicita? **SI**

Sviluppo di tecnologie innovative d'indagine di mercato: analisi dei big data, indagini quantitative online e via APP.

In quanto Società Benefit InTribe è attenta al benessere dei propri stakeholder ed ha deciso di supportare le categorie più colpite dalla disoccupazione (Millennials, Generazione Z e donne) per portare valore aggiunto alle aziende e al territorio, creando nuovo benessere economico (vedi Report Sociale allegato).

La società è dotata di **sistemi** di:

- Gestione della qualità **NO**
- Gestione ambientale **NO**
- Gestione della sicurezza **NO**
- Gestione sociale **NO**
- Protezione delle informazioni **sicurezza informatica, adeguamento al GDPR**

La società pubblica **Report** sociali, ambientali e/o di sostenibilità (specificare)? **SI, Report Sociale allegato**

Contatto Dott.ssa	Mirna Pacchetti
Telefono	+39 339 8397602
Email	mirna@intribe.it

## Schede e indicatori

### Categorie: 1. Risorse umane

#### Aspetti: 1.1 Composizione del personale

L'azienda ha nel proprio organico i seguenti dipendenti e collaboratori:

- Digital Marketing Manager
- Qualitative Data Analyst
- Junior Qualitative Data Analyst
- Senior Quantitative Data Analyst
- Senior Software Developer
- Junior Software Developer
- Junior Sales Account
- Junior Office Assistant

Crediamo nelle potenzialità della diversity come elemento chiave e di arricchimento per un'impresa, motivo per il quale i nostri collaboratori (considerando sia i dipendenti sia i collaboratori esterni) sono:

- 50% donne e 50% uomini
- Appartengono a 4 generazioni (Generazione Z, Millennials, Generazione X e Baby Boomers)
- Vengono selezionati per le loro capacità e background, al di là di sesso, razza, orientamento

#### Aspetti: 1.2 Turnover

##### Indicatore: 1.2.1 Politiche occupazionali

InTribe SB Srl crede nella formazione continua e nella diversity, motivo per il quale ritiene importante assumere persone con alte skill e un background professionale consolidato, assieme a figure junior, con ottime potenzialità, ma che devono essere formate.

Per questo motivo l'azienda nella ricerca e assunzione dei talenti non solo non applica alcuna politica discriminatoria, ma è disposta ad assumere persone giovani in apprendistato, affiancando loro persone con oltre 20 anni di esperienza per farle crescere professionalmente.

##### Indicatore: 1.2.2 Dipendenti e non dipendenti

Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi	Quantitativi SI
	L'indicatore mira a quantificare la percentuale di personale non dipendente operante per l'azienda.		

<b>Modalità di misurazione dell'indicatore</b>	<p>InTribe SB Srl ha 8 risorse e a seconda dei progetti si avvale di collaboratori esterni. Attualmente le risorse umane dell'azienda sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2 dipendenti a tempo indeterminato</li> <li>- 2 dipendenti in apprendistato</li> <li>- 3 collaboratori continuativi</li> <li>- 1 libera professionista</li> </ul>
<b>Documentazione di supporto</b>	---

Indicatore: 1.2.3 Cessazioni

A inizio 2022 InTribe SB Srl aveva 6 collaboratori, una persona si è licenziata ed è stata sostituita e durante l'anno tre nuovi collaboratori sono stati aggiunti all'organico.

**Aspetti: 1.3 Pari opportunità**

Indicatore: 1.3.1 Personale maschile e femminile (a livello di Quadri e Dirigenti)

I dipendenti di InTribe SB Srl sono 3 donne e 1 uomo. Se consideriamo i collaboratori esterni con l'azienda collaborano 1 donna e 3 uomini.

Indicatore: 1.3.2 Relazione tra salario maschile e femminile (per categoria e anzianità)

InTribe SB Srl definisce stipendi e salari in base a:

- Contratto collettivo nazionale del commercio
- Titolo di studio e competenze imparate studiando
- Competenze acquisite negli anni

Nell'attribuzione dei salari non viene fatta alcuna discriminazione di genere.

Indicatore: 1.3.3 Politica verso le persone con disabilità e le minoranze in genere

InTribe SB Srl crede nella diversità come elemento fondamentale per la crescita di un'azienda.

La diversità è l'elemento chiave per creare valore e, essendo noi esperti di indagini di mercato e sviluppatori di tecnologie, questo ci consente di ridurre al minimo i bias analitici che potrebbero rendere le indagini meno accurate e gli algoritmi meno performanti.

Ogni tipo di diversità è ben accolta all'interno di InTribe e non è elemento di discriminazione.

**Aspetti: 1.4 Formazione**

Indicatore: 1.4.1 Progetti di formazione (tipologia)

InTribe SB Srl ritiene che la formazione continua sia un elemento imprescindibile della competitività di un'azienda, per questo motivo i dipendenti partecipano costantemente a webinar, convegni e workshop di aggiornamento inerenti al lavoro che svolgono.



Inoltre, InTribe SB Srl si è impegnata ad assumere come parte integrante del team talenti da formare e le persone con profilo junior assunte in apprendistato seguono una costante formazione sul campo.

Questa scelta è stata dettata dalla nostra filosofia che mette quotidianamente al centro del nostro lavoro la formazione continua di tutti i dipendenti.

Indicatore: 1.4.2 Ore di formazione per categoria (al netto della formazione obbligatoria per legge o per contratto)

InTribe SB Srl non ha ad oggi un piano di formazione specifico per categoria, che implichi un numero di ore di formazione extra rispetto alla formazione obbligatoria.

Indicatore: 1.4.3 Stage

Durante il 2022 InTribe ha accolto tre tirocinanti che svolgeranno la tesi sulla loro esperienza e quanto hanno imparato in azienda.

In particolare:

- 2 tirocinanti di Statistica dell'Università Bicocca di Milano
- 1 Tirocinante di Comunicazione dell'Università di Bologna

**Aspetti: 1.5 Orari di lavoro per categoria**

Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi	Quantitativi SI
	L'indicatore mira a conoscere gli orari di lavoro applicati in Azienda		
Modalità di misurazione dell'indicatore	<p>InTribe crede la produttività dipenda anche da un corretto work/life balance. Sebbene l'orario lavorativo sia dalle 9 alle 18, con un'ora di pausa dalle 13 alle 14, l'azienda non impone il timbro del cartellino e consente a dipendenti e collaboratori di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lavorare da remoto (<b>smart working</b>)</li> <li>- Gestire il proprio tempo lavorativo in modo flessibile</li> </ul> <p>Questa metodologia lavorativa che comprende <b>lavoro a distanza e flessibilità degli orari</b> è applicata in <b>quanto le persone vengono valutate per obiettivi</b>. <b>Nel rispetto della vita personale di ognuno, non sono previsti straordinari.</b></p>		
Documentazione di supporto	Vedi Report sociale		

**Aspetti: 1.6 Modalità retributive**

Indicatore: 1.6.1 Retribuzioni medie lorde

Avendo solo 8 collaboratori, le retribuzioni lorde medie corrispondono di fatto alle retribuzioni dei singoli dipendenti. InTribe SB Srl divulgherà questa informazione quando esplicitare la retribuzione media lorda non implicherà la riconoscibilità del reddito di una singola persona.



Indicatore: 1.6.2 Percorsi di carriera

N/A – motivazione: l'azienda non è ancora abbastanza strutturata per definire a priori dei percorsi di carriera standard.

Indicatore: 1.6.3 Sistemi di incentivazione

Ai dipendenti viene garantita:

- la flessibilità di orari
- La possibilità di lavorare in modalità smart working

## **Aspetti: 1.7 Assenze**

Indicatore: 1.7.1 Giornate di assenza

1.7.2 Causale

Le giornate di assenza corrispondono mediamente al 2,5% delle giornate lavorative, la causale è “motivi di salute”.

## **Aspetti: 1.8 Agevolazioni per i dipendenti**

InTribe SB Srl non ha ad oggi previsto agevolazioni per i dipendenti.

## **Aspetti: 1.9 Relazioni industriali**

Indicatore: 1.9.1 Rispetto dei diritti di associazione e contrattazione collettiva

InTribe SB Srl s’impegna a rispettare le norme ILO elencate nel Codice Etico.

Indicatore: 1.9.2 Percentuale di dipendenti iscritti al sindacato

InTribe SB Srl non ha dipendenti iscritti al sindacato.

Indicatore: 1.9.3 Altro (ore di sciopero, partecipazione dei lavoratori al governo aziendale, ecc.)

Nel 2022 nessun lavoratore di InTribe SB Srl ha fatto ore di sciopero.

## **Aspetti: 1.10 Comunicazione interna**

InTribe SB Srl aggiorna costantemente i propri dipendenti sull’andamento dell’azienda e, in un periodo delicato come quello attuale alla realizzazione del presente documento, ha condiviso con i dipendenti le azioni messe in atto per superare al meglio il momento di crisi economica.

## **Aspetti: 1.11 Sicurezza e Salute sul luogo di lavoro**

Indicatore: 1.11.1 Infortuni e malattie

InTribe SB Srl si attiene alle norme in materia di sicurezza sul lavoro.



Indicatore: 1.11.2 Progetti

Non sono stati realizzati progetti specifici per la sicurezza e salute sul luogo di lavoro.

Tutti i dipendenti hanno fatto la formazione a norma di legge.

**Aspetti: 1.12 Soddisfazione del personale**

Indicatore: 1.12.1 Ricerche di customer satisfaction rivolte all'interno

InTribe SB Srl ha attivato un dialogo costante con i propri dipendenti. Essendo un numero esiguo è molto più funzionale e produttivo di un'indagine quantitativa, che su numerosità così piccole non ha ragion d'essere.

Indicatore: 1.12.2 Progetti

Non sono stati realizzati progetti specifici inerenti la soddisfazione del personale.

**Aspetti: 1.13 Tutela dei diritti dei lavoratori**

Indicatore: 1.13.1 Lavoro Minorile

InTribe non favorisce né tollera in alcun modo il lavoro minorile.

InTribe SB Srl agevola le esperienze formative dei più giovani, per aiutarli ad accedere al mondo del lavoro con più competenze. Stage, corsi con parte pratica e alternanza scuola/lavoro verranno attivati con questa finalità.

Il rispetto di questi principi è esteso a: collaboratori, fornitori e chiunque interagisca con l'azienda.

**Aspetti: 1.14 Provvedimenti disciplinari e contenziosi**

InTribe SB Srl non ha intrapreso provvedimenti disciplinari né ha contenziosi.

## Categorie: 2. Soci/Azionisti e Comunità finanziaria

**Aspetti:** 2.1. **Composizione capitale sociale**  
**Indicatore:** 2.1.1 Numero azionisti per tipologia di azioni

Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi	Quantitativi SI
	L'indicatore punta alla conoscenza e al monitoraggio della evoluzione nel tempo della proprietà aziendale		
<b>Modalità di misurazione dell'indicatore</b>	<p>Serie storica:</p> <p>Dal 1/10/2016 al 26/09/2017:            Mirna Pacchetti – 55% delle quote            Marco Ravagnan – 30% delle quote            Marzia Di Meo – 15% delle quote</p> <p>Dal 26/09/2017 al 28/4/2019:            Mirna Pacchetti – 55% delle quote            Marzia Di Meo – 40% delle quote            Laura Volpi – 5% delle quote</p> <p>Dal 29/04/2019 al 29/12/2020:            Mirna Pacchetti - 49,5%            Marzia Di Meo - 36%            Laura Volpi - 4,5%            Digital Magics SpA - 10%</p> <p>Dal 29/12/2020 al 27/07/2021:            Mirna Pacchetti - 50,98%            Marzia Di Meo - 37,15%            Digital Magics SpA - 9,71%            Massimiliano Poli 0,72%            Angela Bianchi 0,72%            Mirjiana Kovac 0,72%</p> <p>Dal 27/07/2021:            Mirna Pacchetti - 48,5%            Marzia Di Meo - 35,6%            Digital Magics SpA - 9,49%            Altri soci minoritari - 6,41%</p>		
<b>Documentazione di supporto</b>	Situazione libro soci		

Aspetti: 2.1.2. Segmentazione soci per categoria

Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi SI	Quantitativi SI
	L'indicatore vuole mettere in risalto la partecipazione al capitale sociale da parte di imprese e persone fisiche		
Modalità di misurazione dell'indicatore	I titolari dell'impresa sono al 89% persone fisiche residenti in Italia, al 11% società di capitali con sede in Italia.		
Documentazione di supporto	Libro soci		

**Aspetti: 2.2. Remunerazione degli azionisti/soci (rapporti e indicatori azionari)**

Indicatori: 2.2.1. Utili per azione  
 2.2.2. Dividendi  
 2.2.3. Prezzo/utile per azione

N/A – motivazione: l'azienda non ha ancora distribuito utili e non è una società per azioni.

**Aspetti: 2.3. Andamento quotazioni**

N/A – motivazione: l'azienda non è quotata in borsa

**Aspetti: 2.4. Rating**

N/A – motivazione: l'azienda non è quotata in borsa

**Aspetti: 2.5. Partecipazione dei soci al governo e tutela delle minoranze**

Indicatori: 2.5.1 Presenza consiglieri indipendenti nel CdA

N/A – motivazione: non abbiamo consiglieri indipendenti

Indicatori: 2.5.2 Presenza di soci di minoranza nel CdA

N/A

Indicatori: 2.5.3 Frequenza riunioni CdA

	<b>Rilevanza</b> A	<b>Qualitativi</b> SI	<b>Quantitativi</b> SI
<b>Commento esplicativo</b>	L'indicatore punta a monitorare la partecipazione reale dei soci alla conduzione aziendale.		
<b>Modalità di misurazione dell'indicatore</b>	Il CdA si riunisce mediamente due volte all'anno.		
<b>Documentazione di supporto</b>	Libri sociali, elenchi convocazioni CdA e relativi OdG.		

Indicatori: 2.5.4 Altro (adesioni codici di autoregolamentazione)

	<b>Rilevanza</b> A	<b>Qualitativi</b> SI	<b>Quantitativi</b>
<b>Commento esplicativo</b>	L'indicatore mira a evidenziare forme di governance che favoriscono la partecipazione generale dei soci e la non discriminazione nei confronti di alcuno.		
<b>Modalità di misurazione dell'indicatore</b>	InTribe adotta un suo codice etico, che regola ogni aspetto di collaborazione tra le persone e di tutela delle minoranze e del bene comune.		
<b>Documentazione di supporto</b>	Codice etico		

**Aspetti: 2.6. Agevolazioni e servizi per i soci**

N/A – motivazione: ad oggi non sono state realizzate agevolazioni a favore dei soci

**Aspetti: 2.7 Investor relation**

Indicatori: 2.7.1 Attività di comunicazione e rendicontazione

Ai soci viene inviato un report semestrale sull'andamento dell'azienda a Gennaio e luglio di ogni anno.

Indicatori: 2.7.2 Presentazioni e documenti istituzionali

N/A – motivazione: non siamo così strutturati da dover diffondere le notizie tramite media

Indicatori: 2.7.3 Roadshow

N/A – motivazione: non siamo così strutturati da dover utilizzare roadshow per comunicare con i nostri stakeholder

Indicatori: 2.7.4 Incontri one to one

N/A – motivazione: non siamo così strutturati da dover realizzare incontri on-to-one con gli investitori



Indicatori: 2.7.5 Sviluppo comunicazione via Internet

N/A – motivazione: non siamo così strutturati da dover diffondere le notizie tramite web

Indicatori: 2.7.6 Altro (ad esempio, giornate aperte)

N/A – motivazione: non siamo così strutturati da dover realizzare giornate aperte o incontri con gli investitori e gli stakeholder

## Categorie: 3. Clienti

### Aspetti: 3.1 Caratteristiche della clientela

Indicatore: 3.1.1 Ripartizione dei clienti per categorie

I clienti sono visionabili sul sito istituzionale <https://www.intribetrend.com>.

InTribe SB Srl non ha ancora un numero tale di clienti da necessitare di statistiche di ripartizione.

Indicatore: 3.1.2 Ripartizione dei clienti per tipologia di offerta

N/A – motivazione: non condividiamo questa informazione

### Aspetti: 3.2 Sviluppo del mercato

Indicatore: 3.2.1 Nuovi clienti

N/A – motivazione: non condividiamo questa informazione

Indicatore: 3.2.2 Nuovi prodotti/servizi

	Rilevanza A	Qualitativi SI	Quantitativi SI
<b>Commento esplicativo</b>	L'indicatore valuta l'impegno dell'azienda nella "lettura ed ascolto" delle esigenze dei clienti e del mercato e nella traduzione di tali necessità/aspettative in pianificazione e sviluppo di nuovi prodotti/servizi. Inoltre, l'indicatore ha come obiettivo quello di monitorare il processo di miglioramento/rinnovo/evoluzione dell'azienda nel tempo.		
<b>Modalità di misurazione dell'indicatore</b>	Essendo una società che eroga indagini di mercato sui trend e sui consumatori, questo tipo di analisi è nel DNA di InTribe SB Srl, motivo per il quale vengono costantemente fatte indagini di mercato, di benchmarking e interviste ai clienti per delineare al meglio le loro esigenze. Grazie a queste indagini InTribe SB Srl continua a migliorare i propri servizi e prodotti.		
<b>Documentazione di supporto</b>	<a href="https://digitalmatch.eu">https://digitalmatch.eu</a> e <a href="https://www.intribetrend.com/en/solutions/use-cases/retail">https://www.intribetrend.com/en/solutions/use-cases/retail</a>		

### Aspetti: 3.3 Customer satisfaction e customer loyalty

Indicatore: 3.3.1 Iniziative di customer satisfaction (ricerche, iniziative di misura e utilizzo, call center e gestione dei reclami)

Dialoghiamo costantemente con i nostri clienti per valutare in modo diretto la customer satisfaction, circa l'80% del fatturato è dato da repeat business.

Indicatore: 3.3.2 Iniziative di customer loyalty

N/A – motivazione – non abbiamo ancora sviluppato attività significative di customer loyalty

**Aspetti:** **3.4 Informazioni ed etichettature di prodotto/servizio (sicurezza, LCA, iniziative volontarie)**  
N/A – motivazione: non produciamo beni al consumo né prodotti.

**Aspetti 3.5. Prodotti/servizi a connotazione etico-ambientale (ad esempio, alta utilità sociale)**

Commento esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi SI	Quantitativi SI
	L'indicatore richiede una particolare attenzione rivolta ad offerta di servizi/prodotti con evidente e dimostrabile valenza etico-ambientale.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	InTribe SB Srl aggiorna ogni anno l'Osservatorio sulle Professioni del Futuro, analisi che ha consentito a ValoreD (in collaborazione con InTribe) di lanciare il portale <a href="https://wanter.valored.it">https://wanter.valored.it</a> InTribe ha inoltre realizzato: <ul style="list-style-type: none"> <li>- l'indagine sulla Felicità al lavoro per l'Associazione Ricerca Felicità</li> <li>- L'indagine sulla Diversity in collaborazione con VirgoImage</li> </ul>		
Documentazione di supporto	Report sociale		

**Aspetti:** **3.6. Politiche promozionali (ad esempio, rispetto codici di autodisciplina)**  
N/A

**Aspetti:** **3.7 Tutela della Privacy**  
InTribe SB Srl ha adeguato la sua politica di privacy al GDPR.  
Vedi: <https://www.intribetrend.com/privacy-policy/>

## Categorie 4. Fornitori

### Aspetti: 4.1 Politiche di gestione dei fornitori

N/A – motivazione: non condividiamo questa informazione

Indicatore: 4.1.1 Ripartizione dei fornitori per categoria

N/A – motivazione: non tracciamo questa informazione

Indicatore: 4.1.2 Selezione dei fornitori

I nostri fornitori vengono selezionati in base a specifiche necessità che si presentano di volta in volta.

Indicatore 4.1.3. Comunicazione, sensibilizzazione ed informazione

N/A

### Aspetti: 4.2. Condizioni negoziali

	Rilevanza C	Qualitativi SI	Quantitativi SI
<b>Commento esplicativo</b>	L'obiettivo dell'indicatore è valutare la politica dell'azienda sui pagamenti applicati ai fornitori. La valutazione potrebbe essere articolata per classi di importo delle fatture e tempi massimi correlati di pagamento. Ciò al fine di evidenziare in maniera corretta le politiche adottate e attuate dall'azienda.		
<b>Modalità di misurazione dell'indicatore</b>	Termini di pagamento applicati: - 30 giorni data fattura fine mese		
<b>Documentazione di supporto</b>	---		



## Categorie 5. Partner finanziari

### **Aspetti: 5.1 Rapporti con le banche**

N/A – motivazione: ad oggi ci siamo appoggiati a grossi gruppi bancari.

Non abbiamo ancora adottato una banca etica, perchè questo tipo di istituti bancari non aderisce al Fondo di Garanzia e altre misure statali di agevolazione delle startup.

### **Aspetti: 5.2 Rapporti con le compagnie assicurative**

N/A – motivazione: non abbiamo rapporti con compagnie assicurative.

### **Aspetti: 5.3 Rapporti con società di servizi finanziari (ad esempio, società di leasing)**

N/A – motivazione: non abbiamo rapporti con società di servizi finanziari

## Categorie 6. Stato, Enti locali e Pubblica Amministrazione

### Aspetti: 6.1 Imposte, tributi e tasse

InTribe è in regola con il pagamento di tasse e contributi.

### Aspetti: 6.2 Rapporti con gli Enti locali

	Rilevanza A	Qualitativi	Quantitativi
<b>Commento esplicativo</b>	L'indicatore punta ad analizzare i rapporti esistenti tra l'impresa e le Istituzioni Pubbliche, evidenziando forme di coinvolgimento e/o partnership. Ad esempio, adesione ad accordi volontari o accordi di Programma su specifiche iniziative aventi valenza economica (sviluppo del territorio), ambientale o sociale.		
<b>Modalità di misurazione dell'indicatore</b>	N/A		
<b>Documentazione di supporto</b>	---		

### Aspetti: 6.3. Norme e codici etici per il rispetto della legge

Indicatore: 6.3.1 Norme e codici per il rispetto della legge e sistemi di auditing interno

	Rilevanza C	Qualitativi SI	Quantitativi
<b>Commento esplicativo</b>	L'indicatore valuta l'esistenza di politiche esplicite e di sistemi di auto-controllo interno (adottati su base volontaria) per garantire il rispetto della legge.		
<b>Modalità di misurazione dell'indicatore</b>	InTribe ha adottato un codice etico.		
<b>Documentazione di supporto</b>	Codice etico		

Indicatore: 6.3.2 Verifiche di conformità e controlli ispettivi

N/A – motivazione: non abbiamo macchinari che possano richiedere verifiche di conformità o controlli ispettivi

### Aspetti: 6.4 Contributi, agevolazioni o finanziamenti agevolati ricevuti

N/A – motivazione: non condividiamo questa informazione

## Categorie 7. Comunità

### Aspetti: 7.1 Corporate giving

N/A – motivazione: non abbiamo devoluto denaro ad alcuna associazione o causa benefica

### Aspetti: 7.2 Apporti diretti nei diversi ambiti di intervento

Indicatore: 7.2.1 Istruzione e formazione

7.2.2 Cultura

7.2.3 Sport

	Rilevanza C	Qualitativi SI	Quantitativi
<b>Commento esplicativo</b>	L'indicatore valuta l'impegno dell'azienda nel sociale attraverso investimenti ed altre attività svolte direttamente nel campo dell'istruzione (ad esempio, organizzazione di momenti di formazione nelle scuole su tematiche a valenza sociale/ambientale o promozione di corsi che siano funzionali alle esigenze di formazione di capitale umano qualificato) e/o della cultura (organizzazione di iniziative culturali) e/o dello sport (sponsorship attiva di eventi sportivi con ricadute sociali positive sulla comunità, tramite, ad esempio, il forte coinvolgimento dei ragazzi).		
<b>Modalità di misurazione dell'indicatore</b>	—		
<b>Documentazione di supporto</b>	Report Sociale		

Indicatore: 7.2.4 Ricerca e innovazione

	Rilevanza C	Qualitativi SI	Quantitativi SI
<b>Commento esplicativo</b>	L'indicatore valuta l'impegno dell'azienda nel campo della ricerca e dell'innovazione. L'innovazione, in particolare, può riguardare i processi produttivi (operations, logistica, gestione delle informazioni, ecc.) e i prodotti. E' evidente che questo impegno ha, in primo luogo, una ricaduta positiva sulla competitività dell'impresa e, dunque, sul suo valore, ossia sul valore del suo capitale economico. L'innovazione, però, ha anche e soprattutto una valenza più ampia: gli sforzi condotti dall'impresa in questo campo sono finalizzati a garantire la sua sostenibilità, ovvero la sua capacità di durare nel tempo, creando valore per gli stakeholder e per la comunità in genere, contribuendo, così, allo sviluppo del sistema Paese. Confronto con le statistiche nazionali (ed europee) nel settore, per classi dimensionali omogenee.		

<b>Modalità di misurazione dell'indicatore</b>	Essendo una startup innovativa, InTribe SB Srl sviluppa costantemente tecnologia. Nel 2022 sono state aggiunte funzionalità a: <ul style="list-style-type: none"> <li>- la piattaforma digitale DigitalMatch</li> <li>- Il servizio di analisi degli insight nei punti di vendita con dashboard in tempo reale (Hyper-local Insights)</li> </ul>
<b>Documentazione di supporto</b>	---

Indicatore: 7.2.5 Solidarietà sociale (anche internazionale)

Vedi Report Sociale.

Indicatore: 7.2.6 Altro (ad esempio, volontariato, posti asilo per la comunità)

Vedi Report Sociale.

Aspetti: 7.3 Comunicazione e coinvolgimento della comunità (stakeholder engagement)

	<b>Rilevanza</b> C	<b>Qualitativi</b> SI	<b>Quantitativi</b>
<b>Commento esplicativo</b>	L'indicatore valuta le azioni di comunicazione e di coinvolgimento degli stakeholder, in particolare dei soggetti presenti nella comunità (cittadini, ONG, media, ecc.). Esempi in questo senso possono essere iniziative come Fabbriche e Impianti Aperti, l'organizzazione di momenti di presentazione dei bilanci sociali o di sostenibilità, processi strutturati di confronto con gli stakeholder per l'individuazione di indicatori per la misurazione delle performance aziendali, ecc.		
<b>Modalità di misurazione dell'indicatore</b>	N / A		
<b>Documentazione di supporto</b>	---		

Aspetti: 7.4 Relazioni con i mezzi di comunicazione

	<b>Rilevanza</b> C	<b>Qualitativi</b> SI	<b>Quantitativi</b>
<b>Commento esplicativo</b>	L'indicatore punta ad analizzare il rapporto esistente tra l'azienda e i mezzi di comunicazione (stampa, televisione, radio). L'obiettivo è valutare il grado di disclosure dell'azienda e il livello di attenzione nei confronti delle istanze dei media.		

<b>Modalità di misurazione dell'indicatore</b>	N/A
<b>Documentazione di supporto</b>	--

**Aspetti:** 7.5 Comunità virtuale

**Indicatori:** 7.5.1 Contatti (caratteristiche ed analisi)

	<b>Rilevanza</b> A	<b>Qualitativi</b> SI	<b>Quantitativi</b> SI
<b>Commento esplicativo</b>	Alla luce dell'importanza assunta da Internet e dalle tecnologie digitali, l'indicatore si propone di esaminare numero, profilo e caratteristiche dei soggetti che contattano l'azienda attraverso l'utilizzo della rete.		
<b>Modalità di misurazione dell'indicatore</b>	N/A		
<b>Documentazione di supporto</b>	--		

**Indicatori:** 7.5.2 Security

N/A – motivazione: InTribe si attiene a quanto previsto dalla normativa sulla privacy

**Indicatori:** 7.5.3 Strumenti di gestione delle relazioni

N/A – motivazione: non abbiamo attuato forme di gestione delle relazioni con gli stakeholder realizzate attraverso il supporto specifico della rete Internet (ad esempio, forum on-line, campagne informative, servizi mirati, ecc.).

**Aspetti:** 7.6 Prevenzione della corruzione

	<b>Rilevanza</b> C	<b>Qualitativi</b> SI	<b>Quantitativi</b>
<b>Commento esplicativo</b>	L'indicatore valuta l'esistenza di politiche esplicite e di sistemi di auto-controllo interno per garantire che non si verifichino pratiche di corruzione e, più in generale, comportamenti non etici.		
<b>Modalità di misurazione dell'indicatore</b>	Adozione di codici di autodisciplina e norme interne.		
<b>Documentazione di supporto</b>	Codice etico		

## Categorie 8. Ambiente

### Aspetti: 8.1 Consumi di energia, materiali ed emissioni

	Rilevanza C	Qualitativi SI	Quantitativi SI
<b>Commento esplicativo</b>	L'indicatore valuta l'impegno dell'azienda nel campo della sostenibilità ambientale in termini di riduzione, oltre i limiti stabiliti dalla normativa di riferimento, dei consumi di materie prime (input) e delle emissioni inquinanti (output, ossia emissioni in aria, scarichi in acqua, rumore, rifiuti, ecc.).		
<b>Modalità di misurazione dell'indicatore</b>	Per ridurre l'impatto di InTribe SB Srl sull'ambiente abbiamo deciso di lavorare in un co-working o da remoto (smart working), questo riduce le emissioni di CO2 e PM10 prodotte dal luogo di lavoro, sia quelle prodotte dagli spostamenti giornalieri per andare al lavoro.		
<b>Documentazione di supporto</b>	Report Sociale		

Indicatore: 8.1.1 Energia

N/A – motivazione: lavoriamo in un coworking

Indicatore: 8.1.2 Acqua

N/A – motivazione: lavoriamo in un coworking

Indicatore: 8.1.3 Materie prime, materiali ausiliari e imballaggi

N/A – motivazione: non produciamo beni

Indicatore: 8.1.4 Emissioni in atmosfera

N/A – motivazione: lavoriamo in un coworking e non produciamo beni

Indicatore: 8.1.5 Scarichi idrici

N/A – motivazione: lavoriamo in un coworking e non produciamo beni

Indicatore: 8.1.6 Rifiuti

N/A – motivazione: lavoriamo in un coworking e non produciamo beni

### Aspetti: 8.2 Strategia ambientale e relazioni con la comunità

N/A – motivazione: lavoriamo in un coworking e non produciamo beni