

SOCIAL STATEMENT

InTribe SB S.r.l.

Indice

Premessa	pag. 3
Scheda anagrafica	pag. 6
Strumenti	pag. 7
Schede e indicatori	pag. 8
1. Risorse umane	pag. 8
2. Soci/azionisti e comunità finanziaria	pag. 11
3. Clienti	pag. 14
4. Fornitori	pag. 16
5. Partner finanziari	pag. 17
6. Stato, Enti locali e Pubblica Amministrazione	pag. 17
7. Comunità	pag. 19
8. Ambiente	pag. 23

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;

- %o 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 SB
Tipo:	Srl
Settore di attività: codice ISTAT:	
Fatturato:	35.063,05€ (al 31/12/2017)
Sede Principale:	c/o Talent Garden - Via Arcivescovo Calabiana, 6 - 20139 Milano
Sedi secondarie:	---
Composizione societaria:	3 socie - società 100% femminile
Principali mercati di riferimento:	offriamo servizi B2B (indagini di mercato innovative) per aziende che si rivolgono al consumatore finale (beni e servizi di consumo)
N. dipendenti:	0

Strumenti

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

Sviluppare progetti innovativi d'indagini di mercato, per far beneficiare alle aziende delle opportunità di analisi di: big data, indagini qualitative online e APP.

InTribe ha inoltre deciso di formare le categorie più colpite dalla disoccupazione (Millennials, Post Millennials e donne) per portare valore aggiunto alle aziende e al territorio, creando nuovo benessere economico.

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

- Gestione della qualità NO
- Gestione ambientale NO
- Gestione della sicurezza NO
- Gestione sociale NO
- Protezione delle informazioni SI

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

SI, report sociale allegato

Contatto Sig.ra	Mirna Pacchetti
Telefono	339/8397602
Email	mirna@intribe.it

Schede e indicatori

Categorie: 1. Risorse umane

Aspetti: 1.1 Composizione del personale

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti, solo collaboratori

Aspetti: 1.2 Turnover

Indicatore: 1.2.1 Politiche occupazionali

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

Indicatore: 1.2.2 Dipendenti e non dipendenti

	Rilevanza A	Qualitativi	Quantitativi SI
Commento esplicativo	L'indicatore mira a quantificare la percentuale di personale non dipendente operante per l'azienda.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	A seconda dei progetti, InTribe si avvale di collaboratori esterni: <ul style="list-style-type: none"> - 4 collaboratori a prestazione occasionale - 2 liberi professionisti 		
Documentazioni e di supporto	Al momento l'azienda usa solo collaboratori esterni, quando partono progetti che richiedono il loro supporto.		

Indicatore: 1.2.3 Cessazioni

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

Aspetti: 1.3 Pari opportunità

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

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

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

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

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

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

Aspetti: 1.4 Formazione

Indicatore: 1.4.1 Progetti di formazione (tipologia)

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

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

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

Indicatore: 1.4.3 Stage

N/A - motivazione: l'azienda non ha ancora attivato progetti di stage

Aspetti: 1.5 Orari di lavoro per categoria

C o m m e n t o 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. Essendo gestita da 3 socie mamme, 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"> - Lavorare da remoto (smart working) - Gestire il proprio tempo lavorativo in modo flessibile <p>Questa metodologia lavorativa che comprende lavoro a distanza e flessibilità degli orari è applicata in quanto le persone vengono valutate per obiettivi. Nel rispetto della vita personale di ognuno, non sono previsti straordinari.</p>		
Documentazioni e di supporto	Vedi Report sociale		

Aspetti: 1.6 Modalità retributive

Indicatore: 1.6.1 Retribuzioni medie lorde

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

Indicatore: 1.6.2 Percorsi di carriera

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

Indicatore: 1.6.3 Sistemi di incentivazione

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

Aspetti: 1.7 Assenze

Indicatore: 1.7.1 Giornate di assenza

1.7.2 Causale

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

Aspetti: 1.8 Agevolazioni per i dipendenti

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

Aspetti: 1.9 Relazioni industriali

Indicatore: 1.9.1 Rispetto dei diritti di associazione e contrattazione collettiva

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

Indicatore: 1.9.2 Percentuale di dipendenti iscritti al sindacato

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

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

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

Aspetti: 1.10 Comunicazione interna

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

Aspetti: 1.11 Sicurezza e Salute sul luogo di lavoro

Indicatore: 1.11.1 Infortuni e malattie

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

Indicatore: 1.11.2 Progetti

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

Aspetti: 1.12 Soddisfazione del personale

Indicatore: 1.12.1 Ricerche di customer satisfaction rivolte all'interno

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

Indicatore: 1.12.2 Progetti

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

Aspetti: 1.13 Tutela dei diritti dei lavoratori

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

Indicatore: 1.13.1 Lavoro Minorile

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

Indicatore: 1.13.2 Lavoro forzato

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

Aspetti: 1.14 Provvedimenti disciplinari e contenziosi

N/A - motivazione: l'azienda non ha dipendenti

Categorie: 2. Soci/Azionisti e Comunità finanziaria

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

C o m m e n t o esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi	Quantitativi SI
	L'indicatore punta alla conoscenza e al monitoraggio della evoluzione nel tempo della proprietà aziendale		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Serie storica: Dal 1/10/2016 al 26/09/2017: Mirna Pacchetti - 55% delle quote Marco Ravagnan - 30% delle quote Marzia Di Meo - 15% delle quote Dal 26/09/2017: Mirna Pacchetti - 55% delle quote Marzia Di Meo - 40% delle quote Laura Volpi - 5% delle quote		
Documentazioni e di supporto	Situazione libro soci		

Aspetti: 2.1.2. Segmentazione soci per categoria

C o m m e n t o 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 100% persone fisiche residenti in Italia.		
Documentazioni e 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 è una società per azioni

Indicatore: 2.2.4. Altro (ad esempio, ristoro, contributi obbligatori per fondi mutualistici)

N/A - motivazione: l'azienda non le ha al momento previste

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 - motivazione: il socio di minoranza è unicamente un socio di capitale

Indicatori: 2.5.3 Frequenza riunioni CdA

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

Indicatori: 2.5.4 Altro (adesioni codici di autoregolamentazione)

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

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

N/A - motivazione: La società è poco strutturata. I soci si confrontano giornalmente su qualsiasi attività.

Indicatori: 2.7.2 Presentazioni e documenti istituzionali

N/A - motivazione: non abbiamo investitori al di là dei 3 soci e 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 abbiamo investitori al di là dei 3 soci e 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

- 25% Startup
- 50% aziende di servizi
- 25% associazioni

Indicatore: 3.1.2 Ripartizione dei clienti per tipologia di offerta

- 100% indagini di mercato innovative

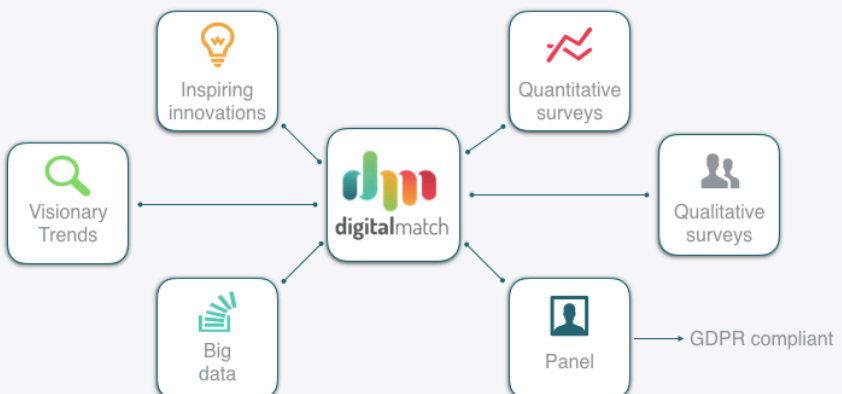
Aspetti: 3.2 Sviluppo del mercato

Indicatore: 3.2.1 Nuovi clienti

Stiamo approcciando aziende che operano nei seguenti settori

- Consumer goods
- Pharma
- Energia

Indicatore: 3.2.2 Nuovi prodotti/servizi

	Rilevanza A	Qualitativi SI	Quantitativi SI
Commento esplicativo	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 nuovo prodotti/servizi. Inoltre, l'indicatore ha come obiettivo quello di monitorare il processo di miglioramento/rinnovo/evoluzione dell'azienda nel tempo.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	InTribe sta sviluppando un PaaS ovvero un Platform as a Service, con la quale verranno erogati nuovi servizi, compreso l'abbonamento annuale per utilizzare in autonomia la piattaforma.		
Documentazione di supporto			

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)

La APP Digital Match (progetto sviluppato nel 2017 e lanciato a marzo 2018) ha un efficace sistema di ascolto degli user, con la possibilità di inviare messaggi sia attraverso la APP, sia attraverso email.

I clienti B2B lato indagini di mercato sono attualmente pochi e l'attività di customer satisfaction viene fatta direttamente dal commerciale.

Indicatore: 3.3.2 Iniziative di customer loyalty

La APP Digital Match ha diverse attività di customer royalty. Gli user guadagnano ulteriori coins se:

- Invitano amici a scaricare la APP (word of mouth)
- Segnalano bug o migliorie
- Partecipano a determinati eventi
- Partecipano a indagini

Il 75% dei nostri clienti B2B ha acquistato più di un servizio o è cliente da diversi mesi.

Aspetti: 3.4 Informazioni ed etichettature di prodotto/servizio (sicurezza, LCA, iniziative volontarie)

N/A - motivazione: non produciamo beni e non abbiamo servizi certificati in tal senso

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

C o m m e n t o esplicativo	Rilevanza A	Qualitativi SI	Quantitativi SI
Modalità di misurazione dell'indicatore	<p>L'indicatore richiede una particolare attenzione rivolta ad offerta di servizi/ prodotti con evidente e dimostrabile valenza etico-ambientale.</p> <p>InTribe vuole contribuire a ridurre il digital mismatch in Italia, ha iniziato a farlo in due modi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Il Convegno nazionale sulle Professioni del Futuro ha dato origine ad una serie di speech che InTribe continua a tenere in tutta Italia, il cui obiettivo è far capire a giovani, disoccupati e aziende quali opportunità lavorative si stiano aprendo in ambito digitale e tecnologico e come stia cambiando il mercato del lavoro. Ci hanno chiesto di tenere degli speech: Il Salone dello Studente, Confcommercio, Soroptimist, ecc. 2. Abbiamo inoltre deciso di realizzare eBook gratuito sulle Professioni del Futuro, per gli studenti che devono scegliere che studi fare. Tra ottobre 2017 e ottobre 2018 stato inviato a circa 4.500 studenti in tutta Italia. <p>Queste attività sono state svolte da InTribe a titolo gratuito, con l'obiettivo di incentivare i giovani a seguire studi in ambito STEAM, aumentando le loro possibilità di trovare un lavoro dopo gli studi.</p>		

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

N/A - motivazione: ad oggi l'azienda ha promosso i propri servizi unicamente attraverso il sito internet www.intribetrend.it e attraverso l'attività commerciale

Aspetti: **3.7 Tutela della Privacy**

InTribe ha avviato tutte le procedure di allineamento al **GDPR** e i suoi avvocati continuano a dare costantemente indicazioni in merito, ogni qual volta vari qualche aspetto.

Categorie 4. Fornitori

Aspetti: 4.1 Politiche di gestione dei fornitori

Indicatore: 4.1.1 Ripartizione dei fornitori per categoria

N/A - motivazione: non condividiamo questa informazione

Indicatore: 4.1.2 Selezione dei fornitori

N/A - motivazione: non condividiamo questa informazione

I nostri fornitori vengono selezionati in base alla flessibilità e ottimizzazione dei costi, rientrano quindi principalmente in 3 categorie:

- Freelance che non possono fare certificazioni
- Altre startup tecnologiche, ancora in fase di crescita e che, come noi, non hanno ancora le caratteristiche strutturali per accedere a determinate certificazioni
- Servizi in cloud ai quali accedere in autonomia, per tutte le attività di supporto al core business aziendale (per esempio: software per la fatturazione, e-mail marketing, ecc.)

Indicatore 4.1.3. Comunicazione, sensibilizzazione ed informazione

N/A - motivazione: vedi 4.1.2

I freelance vengono considerati parte integrante del team e condividono con noi: finalità, etica, orientamento agli obiettivi.

Le startup e le aziende che erogano servizi in cloud offrono servizi standard.

Aspetti: 4.2. Condizioni negoziali

	Rilevanza C	Qualitativi SI	Quantitativi SI
Commento esplicativo	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.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Termini di pagamento applicati: <ul style="list-style-type: none"> - Acconti - entro 10 giorni dalla emissione delle fatture - Fatture - 30 giorni fine mese data fattura 		
Documentazione di supporto	---		

Categorie 5. Partner finanziari

Aspetti: 5.1 Rapporti con le banche

N/A - motivazione: in questa fase ci siamo appoggiati ad uno dei più grossi gruppi bancari italiani. Ora stiamo cercando una banca etica alla quale appoggiarci che abbia tutti i requisiti necessari per il nostro business.

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

N/A - motivazione: non condividiamo questa informazione

Aspetti: 6.2 Rapporti con gli Enti locali

	Rilevanza A	Qualitativi SI	Quantitativi
Com ment o esplicativo	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.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Al momento non abbiamo sottoscritto accordi con le istituzioni, ma siamo stati invitati ai seguenti eventi: <ul style="list-style-type: none"> - 21 aprile 2017 - Intribe ha portato Le Professioni del Futuro alla Maratona digitale di Regione Lombardia - Un incontro per parlare di innovazione, opportunità e pericoli del digitale. - 6 giugno 2017 - primo incontro #mammeinParlamento: Intribe invitata dall'onorevole On. Enza Bruno Bossio - Deputato Intergruppo Innovazione presenta le donne e mamme nelle professioni del futuro. - 19 giugno 2017 - Al Kilometrorosso di Bergamo InTribe Presenta il progetto BrainLab per l'App Digital Match in occasione degli Stati Generali dell'Innovazione, dell' Istruzione e della Formazione della Regione Lombardia su invito dell'Assessora all'istruzione Valentina Aprea, ideatrice dell'evento. 		

Documentazioni e di supporto	---
-------------------------------------	-----

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

Com ment o esplicativo	Rilevanza C	Qualitativi SI	Quantitativi
Com ment o esplicativo	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.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Sebbene non abbia ancora dipendenti, InTribe ha già adottato un codice etico.		
Documentazioni e di supporto	Codice etico		

Indicatore: 6.3.2 Verifiche di conformità e controlli ispettivi

N/A - motivazione: non abbiamo ancora avuto alcun controllo ispettivo

Aspetti: 6.4 Contributi, agevolazioni o finanziamenti agevolati ricevuti

N/A - motivazione: non abbiamo ancora ottenuto agevolazioni o finanziamenti agevolati

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

	Rilevanza C	Qualitativi SI	Quantitativi
Commento esplicativo	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).		
Modalità di misurazione dell'indicatore	<p>Il 15 marzo 2018, a Milano si è svolto il <u>Secondo convegno nazionale sulle Professioni del Futuro</u>, evento realizzato presso Confcommercio Milano, durante il quale abbiamo presentato l'omonima indagine sociale. I numeri dell'evento:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 708 iscritti • 320 partecipanti <p>Abbiamo parlato dell'evoluzione del mercato del lavoro in 12 diversi convegni ed eventi in tutta Italia (comprese tutte le tappe del Salone dello Studente).</p> <p>Abbiamo erogato 4.500 eBook gratuiti sulle Professioni del Futuro ad altrettanti studenti delle scuole superiori.</p> <p>Attraverso la APP Digital Match abbiamo formato circa 60 persone in ambito tecnologico e digitale, per un totale di oltre 400 ore di formazione gratuita.</p>		
Documentazione di supporto	Vedi Report Sociale		

7.2.2 Cultura

N/A - motivazione: al momento non abbiamo attuato progetti di cultura

7.2.3 Sport

	Rilevanza C	Qualitativi SI	Quantitativi
Commento esplicativo	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 dello sport (sponsorship attiva di eventi sportivi con ricadute sociali positive sullacomunità, tramite, ad esempio, il forte coinvolgimento dei ragazzi).		
Modalità di misurazione dell'indicatore	InTribe ha deciso di supportare anche quest'anno il minirugby del Faenza Rugby . InTribe ha inoltre supportato l'organizzazione del torneo Vecchie Ciabatte, competizione tra ex-rugbiste professioniste e simpatizzanti.		
Documentazione e di supporto	Codice Etico		

Indicatore: 7.2.4 Ricerca e innovazione

	Rilevanza C	Qualitativi SI	Quantitativi SI
Commento esplicativo	<p>L'indicatore valuta l'impegno dell'azienda nel campo della ricerca e dell'innovazione.</p> <p>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.</p> <p>Confronto con le statistiche nazionali (ed europee) nel settore, per classi dimensionali omogenee.</p>		
Modalità di misurazione dell'indicatore	<p>Nel 2017 abbiamo investito il 20% del fatturato in progetti di ricerca e innovazione.</p> <p>Nei progetti di ricerca, abbiamo realizzato la APP Digital Match, per quanto concerne l'innovazione abbiamo adottato soluzioni in cloud per la gestione della fatturazione, dell'email marketing, CRM e realizzazione di Webinar.</p>		
Documentazione e di supporto	www.digitalmatch.it		

Indicatore: 7.2.5 Solidarietà sociale (anche internazionale)

	Rilevanza C	Qualitativi SI	Quantitativi
Commento esplicativo	L'indicatore valuta l'impegno dell'azienda nel sociale attraverso investimenti ed altre attività svolte in campo sociale.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	<p>InTribe continua a supportare l'Associazione Italiana Giovani Parkinsoniani. Quest'anno ha aiutato l'associazione realizzando un'indagine con il dipartimento di Giurisprudenza dell'Università Statale di Milano.</p> <p>L'indagine era rivolta alle persone con patologie croniche presentatesi in età giovanile e mirava a sondare le problematiche affrontate da queste persone in ambito lavorativo.</p> <p>L'indagine è stata citata all'interno di una tesi, che sarà la base per la realizzazione di una proposta di legge a favore delle persone in età lavorativa affette da patologie croniche.</p>		
Documentazioni e di supporto	<ol style="list-style-type: none"> 1. InTribe ha deciso di supportare anche quest'anno il minirugby del Faenza Rugby. InTribe ha inoltre supportato l'organizzazione del torneo Vecchie Ciabatte, competizione tra ex-rugbiste professioniste e simpatizzanti. 		

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

N/A - motivazione: al momento non abbiamo attuato altri progetti

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

	Rilevanza C	Qualitativi SI	Quantitativi
Commento esplicativo	<p>L'indicatore valuta le azioni di comunicazione e di coinvolgimento degli stakeholder, in particolare dei soggetti presenti nella comunità (cittadini, ONG, media, ecc.).</p> <p>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.</p>		
Modalità di misurazione dell'indicatore			
Documentazioni e di supporto			

Aspetti: 7.4 Relazioni con i mezzi di comunicazione

	Rilevanza C	Qualitativi SI	Quantitativi
Commento esplicativo	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.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	In questa fase InTribe non ha realizzato conferenze stampa, ne ha sostenuto investimenti nell'attività di relazione con i media. Le nostre indagini hanno però un buon potere mediatico, tanto che veniamo costantemente intervistati da quotidiani e riviste di alto livello per parlare delle Professioni del Futuro e del Digital Mismatch.		
Documentazione di supporto	--		

Aspetti: 7.5 Comunità virtuale
Indicatori: 7.5.1 Contatti (caratteristiche ed analisi)

	Rilevanza A	Qualitativi SI	Quantitativi SI
Commento esplicativo	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.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	InTribe ha attivato i seguenti canali online: <ul style="list-style-type: none"> - http://www.intribetrend.com - https://www.facebook.com/intribetrend/ - https://twitter.com/intribetrend/ - https://www.linkedin.com/company/15179395/ L'azienda ha inoltre contatto costante con gli utenti della propria APP Digital Match.		
Documentazione di supporto	--		

Indicatori: 7.5.2 Security

InTribe ha attuato il GDPR.

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

	Rilevanza C	Qualitativi SI	Quantitativi
Commento esplicativo	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.		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Adozione di codici di autodisciplina e norme interne.		
Documentazione e di supporto	Codice etico		

Categoria 8. Ambiente

Aspetti: 8.1 Consumi di energia, materiali ed emissioni

	Rilevanza C	Qualitativi SI	Quantitativi SI
Commento esplicativo	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.).		
Modalità di misurazione dell'indicatore	Per ridurre l'impatto di InTribe SB Srl sull'ambiente abbiamo deciso di lavorare in un coworking o da remoto (smart working), questo riduce le emissioni di CO2 e PM10 prodotte dal luogo di lavoro, sia quelle prodotte da chi si deve recare ogni giorno al lavoro.		
Documentazione e di supporto	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