



revisione 00

Carissimə...

Simpol. the reactive agency nasce nel 2014 come progetto creativo personale, nel 2019 diventa s.r.l. e in questo primo decennio di crescita costante, nel 2024 supera la soglia dei due milioni di euro di ricavi nonostante un mercato complesso e due anni di pandemia.

Fin dall'inizio abbiamo adottato il **metodo reactive**: un approccio operativo che trasforma ogni sfida in opportunità, anticipando i cambiamenti e rispondendo in modo rapido ed efficace alle nuove dinamiche della comunicazione. Oggi quel metodo è **il filo conduttore del nostro primo Bilancio di Sostenibilità** – lo strumento con cui rendicontiamo l'impatto economico, sociale e ambientale della nostra agenzia.

Il percorso racconta un'impresa indipendente che cresce distribuendo valore: più di tre quarti dei proventi tornano a dipendenti, fornitori e comunità. Il team conta otto persone, tutte a tempo indeterminato, oltre l'80% è under 30, e nel biennio non si sono registrati infortuni né malattie professionali.

Sul fronte ambientale continuiamo a ridurre il consumo energetico e l'intensità delle emissioni, dimostrando che efficienza e creatività possono procedere di pari passo.

Il mercato riconosce la solidità di questo modello, alla XXIX edizione di **Mediastars** abbiamo ottenuto 18 premi su sette progetti, conferma tangibile dell'efficacia del nostro approccio reactive.

Anche la nostra cultura interna è stata certificata e premiata dai riconoscimenti di ChooseMyCompany: **HappyIndex@AtWork ESG** e **WelImpactIndex® ESG**, certificazioni indipendenti che attestano il benessere organizzativo e la responsabilità sociale d'impresa.

La stessa spinta a creare valore condiviso vive in **io Smpl.**, piattaforma di attivazione civica e creativa, che negli anni ha coinvolto migliaia di persone in iniziative benefiche come *"Un Baffo per la Ricerca"* e *"Il filo rosso del destino"*, dimostrando che la comunicazione può essere anche veicolo di solidarietà concreta.

Guardando al futuro, intendiamo consolidare quanto costruito:

rafforzare l'efficienza energetica, integrare in modo sempre più naturale gli indicatori ESG nei processi decisionali, collaborare con partner che condividano i nostri valori e continuare a investire sul talento, formazione continua e benessere. Restiamo, insomma, **"reactive."** aperti a reinterpretare obiettivi e strumenti alla luce di nuove sfide e opportunità, senza perdere di vista l'essenza che ci contraddistingue.

Vi invito a leggere il nostro Bilancio di sostenibilità dove troverete dati, storie e prospettive che danno corpo a questi impegni.

Grazie per l'energia, le idee e la fiducia con cui continuate ad alimentare il nostro cammino.

Simone Arena

Founder e Creative Director di Simpol. the reactive agency

Indice



.04	Introduzione	.76	Performance ambientale
.07	Profilo di Simpol. the reactive agency	.84	Glossario ESG
.20	Approccio alla sostenibilità	.87	Glossario Simpol. the reactive agency
.35	Governance e performance economiche	.90	GRI INDEX
.50	Personale e capitale umano	.108	Contatti

1. Introduzione

1.2 NORMATIVA

metodologica

INFORMATIVE GRI: 2-1, 2-2, 2-3, 2-4, 2-5

1.

Il presente **Bilancio di Sostenibilità** è redatto da **Simpol S.r.l.** su **base volontaria**, con l'obiettivo di rafforzare la trasparenza verso i propri stakeholder e migliorare la rendicontazione delle proprie performance ambientali, sociali ed economiche. Si tratta del **primo documento di rendicontazione di natura non finanziaria** pubblicato dall'organizzazione. **Simpol S.r.l. ha redatto il presente bilancio in conformità con gli Standard GRI per il periodo 1° gennaio 2024- 31 dicembre 2024.**

La società oggetto di rendicontazione è **Simpol S.r.l.**, con sede legale e operativa in **Via Tetti Valfrè 1, 10043 Orbassano (TO)**, Italia. Costituita in forma di **società a responsabilità limitata** nel 2019, l'azienda opera nel settore della comunicazione creativa con codice ATECO 59.11.00. L'attività si svolge esclusivamente in Italia e non sono presenti altre entità giuridiche, sedi secondarie, filiali o partecipazioni in joint venture.

Tutti i dati quantitativi ed economico-finanziari presentati si riferiscono all'anno fiscale **1° gennaio 2024 – 31 dicembre 2024**, in coerenza con i bilanci d'esercizio ufficiali, nonostante questo per favorire sin dalla prima edizione la comparabilità e l'andamento nel tempo degli indicatori sono stati inseriti anche i dati riferiti all'anno fiscale 2023.



metodologica

INFORMATIVE GRI: 2-1, 2-2, 2-3, 2-4, 2-5

2.

Non sono presenti restatement essendo il primo anno di rendicontazione. La periodicità della rendicontazione sarà mantenuta su base annuale.

Le informazioni riportate nel presente documento coprono l'intera struttura organizzativa di Simpol S.r.l. e includono tutte le attività pertinenti per la rendicontazione. I dati ambientali e sociali sono stati raccolti internamente, tramite strumenti di rilevazione, monitoraggio e analisi gestiti dal personale amministrativo, con la supervisione diretta dell'amministrazione dell'impresa.

Il personale dell'organizzazione è stato direttamente coinvolto nell'identificazione dei temi più rilevanti, contribuendo così a garantire la **completezza e la coerenza** del documento.

Il bilancio non è stato sottoposto a **verifica esterna indipendente**, ma sono stati adottati criteri di tracciabilità, trasparenza e conformità alle linee guida GRI. Per garantire un allineamento ai **principi GRI di rendicontazione** (rilevanza, accuratezza, equilibrio, chiarezza, puntualità, affidabilità), l'organizzazione ha seguito un processo di raccolta dati centralizzato e documentato, con fonti verificabili e riferimenti interni (es. bilanci approvati, statuto, codice etico, DVR).

Il glossario

In allegato al presente documenti è possibile trovare un glossario dove sono stati definiti alcuni dei termini utilizzati nel documento. Il glossario è stato pensato per facilitare la lettura e la trasparenza delle informazioni inserite, ma anche per dare a tutti gli stakeholder la possibilità di approfondire il mondo della sostenibilità e dei pilastri ESG.

2. **Profilo di Simpol the reactive agency**

2.1 LA NOSTRA

identità

Simpol. the reactive agency è un'agenzia creativa specializzata nell'**ideazione, produzione e diffusione di contenuti**. Nato nel 2014 da un'idea del founder Simone Arena, il progetto creativo evolve nel 2020 con l'istituzione di una srl: una decade di evoluzioni che ha registrato ogni anno una crescita esponenziale, fino ad arrivare nel 2024 a superare i due milioni di euro di fatturato.

Un risultato eccezionale, considerati il periodo di difficoltà del settore comunicazione e advertising e i due anni di pandemia.

Ogni progetto nasce dall'osservazione del mercato e dall'analisi dei cambiamenti in atto, per rispondere in modo reattivo alle esigenze emergenti. Simpol. the reactive agency crede nella capacità di **reagire ai mutamenti del mercato** in modo reattivo, facendo dell'adattabilità e dell'innovazione i pilastri della propria strategia operativa.

Ogni progetto viene sviluppato seguendo le fasi di brainstorming, sperimentazione e riflessione, che alimentano il processo creativo e garantiscono un costante adattamento alle esigenze del mercato.

Questo approccio operativo, il “**metodo reactive.**”, consente a Simpol. the reactive agency di essere il reagente capace di trasformare le sfide in opportunità, anticipando i cambiamenti e **rispondendo prontamente** alle nuove dinamiche della comunicazione.

2.1 LA NOSTRA IDENTITÀ

1

Ideazione

Simpol si distingue per la sua capacità **reactive**. nel rispondere alle esigenze del mercato, generando **strategie e idee creative** innovative.

2

Produzione

In tutte le fasi del progetto, la **sinergia tra i reparti interni** di produzione e strategia, ci permette di realizzare i migliori contenuti in modo **reactive**.

3

Diffusione

Analizziamo performance e adattiamo con un approccio **reactive**. le azioni definite durante la fase strategica **massimizzando i risultati**.

2.1 LA NOSTRA

identità

La mission di Simpol. the reactive agency è chiara: **aiutare i brand a comunicare con reattività, ideando, producendo e diffondendo i migliori contenuti.** In un'era digitale in continua evoluzione, Simpol. the reactive agency crea contenuti in cui creatività e strategia si incontrano per trasmettere messaggi e suscitare emozioni.

Questa missione si fonda sulla volontà di essere **un partner strategico** per i clienti, capace di anticipare i cambiamenti e rispondere prontamente alle nuove dinamiche della comunicazione.

La vision di Simpol. the reactive agency è quella di **diventare un punto di riferimento** nel panorama delle creative agency, riconosciuta per la capacità di anticipare le tendenze di mercato e rispondere in modo rapido ed efficace ai mutamenti, **garantendo sempre soluzioni innovative e di alta qualità.**

La sostenibilità rappresenta un valore cardine per Simpol. the reactive agency, non limitato esclusivamente agli aspetti ambientali, ma **esteso anche alle relazioni umane e al contesto lavorativo.** L'azienda si impegna a creare un ambiente di lavoro inclusivo e stimolante, capace di favorire la collaborazione e la crescita professionale.

La sede di Simpol. the reactive agency è stata progettata per riflettere questi valori: uno spazio unconventional e creativo, che promuove il benessere e la sostenibilità.



Mission

Aiutiamo i brand a comunicare con reattività, ideando, producendo e diffondendo i migliori contenuti.

In un'era digitale in continua evoluzione, Simpol, the reactive agency crea contenuti in cui creatività e strategia si incontrano per **trasmettere messaggi e suscitare emozioni.**



Vision

Vogliamo dar voce ai brand che desiderano avere un impatto, ponendoci come il loro partner creativo ideale.

Puntiamo a essere la creative agency di riferimento, riconosciuta per la sua capacità di anticipare e **rispondere in modo rapido ed efficace ai mutamenti del mercato.**



Sostenibilità

Un valore cardine che applichiamo non solo all'ambiente ma anche all'aspetto umano e lavorativo.

La nostra sede è realizzata per favorire **collaborazione e crescita professionale.**

Un ambiente di lavoro sostenibile, unconventional e inclusivo che **stimola la creatività.**

Questi spazi costruiscono un ambiente positivo che influenza **la vita lavorativa e personale di tutti.**

2.1 LA NOSTRA

identità

L'agenzia offre una gamma completa di servizi che spaziano dall'ideazione alla produzione e diffusione di contenuti, in quattro principali ambiti di azioni: *Branding e comunicazione, Visual production, Marketing digitale, Promozione ed eventi.*

Branding & Comunicazione.

Sviluppiamo strategie di comunicazione che parlano direttamente al cuore del tuo pubblico. Dal primo concetto alla narrazione finale, offriamo un servizio completo che comprende.

1

1. *Sviluppo di strategia di marca*
2. *Brand identity*
3. *Copywriting*
4. *Graphic design*
5. *Out of Home (OOH)*

Visual Production.

Diamo vita alle tue idee con produzioni visive che catturano l'attenzione e scatenano emozioni. Gestiamo l'intero flusso di lavoro, dall'ideazione alla post-produzione.

2

1. *Video & spot production*
2. *Shooting fotografici*
3. *Motion graphic, VFX, 3D*

2.1 LA NOSTRA

identità

L'agenzia offre una gamma completa di servizi che spaziano dall'ideazione alla produzione e diffusione di contenuti, in quattro principali ambiti di azioni: *Branding e comunicazione, Visual production, Marketing digitale, Promozione ed eventi.*

Marketing digitale.

Dalla creazione del sito web alla gestione dei canali social, ci occupiamo di tutto per garantirti la miglior presenza online in grado di farti raggiungere gli obiettivi desiderati.

1. Social media
2. Influencer marketing
3. Web development
4. Google ADS e social ADS

Promozione ed eventi.

Dall'ideazione alla realizzazione, creiamo eventi e campagne promozionali che generano coinvolgimento. Una gestione completa per assicurarti che ogni evento sia un successo.

1. *Organizzazione eventi e live storytelling*
2. *Sponsorizzazioni*

2.2 CATENA DI VALORI E RELAZIONI

commerciali

INFORMATIVE GRI: 2-6

Simpol. the reactive agency adotta un approccio sostenibile e integrato nella gestione della propria catena del valore, **prediligendo fornitori locali e nazionali per le diverse fasi operative.**

L'azienda favorisce partner creativi, tecnici, videomaker, location e allestitori presenti sul territorio, promuovendo lo sviluppo economico locale e riducendo l'impatto ambientale legato alla logistica e al trasporto.

L'approvvigionamento di beni e servizi è orientato verso **fornitori locali e nazionali**, con una prevalenza di collaborazioni in città strategiche come Torino, Milano e altre realtà italiane.

L'impresa si assicura che **i partner condividano i medesimi valori** di sostenibilità, trasparenza e rispetto per l'ambiente.

Questo approccio rappresenta un elemento distintivo per Simpol. the reactive agency, che promuove pratiche responsabili lungo l'intera catena del valore, **garantendo al contempo affidabilità e sostenibilità nelle attività produttive.**



commerciali

INFORMATIVE GRI: 2-6

I principali output generati includono:

- **Strategie di comunicazione.**
Sviluppo di strategie omnicanale basate su insight e trend di mercato.
- **Contenuti creativi.**
Produzione di video e foto, campagne social, creazione di spot pubblicitari, contenuti corporate e commerciali.
- **Gestione social media.**
Ideazione e realizzazione di piani editoriali per piattaforme digitali.
- **Attivazioni con influencer.**
Collaborazioni strategiche con creator per amplificare il messaggio del brand.
- **Eventi e live storytelling.**
Organizzazione di eventi, storytelling dal vivo, campagne digitali, materiali pubblicitari e strategie di branding.

L'operatività di Simpol. the reactive agency abbraccia un'ampia gamma di settori tra cui automotive, industria, sanità, fashion, turismo e intrattenimento, food & beverage, arredamento, cultura e fiere, adattando ogni strategia alle esigenze specifiche del cliente.

2.3 PREMI E RICONOSCIMENTI

XXIX Mediastars

Nel 2025 Simpol. the reactive agency ha ricevuto importanti riconoscimenti su progetti conclusi nel 2024, alla XXIX edizione di **MEDIASTARS – Premio Tecnico della Pubblicità Italiana**, uno dei premi indipendenti più rilevanti in Italia dedicati all'eccellenza creativa e tecnica nel mondo della comunicazione.

Mediastars è un'iniziativa unica nel panorama nazionale perché premia non solo le migliori campagne, ma anche i professionisti che le rendono possibili: tecnici, creativi, registi, art director, copywriter, post-produttori.

Un vero tributo al lavoro di squadra.

Durante la cerimonia di premiazione, tenutasi il 6 giugno a Milano, Simpol. the reactive agency è salita più volte sul palco: **7 progetti premiati, 18 riconoscimenti totali**, tra cui:

- **5 Premi di categoria (Stella)**, assegnati alle migliori campagne nelle rispettive categorie
- **9 Special Star**, riconoscimenti personali per eccellenze tecniche e creative
- **4 shortlist**

Un risultato che certifica la solidità del **metodo reactive**: trasformare ogni sfida in un'opportunità comunicativa concreta, grazie a team interdisciplinari e strategie su misura.

Progetto	Sezione	Riconoscimenti
<u>Spot Ligier Gamma 2025</u>	Tecnica audiovisiva	 I° Premio Stella - Virtual Production  Special Star – Direzione Creativa a Simone Arena
<u>LOVE MI Ligier</u>	Promotions	 I° Premio Stella - Touch Point Mix  Special Star – Art Direction a Simone Arena e Martina Cavaglià
<u>Ligier Love MYLife</u>	Social media	 I° Premio Stella - Corporate Content  II° Premio Stella - Social Media  Special Star – Direzione Creativa a Simone Arena
<u>Zoom Torino</u>	Social media	 I° Premio Stella - Restyling Digitale  Special Star – Art Direction a Fabio Colace
<u>Amilcare Merlo</u> <u>Il coraggio di osare</u>	Tecnica audiovisiva	 Special Star – Direzione Creativa a Simone Arena e Rebecca Gai  Special Star – Regia a Matteo Galfrè
<u>Merlo - 60 anni di storia</u>	Tecnica audiovisiva	 Special Star – Direzione Creativa a Simone Arena e Rebecca Gai  Special Star – Speakeraggio a Rebecca Gai
<u>Kappa x FuturFestival 2024</u>	Tecnica audiovisiva	 Special Star – Art Direction a Francesco Buonaiuto

2.3 PREMI E RICONOSCIMENTI

XXIX Mediastars

Questi riconoscimenti non rappresentano solo un importante traguardo, ma la conferma concreta dell'efficacia di un approccio operativo che fonde creatività, strategia e capacità di risposta immediata. **Il metodo reactive si dimostra capace di generare impatti tangibili nel panorama della comunicazione**, valorizzando l'expertise dei team e l'unicità di ogni progetto.

Simpol. the reactive agency consolida così la propria posizione come agenzia indipendente di riferimento, capace di coniugare visione e qualità esecutiva in un contesto altamente competitivo.



3. **Approccio alla sostenibilità**

3.1 ANALISI DI MATERIALITÀ:

significato e valore

L'analisi di materialità è un processo fondamentale all'interno della rendicontazione di sostenibilità, **volto a identificare e prioritizzare i temi rilevanti** per l'azienda e i suoi stakeholder.

Tale processo permette di **individuare le aree di maggiore impatto economico, sociale e ambientale**, garantendo che le strategie e gli investimenti aziendali siano indirizzati in modo efficace verso la gestione dei rischi e delle opportunità legate alla sostenibilità.

Secondo gli standard GRI, la materialità rappresenta un **principio chiave per la definizione dei contenuti di un bilancio di sostenibilità**.

L'identificazione dei temi materiali consente a Simpol. the reactive agency di:

- *Concentrare gli sforzi sulle aree più rilevanti per la sostenibilità;*
- *Comunicare in modo trasparente le performance aziendali;*
- *Rispondere in maniera strutturata alle aspettative degli stakeholder.*

3.2 METODOLOGIA E RISULTATI ANALISI DI

materialità

INFORMATIVE GRI: 3-1, 3-2

L'analisi di materialità di Simpol. the reactive agency è stata realizzata seguendo un processo strutturato, finalizzato a garantire la rappresentatività delle istanze degli stakeholder e la rilevanza dei temi rispetto agli impatti generati dall'azienda.

La metodologia si è articolata in **quattro fasi principali in coerenza con quanto previsto dagli standard GRI.**



IDENTIFICAZIONE PRELIMINARE DEI TEMI RILEVANTI



L'identificazione preliminare dei temi materiali è stata condotta attraverso un'analisi strutturata dei **principali trend di settore**, realizzando studi benchmark di aziende del settore, approfondendo normative di riferimento e studiando best practices internazionali.

La prima fase dell'analisi si è concentrata sullo studio del **contesto di mercato di Simpol. the reactive agency** nel settore della comunicazione e della produzione di contenuti digitali.

Dall'analisi è emersa una significativa carenza di rendicontazione sostenibile nelle aziende del settore, con una scarsa attenzione alle pratiche di sostenibilità strutturate e all'adozione di standard internazionali riconosciuti. In particolare, è stato riscontrato un approccio frammentato alle tematiche sociali e una limitata attenzione agli impatti ambientali.

Questa situazione rappresenta per Simpol. the reactive agency un'importante opportunità strategica per distinguersi nel mercato, adottando un bilancio di sostenibilità conforme agli standard internazionali e basato su una gestione strutturata e misurabile degli impatti ESG.

Dopo aver analizzato le aziende del settore e individuato una prima serie di temi ricorrenti nei bilanci di sostenibilità, si è provveduto a integrare tali evidenze con l'individuazione dei temi suggeriti dai **principali framework a livello internazionale**¹, mantenendo come riferimento il settore di appartenenza.

Tale analisi ha permesso di identificare una serie di temi potenzialmente rilevanti nel settore in cui opera Simpol. the reactive agency: quest'ultimi sono stati poi analizzati e confrontati con il management, per comprendere l'effettiva rilevanza nell'organizzazione.

1 | L'integrazione dei framework internazionali come SASB (Sustainability Accounting Standards Board), MSCI (Morgan Stanley Capital International), S&P Global e Sustainalytics ha permesso di identificare i temi materiali rilevanti per il settore di riferimento. Questi standard rappresentano i principali strumenti di misurazione e valutazione della sostenibilità aziendale a livello globale, ponendo l'accento su rischi e opportunità legati ai fattori ESG (Environmental, Social, Governance). In particolare, SASB fornisce un'analisi dettagliata dei rischi finanziari associati alla sostenibilità, MSCI valuta la resilienza aziendale rispetto ai cambiamenti climatici e sociali, S&P Global analizza l'efficacia delle politiche di gestione energetica e sociale, mentre Sustainalytics esamina i rischi operativi e reputazionali legati alle pratiche non sostenibili. L'adozione di questi standard ha garantito un approccio metodologico rigoroso, allineato alle best practices internazionali e capace di supportare Simpol. the reactive agency nell'individuazione di priorità strategiche in ambito ESG.

IDENTIFICAZIONE PRELIMINARE DEI TEMI RILEVANTI

1

Analisi dei principali framework internazionali e considerazioni emerse



Per il settore media e pubblicità, SASB individua come temi materiali **il coinvolgimento dei dipendenti, la privacy dei dati e l'inclusione sociale**.

L'ambiente risulta marginale, mentre il focus è centrato sulle condizioni di lavoro e sull'integrità delle pratiche aziendali.



L'analisi evidenzia **la gestione delle emissioni, l'uso sostenibile delle risorse idriche e lo sviluppo del capitale umano** come aree di attenzione. MSCI amplia l'approccio rispetto a SASB, includendo anche elementi di gestione ambientale.



Per il settore media e comunicazione, i fattori sociali come la tutela della **privacy, le pratiche di lavoro e le condizioni di lavoro** risultano prioritari rispetto ai temi ambientali, che rimangono secondari.



L'attenzione è focalizzata sulla **governance etica e sul dialogo con gli stakeholder**, evidenziando l'importanza del capitale umano e delle condizioni di lavoro. Anche in questo caso, i temi ambientali non risultano prioritari.

IDENTIFICAZIONE PRELIMINARE DEI TEMI RILEVANTI

1

Temi materiali identificati suddivisi per componenti ESG

Questo processo ha permesso di costruire una lista di nove temi potenzialmente materiali, suddivisi nelle tre macro-aree ESG: Ambientale con due temi, Sociale con cinque temi e di Governance con ulteriori due tematiche.

Ambientale (E)	Gestione dell'energia		
	Emissioni in atmosfera		

IDENTIFICAZIONE PRELIMINARE DEI TEMI RILEVANTI



Temi materiali identificati suddivisi per componenti ESG

Sociale (E)	Salute e sicurezza dei dipendenti		
	Coinvolgimento dei dipendenti		
	Diversità e inclusione		
	Sviluppo delle risorse umane		
	Impegno per la comunità		

IDENTIFICAZIONE PRELIMINARE DEI TEMI RILEVANTI

1

**Temi materiali identificati suddivisi
per componenti ESG**

Governance (G)	Sostenibilità economica		
	Etica e condotta aziendale		

COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

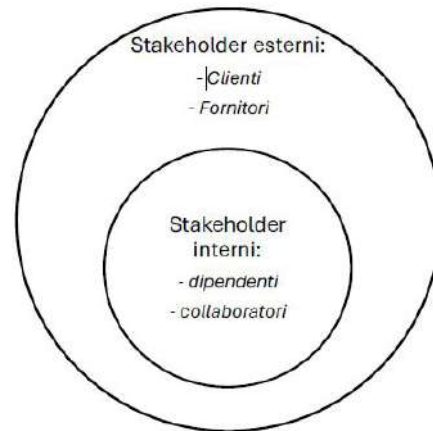
2

Per la raccolta delle informazioni è stato sviluppato un **questionario in formato digitale**, finalizzato a comprendere **quali tematiche di sostenibilità risultassero prioritarie** secondo i diversi stakeholder di Simpol. the reactive agency.

La metodologia di coinvolgimento è stata progettata per garantire una rappresentatività efficace di tutte le categorie di interlocutori, permettendo di raccogliere dati significativi e attendibili. Il questionario è stato somministrato a un campione accuratamente selezionato, composto da diverse categorie di stakeholder nello specifico **clienti, fornitori, collaboratori e dipendenti**, in modo da ottenere una visione equilibrata e completa delle percezioni e delle aspettative in merito alle principali tematiche di sostenibilità.

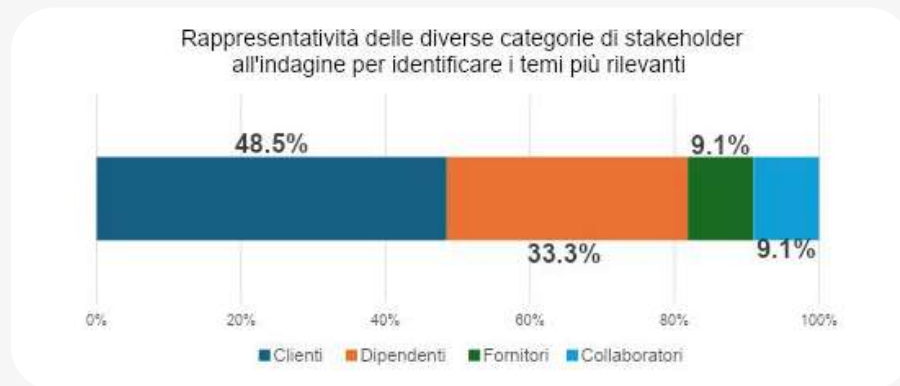
In termini percentuali, **i clienti** hanno rappresentato circa il **48%** del campione totale, seguiti dai **dipendenti** che hanno costituito circa il **33%** del totale delle risposte. A seguire, i **fornitori** e i **collaboratori** hanno contribuito ciascuno per il **9%** del campione complessivo.

Questo approccio ha garantito una raccolta dati bilanciata, riflettendo sia le esigenze interne all'azienda sia quelle espresse dagli interlocutori esterni.



COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

2



Il questionario ha permesso di esplorare in modo dettagliato **le percezioni degli stakeholder rispetto alle tre aree principali di interesse in ambito ESG** (Environmental, Social, Governance). Ogni categoria ha avuto l'opportunità di esprimere il proprio punto di vista sui temi considerati rilevanti, contribuendo a delineare un quadro chiaro e completo delle priorità percepite.

Questo processo di consultazione ha inoltre favorito un dialogo aperto e trasparente, valorizzando il contributo degli stakeholder nel processo decisionale di Simpol. the reactive agency

VALUTAZIONE SULLA RILEVANZA DEI TEMI

3

Dopo la fase di raccolta dei dati attraverso il questionario somministrato agli stakeholder, Simpol. the reactive agency ha avviato un **processo di valutazione strutturata dei temi emersi**, con l'obiettivo di identificare le aree di maggiore rilevanza strategica e operativa.

Il processo di valutazione è stato sviluppato seguendo i principi delle linee guida GRI, con un'analisi approfondita che ha considerato due dimensioni principali:

- **Rilevanza interna**, che misura l'*impatto dei temi sulla strategia aziendale*, sull'operatività e sulla capacità di generare valore economico nel lungo periodo.
- **Rilevanza esterna**, che valuta l'*importanza dei temi secondo la percezione degli stakeholder*, tenendo conto delle aspettative espresse durante il processo di consultazione.

I temi emersi sono stati classificati attraverso un sistema di misurazione che ne ha determinato il grado di impatto e di priorità. La scala di valutazione ha permesso di attribuire un punteggio a ciascun tema, identificando quelli considerati “ad alta priorità”, “a media priorità” e “a bassa priorità”.

Dall'analisi condotta, è emerso che i temi legati al capitale umano, come il **Coinvolgimento dei dipendenti**, la **Salute e sicurezza dei lavoratori** e la **Diversità e inclusione**, sono risultati altamente rilevanti sia internamente che esternamente. Tali tematiche riflettono l'importanza di garantire un ambiente di lavoro sicuro, inclusivo e orientato al benessere dei collaboratori.

A livello esterno, l'**Etica e la condotta aziendale hanno registrato un elevato grado di attenzione da parte degli stakeholder**, evidenziando la crescente richiesta di trasparenza e di integrità nelle pratiche di business. Le tematiche ambientali, pur essendo riconosciute come importanti, sono risultate meno prioritarie rispetto a quelle sociali e di governance, riflettendo una sensibilità ancora in fase di sviluppo nel settore della comunicazione e del marketing digitale.

Questa valutazione ha permesso di mappare i temi materiali di Simpol. the reactive agency in modo chiaro e strutturato, evidenziando le aree di intervento strategico su cui concentrare le risorse e le politiche aziendali in ottica di sostenibilità e di crescita a lungo termine.

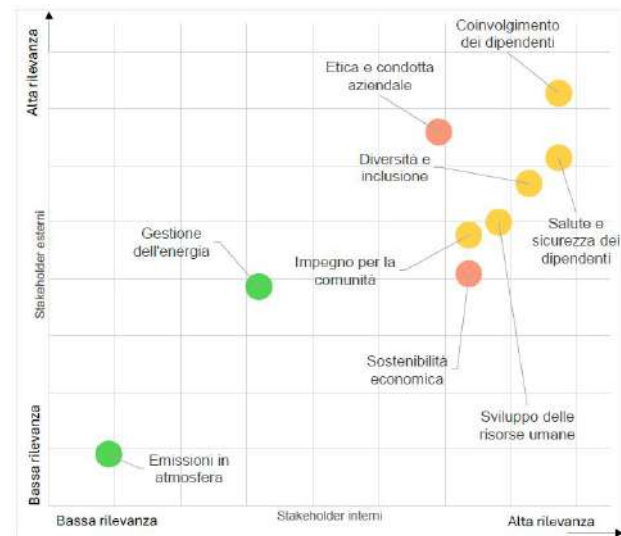
COSTRUZIONE DELLA MATRICE DI MATERIALITÀ A IMPATTO

4

INFORMATIVE GRI: 3-3

A seguito della valutazione dei temi, è stata costruita la **Matrice di Materialità**, uno strumento visivo che permette di rappresentare i temi materiali in base alla loro rilevanza per Simpol. the reactive agency e per i suoi stakeholder. I temi sono stati posizionati lungo due assi principali: l'impatto percepito dagli stakeholder e l'importanza strategica per l'azienda.

La matrice ha permesso di identificare con chiarezza le priorità strategiche su cui Simpol. the reactive agency concentrerà i propri sforzi in ambito ESG, garantendo un allineamento efficace tra le esigenze degli stakeholder e gli obiettivi di sostenibilità dell'organizzazione.



COSTRUZIONE DELLA MATRICE DI MATERIALITÀ A IMPATTO



Temi materiali e impatti potenziali

Componente ESG	Tema materiale	Impatto positivo potenziale	Impatto negativo potenziale	Ampiezza degli impatti
Ambientale	<i>Gestione dell'energia</i>	Miglior uso delle risorse, efficienza operativa, riduzione dei costi e degli impatti ambientali.	Sprechi energetici, inefficienze gestionali, mancanza di approvvigionamento da fonti rinnovabili.	
	<i>Emissioni in atmosfera</i>	Monitoraggio e contenimento delle emissioni indirette (Scope 2), supporto alla transizione low-carbon.	Contributo alle emissioni climalteranti, immagine negativa se non gestite adeguatamente.	

Componente ESG	Tema materiale	Impatto positivo potenziale	Impatto negativo potenziale	Ampiezza degli impatti
Sociale	<i>Salute e sicurezza dei dipendenti</i>	Ambiente di lavoro sano e sicuro, maggiore benessere organizzativo, riduzione del turnover e degli infortuni.	Malessere psico-fisico, assenteismo, incidenti o rischi legati all'ambiente di lavoro.	
	<i>Coinvolgimento dei dipendenti</i>	Clima organizzativo positivo, partecipazione attiva, maggiore produttività, cultura condivisa.	Demotivazione, alienazione, conflitti interni in caso di scarsa trasparenza o coinvolgimento.	
	<i>Diversità e inclusione</i>	Valorizzazione di talenti eterogenei, innovazione culturale, reputazione etica dell'impresa.	Discriminazioni implicite o disuguaglianze, carenza di rappresentanza.	
	<i>Sviluppo delle risorse umane</i>	Crescita professionale, maggiore retention, attrattività di Simpol. the reactive agency come datore di lavoro.	Skill mismatch, stagnazione delle competenze, minore competitività.	
	<i>Impegno per la comunità</i>	Rafforzamento del legame con il territorio, riconoscibilità sociale, generazione di impatto positivo.	Interventi occasionali o percepiti come marketing, disallineamento con i bisogni reali.	

Componente ESG	Tema materiale	Impatto positivo potenziale	Impatto negativo potenziale	Ampiezza degli impatti
Governance	<i>Sostenibilità economica</i>	Crescita stabile e resiliente, redistribuzione di valore agli stakeholder, investimenti responsabili.	Fragilità del modello di business, concentrazione del valore trattenuto.	● ●
	<i>Etica e condotta aziendale</i>	Fiducia e legittimazione da parte degli stakeholder, cultura aziendale coerente, prevenzione dei rischi reputazionali e legali.	Conflitti di interesse, mancanza di allineamento tra valori dichiarati e pratiche concrete.	● ●

LEGENDA AMPIEZZA DEGLI IMPATTI

●	Basso	Collegato ad aspetti gestionali specifici, con impatto limitato sulle priorità strategiche
● ●	Medio	Influenza le performance operative e relazionali, con impatto moderato sulla strategia
● ● ●	Alto	Rilevante per la strategia aziendale e determinante per la creazione di valore nel lungo periodo

4. Governance e performance economiche

4. GOVERNANCE E PERFORMANCE ECONOMICHE

highlights

+243%

crescita
del fatturato tra
il 2020 e il 2024



+76,9%

del valore economico
generato viene distribuito
tra gli stakeholder



**Codice
etico**

creato in collaborazione
con tutto il team



**9 principi
guida**

inseriti nel codice etico con
driver dell'agire quotidiano
di Simpol. the reactive
agency



4.1 ETICA E CONDOTTA AZIENDALE

INFORMATIVE GRI: 2-9, 2-10, 2-11, 2-12, 2-13, 2-14,
2-15, 2-16, 2-17, 2-23, 2-24, 201-1



Obiettivi agenda
2030 di riferimento

Simpol. the reactive agency adotta un modello di governance snello e trasparente, coerente con le proprie dimensioni e i valori fondativi dell'impresa. La società è una S.r.l., costituita il 23 maggio 2018, con sede legale in **Via Tetti Valfrè 1, 10043 Orbassano (TO)**. L'assetto societario è strutturato su una governance semplificata, che riflette il forte legame tra leadership, visione imprenditoriale e direzione operativa.

La gestione dell'impresa è affidata a un Consiglio di Amministrazione, composto da due membri: **Simone Arena**, in qualità di Presidente del **Consiglio di Amministrazione**, e **Pasquale Arena**, in qualità di **Consigliere**. Il Presidente detiene i poteri per l'ordinaria e la straordinaria amministrazione. Questa configurazione garantisce continuità, flessibilità decisionale e presidio diretto delle attività aziendali.

La definizione delle strategie, la gestione degli impatti economici, ambientali e sociali e il presidio dei valori aziendali sono affidati all'organo amministrativo. Questo si avvale del supporto operativo delle principali funzioni aziendali e definisce le priorità anche in materia di sostenibilità e responsabilità sociale, **promuovendo un approccio etico e consapevole all'innovazione e alla comunicazione.**

A guidare l'azione aziendale è il **Codice Etico**, che formalizza i principi di legalità, integrità, correttezza, inclusione e rispetto che orientano l'agire dell'impresa. Il documento, approvato dalla direzione, stabilisce norme di comportamento valide per tutti i soggetti che operano per Simpol. the reactive agency, sia all'interno che all'esterno. Il Codice regola, inoltre, la prevenzione dei **conflitti di interesse** – richiedendo una segnalazione preventiva e la valutazione di eventuali misure correttive.

Sebbene non siano attivi comitati indipendenti o organismi di controllo autonomi, la gestione della conformità e la vigilanza sull'applicazione delle regole etiche sono affidate direttamente all'amministrazione, che assicura il monitoraggio e l'aggiornamento del Codice.

4.1 ETICA E CONDOTTA AZIENDALE

In un contesto organizzativo di piccole dimensioni, caratterizzato da relazioni dirette e informali, le eventuali segnalazioni di condotte non etiche o irregolari vengono gestite in modo confidenziale e tempestivo. La società si riserva comunque di formalizzare in futuro strumenti strutturati di whistleblowing in linea con l'evoluzione normativa.

L'impegno verso la **sostenibilità e la governance responsabile** è sostenuto da una cultura organizzativa incentrata sull'apprendimento continuo.

L'organo amministrativo promuove la formazione interna, l'aggiornamento sui temi ESG e il confronto con professionisti del settore, riconoscendo nella competenza su queste tematiche un presupposto essenziale per **guidare la crescita dell'agenzia in modo etico e resiliente.**



4.2 IL CODICE ETICO

documento condiviso

Il **Codice Etico di Simpol. the reactive agency** non è un documento calato dall'alto, ma il frutto di un **processo partecipativo e innovativo** che **ha coinvolto direttamente il personale dell'agenzia**. La sua elaborazione è avvenuta tramite un **workshop interno**, in cui dipendenti e collaboratori sono stati chiamati a confrontarsi sui valori che dovrebbero guidare l'impresa nelle sue scelte quotidiane, nei rapporti interni e nella relazione con clienti, fornitori e stakeholder.

Questo approccio rappresenta un elemento distintivo e innovativo, soprattutto in un contesto aziendale di piccole dimensioni: anziché adottare un codice standardizzato o redatto esclusivamente a livello direttivo, Simpol. the reactive agency ha scelto di costruire **un sistema di principi etici partecipato**, che riflettesse l'identità autentica dell'impresa e le aspettative delle persone che ne fanno parte.

Il workshop ha generato un confronto aperto e costruttivo, durante il quale sono emersi valori condivisi, esperienze quotidiane, criticità percepite e buone pratiche da valorizzare. Il risultato è un Codice che **non solo descrive regole di comportamento**, ma che incarna lo spirito dell'agenzia e rafforza il senso di appartenenza di chi vi lavora. Un documento “vivo”, che si evolve con l'azienda e funge da bussola etica per tutte le attività.

I principi elaborati e formalizzati all'interno del Codice Etico di Simpol. the reactive agency sono stati pensati per ispirare ogni azione e decisione aziendale.

Questi principi rappresentano criteri operativi che guidano i comportamenti, le decisioni strategiche e la cultura aziendale di Simpol. the reactive agency, e che vengono promossi attivamente attraverso momenti di confronto, formazione e aggiornamento.

4.1 ETICA E CONDOTTA AZIENDALE

Principio	Descrizione sintetica
Reattività	La capacità di rispondere in modo rapido, efficace e strategico ai cambiamenti e alle sfide del mercato. Significa non subire il contesto, ma adattarsi con flessibilità, trasformando le criticità in opportunità e mantenendo una mentalità dinamica. Ogni progetto nasce da un processo ciclico di brainstorming, sperimentazione e riflessione.
Innovazione	L'atteggiamento costante di ricerca e sperimentazione che guida ogni attività. Non si tratta solo di adottare nuove tecnologie, ma di integrare creatività, contaminazioni disciplinari e pensiero critico per proporre soluzioni originali e ad alto impatto, capaci di anticipare le esigenze del mercato e dei clienti.
Trasparenza	Agire con chiarezza, onestà e coerenza, mantenendo un dialogo aperto con tutti gli stakeholder. Ogni informazione – <i>interna o esterna</i> – deve essere comunicata in modo comprensibile, veritiero e completo, evitando ambiguità o omissioni. La trasparenza rafforza la fiducia, previene conflitti e garantisce responsabilità.
Credibilità	Essere coerenti tra ciò che si promette e ciò che si realizza. Per Simpol. the reactive agency, la credibilità è un valore costruito nel tempo attraverso affidabilità, qualità del lavoro, integrità e coerenza etica. Significa diventare un punto di riferimento stabile per clienti, colleghi e partner.

Principio	Descrizione sintetica
Diversità e inclusione	Valorizzare le differenze come risorsa creativa e arricchente. Simpol. the reactive agency si impegna a garantire pari opportunità a prescindere da genere, orientamento, etnia, età o disabilità, creando un ambiente di lavoro equo e rispettoso. Anche il linguaggio e i contenuti prodotti sono pensati per riflettere inclusività e rappresentatività.
Affidabilità	Mantenere gli impegni con precisione, serietà e puntualità. Essere affidabili significa rispettare le scadenze, comunicare in modo responsabile eventuali criticità e lavorare con metodo, assicurando stabilità e continuità nei progetti. La fiducia dei clienti e dei colleghi si costruisce sulla costanza e la coerenza.
Ascolto	Ascoltare attivamente significa non solo recepire le informazioni, ma capirne il contesto, porre domande e restituire attenzione reale a bisogni, aspettative e idee. L'ascolto è la base della comprensione e dell'efficacia comunicativa, sia nei confronti dei clienti che all'interno del team.
Collaborazione	Lavorare in gruppo non è solo una scelta organizzativa, ma un valore culturale. La collaborazione in Simpol. the reactive agency è vista come scambio continuo di competenze, idee e responsabilità. Ogni progetto nasce da un'interazione costruttiva tra le persone, alimentata da fiducia, rispetto reciproco e spirito di squadra.
Sostenibilità e responsabilità sociale	Integrare la responsabilità ambientale e sociale nella cultura aziendale. Simpol. the reactive agency adotta pratiche digitali a basso impatto, sceglie partner allineati ai propri valori e promuove progetti a beneficio della comunità. La sostenibilità è vista come leva strategica per generare valore nel lungo periodo, non solo come obbligo morale.

4.2.1 APPROCCIO ALLA PARTECIPAZIONE DEGLI

stakeholder

INFORMATIVE GRI: 2-29

Simpol. the reactive agency adotta un **approccio sistematico e partecipativo** nella relazione con i propri stakeholder, coerente con i principi espressi nel Codice Etico e nella strategia di sostenibilità aziendale. Il coinvolgimento delle parti interessate non è concepito come un'attività accessoria, ma **come uno strumento fondamentale di ascolto**, co-creazione e generazione di valore condiviso.

La mappatura degli stakeholder è effettuata sulla base di criteri di rilevanza strategica e impatto reciproco. A ciascuna categoria di portatori di interesse corrisponde una modalità di relazione differenziata, aggiornata nel tempo secondo l'evoluzione delle attività aziendali.

Categoria di stakeholder	Modalità di coinvolgimento	Finalità/Temi trattati	Esempi significativi
Dipendenti e collaboratori	<i>Workshop interni, riunioni, feedback, formazione continua</i>	Benessere organizzativo, etica, sviluppo professionale	Co-creazione del Codice Etico (2025), incontri di team

Categoria di stakeholder	Modalità di coinvolgimento	Finalità/Temi trattati	Esempi significativi
Clienti	<i>Co-progettazione, briefing, follow-up di progetto, comunicati stampa</i>	Creatività, performance, trasparenza	Campagne personalizzate e review strategiche
Fornitori e partner	<i>Selezione basata su criteri valoriali, collaborazioni attive, comunicati stampa</i>	Qualità, sostenibilità, fiducia reciproca	Progetti con fondazioni, selezione etica dei fornitori
Comunità	<i>Progetti sociali, eventi aperti, donazioni indirette</i>	Impatto sociale, salute, sensibilizzazione	Programma "Io Smpl."
Pubblica amministrazione	<i>Adempimenti fiscali, comunicazioni trasparenti</i>	Legalità, trasparenza, fiscalità	Conformità normativa e dichiarazioni puntuali
Stakeholder ambientali e sociali esterni	<i>Bilancio di sostenibilità, comunicazione pubblica</i>	Impegno ESG, impatti indiretti, obiettivi futuri	Rendicontazione GRI, trasparenza sui consumi energetici

APPROCCIO ALLA PARTECIPAZIONE DEGLI STAKEHOLDER



L'elemento distintivo dell'approccio adottato è l'**integrazione dell'ascolto attivo nei processi di governance e nella cultura aziendale**, come dimostrato dal laboratorio partecipativo per la definizione del Codice Etico. Tale esperienza ha permesso ai lavoratori di essere parte attiva nel definire valori e principi guida, **rafforzando il senso di appartenenza e responsabilità collettiva**.

Oltre al coinvolgimento operativo, Simpol. the reactive agency promuove un'interazione **valoriale** con stakeholder esterni, scegliendo partner e progetti in linea con i propri impegni etici e ambientali. L'impegno nelle campagne proposte da **"io Simpl."** ha consentito di attivare una rete di soggetti locali (fondazioni, enti sanitari, cittadini) su tematiche rilevanti di prevenzione, salute pubblica e cittadinanza attiva.

A conferma del valore attribuito alla **trasparenza e alla comunicazione verso l'esterno**, Simpol. the reactive agency monitora con attenzione la propria presenza mediatica e l'impatto delle attività divulgative.

Nel corso del 2024, i contenuti promossi dall'agenzia sono stati oggetto di **11 articoli** comunicati stampa, pubblicati su diverse testate giornalistiche e specializzate.

Tali contributi sono stati successivamente rilanciati con un totale di **84 pubblicazioni con un range di diffusione per ogni singolo comunicato di 5-11 testate**, a testimonianza dell'interesse suscitato e della capacità dell'impresa di generare risonanza nel sistema informativo di riferimento.

Questo risultato rafforza la strategia di accountability e posizionamento reputazionale, ponendo Simpol. the reactive agency come un attore riconosciuto nel panorama creativo e della comunicazione d'impresa.

In un'ottica di miglioramento continuo, Simpol. the reactive agency intende ampliare le modalità di ascolto, integrando strumenti digitali per la raccolta di feedback, momenti di consultazione tematica con stakeholder chiave e report periodici sui risultati di engagement.

4.3 SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

INFORMATIVE GRI: 201-1



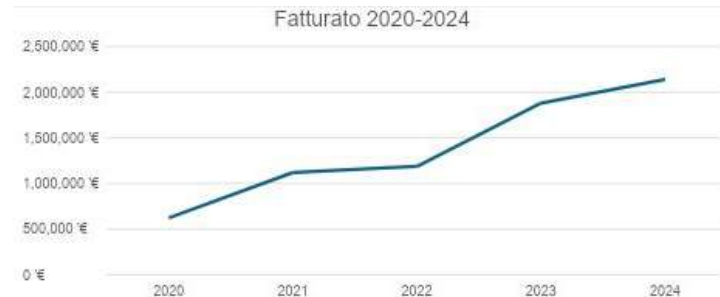
Obiettivi agenda
2030 di riferimento

Nel quinquennio 2020–2024 Simpol. the reactive agency ha registrato un'evoluzione economica costante e progressiva, passando da un fatturato di **€623.513 nel 2020** a oltre **€2,1 milioni nel 2024**. Questo incremento, pari a **+243% in cinque anni**, evidenzia una traiettoria di crescita solida, frutto di una strategia imprenditoriale basata su competenze creative, capacità di adattamento e posizionamento distintivo nel mercato della comunicazione.

Dopo una prima fase di espansione molto marcata tra il 2020 e il 2021, l'azienda ha saputo consolidare le proprie basi, mantenendo un ritmo di crescita sostenibile anche negli anni successivi, **con una forte accelerazione tra il 2022 e il 2023**.

Questo trend conferma la maturazione del modello di business e l'efficacia delle scelte strategiche adottate, nonostante un contesto macroeconomico variabile e talvolta incerto.

L'evoluzione positiva del fatturato rappresenta un indicatore chiave della **sostenibilità economica di Simpol. the reactive agency**, in quanto esprime la capacità dell'organizzazione di generare risorse in maniera continuativa, reinvestirle nel sistema aziendale e garantire una distribuzione equa del valore tra gli stakeholder.



4.3 SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

INFORMATIVE GRI: 201-1



Obiettivi agenda
2030 di riferimento

A partire da questi presupposti si inserisce l'analisi del valore economico generato e distribuito, utile per comprendere come **la crescita aziendale si traduca in ricadute concrete sul territorio**, sulle persone e sull'ecosistema di relazioni con cui l'impresa opera.

La sostenibilità economica rappresenta per Simpol. the reactive agency il presupposto essenziale per la generazione di valore stabile, duraturo e condiviso con i propri stakeholder. In linea con una visione imprenditoriale orientata alla resilienza e all'innovazione, l'impresa ha consolidato nel biennio **2023-2024 la propria capacità di produrre risultati economici positivi**, mantenendo un'elevata attenzione all'equilibrio nella distribuzione delle risorse e alla solidità strutturale del proprio modello operativo.

La rendicontazione del valore economico generato e distribuito ai diversi stakeholder consente di comprendere con chiarezza come Simpol. the reactive agency contribuisca alla creazione di ricchezza non solo per sé, ma anche per i propri dipendenti, fornitori, enti pubblici e altri attori economici.

Come già introdotto nel 2024, l'impresa ha generato ricavi per **€2.139.314**, registrando una crescita del **+13,5%** rispetto al 2023, quando i ricavi ammontavano a **€1.884.679**. Questo incremento è frutto sia dell'espansione dell'attività commerciale, sia della capacità di fidelizzare clienti e partner nel medio periodo, rafforzando le fondamenta del posizionamento competitivo.

Il **valore economico distribuito**, ossia la quota effettivamente re-distribuita agli stakeholder sotto forma di costi operativi, retribuzioni, imposte e oneri finanziari, è salito da **€1.507.467** nel 2023 a **€1.645.874** nel 2024. La quota distribuita rappresenta **il 76,9% del valore generato**, con un impatto rilevante sul tessuto economico territoriale e sulle filiere attivate dall'attività aziendale.

4.3 SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

INFORMATIVE GRI: 201-1



Obiettivi agenda
2030 di riferimento

Il **valore economico trattenuto** – ovvero la quota re-investita nell’impresa – ha registrato un incremento del **+30,8%**, segnale di un aumento della **redditività operativa** e di un margine di autofinanziamento crescente.

Tale margine rappresenta una leva strategica per sostenere il percorso di **sviluppo aziendale, potenziare gli investimenti in tecnologia, capitale umano e sostenibilità ambientale**, oltre che per affrontare con maggiore resilienza eventuali fasi di incertezza economica.

Voce	2023	2024
Valore generato (A)	€ 1.884.679	€ 2.139.314
Valore distribuito (B)	€ 1.507.467	€ 1.645.874
Valore trattenuto (A-B)	€ 377.212	€ 493.440

4.3 SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

INFORMATIVE GRI: 201-1

L'analisi per categoria di stakeholder evidenzia una distribuzione coerente con la struttura operativa di Simpol. the reactive agency:

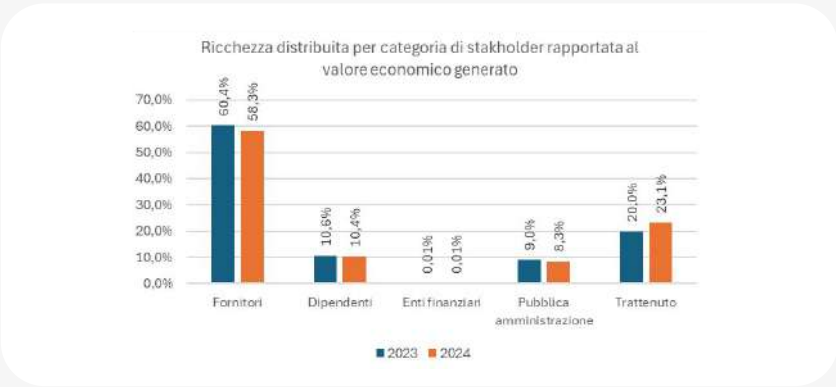
- La quota più ampia (oltre il 58%) è destinata ai **fornitori di beni e servizi**, a testimonianza dell'importanza delle partnership esterne nella filiera produttiva.
- I **dipendenti** rappresentano la seconda voce di distribuzione con oltre il 10% del totale, in linea con l'impegno per il benessere e la valorizzazione del capitale umano.
- La **Pubblica Amministrazione** assorbe circa l'8,3% del valore tramite imposte correnti, riflettendo l'apporto diretto dell'azienda al finanziamento della spesa pubblica.
- Il restante valore è distribuito a istituti finanziari per oneri minimi e, soprattutto, **trattenuto internamente** per investimenti futuri.

Categoria	Euro (€) 2023	% su valore generato 2023	Euro (€) 2024	% su valore generato 2024
Fornitori	€ 1.137.732	60,40%	€ 1.246.387	58,30%
Dipendenti	€ 200.202	10,60%	€ 222.657	10,40%
Pubblica Amministrazione	€ 169.309	9,00%	€ 176.682	8,30%
Enti finanziari	€ 224	0,01%	€ 148	0,01%
Totale distribuito	€ 1.507.467	79,90%	€ 1.645.874	76,90%
Valore trattenuto	€ 377.212	20,00%	€ 493.440	23,10%

4.3 SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

Nonostante non siano rendicontati nella presente informativa gli investimenti diretti nella comunità nel biennio osservato, Simpol. the reactive agency **esprime un impegno verso la responsabilità sociale attraverso progettualità dedicate** – come il programma “Io SmpI.”^[2].

2 | Si veda il capitolo “Impegno per la comunità”



Analizzando ulteriormente i dati si osserva un **miglioramento della produttività economica**: nel 2024, il rapporto tra fatturato e dipendenti ha raggiunto i **€267.414 per addetto** (rispetto ai €269.240 nel 2023), rimanendo sostanzialmente stabile nonostante l'aumento dell'organico da 7 a 8 unità. Questo indicatore conferma l'efficienza operativa e l'equilibrio tra crescita economica e occupazione.

Indicatore	2023	2024
Fatturato	€ 1.884.679	€ 2.139.314
Dipendenti	7	8
Ricavi per dipendente	€ 269.240	€ 267.414

5. Personale e capitale umano

5. PERSONE E CAPITALE UMANO

highlights

**CHOOSE
MYCOMPANY**
CERTIFIED REVIEWS



Learnn



100%

del personale inquadrato
a tempo indeterminato



43%

tasso di assunzione
nel 2024 con l'ingresso
di 3 nuove risorse



87,5%

del personale è under 30



io Smpl.

piattaforma di attivazione
civica e creativa



5.1 COINVOLGIMENTO DEI DIPENDENTI

INFORMATIVE GRI: 2-7, 2-8, 2-21, 2-30



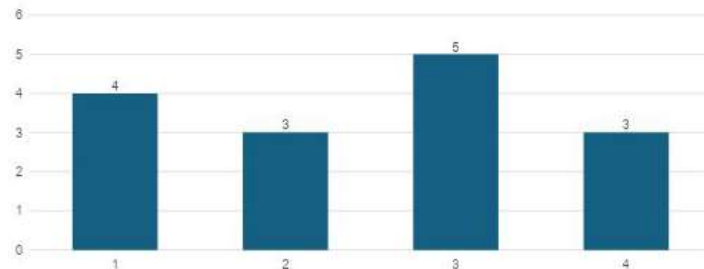
Obiettivi agenda
2030 di riferimento

In Simpol. the reactive agency le **persone** sono al **centro** del **progetto creativo e imprenditoriale**. Il **coinvolgimento attivo dei dipendenti** rappresenta un **elemento strategico** per il successo dell'organizzazione, contribuendo allo sviluppo di soluzioni innovative, alla costruzione di relazioni autentiche e al mantenimento di un ambiente di lavoro dinamico e collaborativo. La struttura organizzativa si basa su un team snello ma altamente integrato, dove la comunicazione orizzontale e la condivisione dei valori aziendali **favoriscono il senso di appartenenza e la partecipazione.**

Nel 2024, la forza lavoro di Simpol. the reactive agency risulta composta da 8 persone, **tutte assunte con contratto a tempo indeterminato e inquadrare secondo il CCNL Grafica-Editoria.**

Nessun dipendente risultava assunto con contratto a tempo determinato o con orario part-time, evidenziando una struttura snella, stabile e completamente internalizzata.

Dal punto di vista della distribuzione di genere, il personale risulta composto da 5 uomini e 3 donne. Gli apprendisti, inclusi nel totale, sono stati 1 per ciascun anno del biennio 2023–2024.



DIPENDENTI SUDDIVISI PER GENERE E TIPOLOGIA DI IMPIEGO

	2023			2024		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<i>tempo indeterminato</i>	4	3	7	5	3	8
<i>- di cui apprendisti</i>	1	0	1	1	0	1
<i>tempo determinato</i>	0	0	0	0	0	0
Totale dipendenti	4	3	7	5	3	8

DIPENDENTI SUDDIVISI PER GENERE E ORARIO DI LAVORO

	2023			2024		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<i>a tempo pieno</i>	4	3	7	5	3	8
<i>a tempo parziale</i>	1	0	0	0	0	0
Totale dipendenti	4	3	7	5	3	8

5.1 COINVOLGIMENTO DEI DIPENDENTI

Simpol. the reactive agency promuove una cultura aziendale fondata su valori condivisi come affidabilità, ascolto, collaborazione, innovazione e trasparenza, come definito nel Codice Etico.

L'organizzazione si impegna a garantire un ambiente di lavoro stimolante, valorizzando le capacità individuali e incentivando comportamenti basati su fiducia, impegno e responsabilità. Ogni dipendente è chiamato a **contribuire attivamente**, con **correttezza e partecipazione**, al **raggiungimento degli obiettivi aziendali**.

Il Codice Etico sottolinea inoltre l'importanza di una **condotta improntata alla lealtà e alla partecipazione costruttiva**, dove ogni persona è messa in condizione di dare il proprio contributo in un clima di rispetto reciproco.

L'azienda **valorizza l'ascolto interno** come strumento di miglioramento e crescita: i dipendenti sono incoraggiati a esprimere opinioni, condividere suggerimenti e proporre soluzioni. Questo approccio si traduce in una gestione quotidiana basata su scambio continuo, coinvolgimento diretto e senso di corresponsabilità nei confronti del progetto aziendale.

La leadership di Simpol. the reactive agency è chiamata a farsi garante di questo modello organizzativo, promuovendo un ambiente lavorativo sereno e collaborativo, dove siano riconosciute le competenze e stimolata la proattività.

Nel monitoraggio della distribuzione retributiva³, Simpol. the reactive agency adotta **criteri di trasparenza e coerenza** rispetto alla propria struttura organizzativa. Uno degli strumenti utilizzati a tal fine è il rapporto tra la retribuzione più elevata e la media delle retribuzioni percepite dal resto del personale, come previsto dall'indicatore GRI 2-21. Questo indicatore non solo consente di identificare eventuali squilibri retributivi, ma è anche un segnale della **coerenza interna** tra i livelli di **responsabilità e la distribuzione del valore generato**.

Un rapporto equilibrato tra retribuzioni favorisce un clima aziendale più equo e collaborativo, riduce il rischio di tensioni organizzative e rafforza la fiducia nei confronti del management. In Simpol. the reactive agency, tale rapporto si mantiene costantemente al di sotto di soglie critiche, e il suo lieve miglioramento nel 2024 (da 1,15 a 1,14) riflette un rafforzamento delle retribuzioni medie rispetto al valore massimo, **in linea con la strategia di valorizzazione diffusa**.

3 | Le retribuzioni considerate si riferiscono esclusivamente alla componente fissa, senza includere voci variabili come premi, bonus o incentivi. Questo approccio, adottato per garantire maggiore comparabilità e trasparenza, rispecchia le prassi aziendali incentrate su una struttura salariale lineare, accessibile e orientata alla sostenibilità interna.

RAPPORTO TRA LE RETRIBUZIONE PIÙ ELEVATA E LA MEDIA DELLA RETRIBUZIONE DEL PERSONALE

	Rapporto tra la retribuzione più alta e la retribuzione media	Variazione % rispetto all'anno precedente della retribuzione più alta	Variazione % rispetto all'anno precedente della retribuzione media
2023	1,15	-	-
2024	1,14	+9%	+10%

LA SQUADRA DI SIMPOL. THE REACTIVE AGENCY



**Simone
Arena**

Founder, Creative director



**Rebecca
Gai**

Project Manager



**Ilaria
Cadeddu**

Social Media Manager



**Andrea
Fiore**

Marketing Manager

LA SQUADRA DI SIMPOL. THE REACTIVE AGENCY



**Fabio
Colace**

Content Creator



**Raffaella
Mosso**

Social Media Manager



**Francesco
Buonagiunto**

3D Artist & Videomaker



**Matteo
Galfrè**

Videomaker

LA SQUADRA DI SIMPOL. THE REACTIVE AGENCY



**Alessandro
Menegon**

Photographer



**Valerio
Bellone**

Content Creator



**Jacopo
Folchitto**

Content Creator



**Luca
Faccinti**

Graphic Designer

BENEFIT RIVOLTI AL PERSONALE

INFORMATIVE GRI: 401-2

Simpol, the reactive agency garantisce un pacchetto di benefit uniforme per tutti i dipendenti, a prescindere dalla tipologia contrattuale. L'obiettivo è rafforzare l'attenzione alla persona attraverso strumenti pratici e servizi concreti:

Benefit	Partner	Descrizione	Per approfondire
<u>Buoni pasto/acquisto/carburante</u>	Edenred, Satispay ed ENI	Erogati attraverso le piattaforme Edenred, Satispay e ENI, offrono flessibilità d'uso.	
<u>Formazione continua</u>	Learnn	Accesso a contenuti digitali su marketing, branding, creatività, project management.	learnn.com
<u>Supporto psicologico</u>	UnoBravo	Percorsi personalizzati e digitali con professionisti qualificati.	unobravo.com
<u>Benessere femminile</u>	This Unique	Prodotti disponibili in sede per promuovere inclusione e parità di genere.	thisunique.com
<u>Premi economici</u>		Bonus legati al raggiungimento di obiettivi individuali e/o progettuali.	

BENEFIT RIVOLTI AL PERSONALE

Tra i principali benefit rientrano i buoni pasto, acquisto e carburante, erogati tramite le piattaforme **Edenred, Satispay** e tessere carburante ENI. Questi strumenti offrono ai collaboratori ampia flessibilità d'uso presso una vasta rete di esercenti fisici e online, oltre a un **supporto concreto per le spese** legate alla mobilità lavorativa.

Un'attenzione particolare è rivolta allo sviluppo professionale, grazie all'accesso alla piattaforma **Learnn**. Ogni dipendente può usufruire liberamente di contenuti formativi digitali, aggiornati e incentrati su aree chiave come digital marketing, branding, copywriting, project management e strumenti creativi. Questo investimento nella **formazione continua** alimenta una cultura aziendale fondata sull'apprendimento e sull'adattamento costante ai cambiamenti del settore.

Attraverso **UnoBravo**, Simpol. the reactive agency mette a disposizione un servizio di **supporto psicologico completamente digitale**, riservato e personalizzabile. Il servizio consente l'accesso a psicologi qualificati per percorsi brevi o di medio-lungo termine, contribuendo in modo diretto alla salute mentale e alla prevenzione dello stress. La scelta di includere questo benefit nasce dalla consapevolezza che **il benessere emotivo incide profondamente sulla qualità del lavoro e sulla vita complessiva delle persone.**

La collaborazione con UnoBravo ha previsto, oltre che a degli incontri individuali per la costruzione di un percorso personalizzato in funzione delle esigenze del singolo, anche degli **incontri di gruppo e dei workshop tematici**. Gli incontri di gruppo sono volti ad analizzare, affrontare e risolvere sfide comuni. I workshop tematici invece sono sessioni personalizzate e guidate da professionisti per promuovere il benessere all'interno dell'agenzia.

Con l'introduzione di **This Unique**, l'azienda ha adottato una misura concreta di inclusività, **offrendo gratuitamente nei propri spazi lavorativi assorbenti e altri prodotti**. Oltre a garantire una risposta pratica a un bisogno essenziale, questa iniziativa contribuisce a normalizzare il tema all'interno dell'ambiente di lavoro, riducendo i tabù e promuovendo l'equità tra generi anche nella dimensione della cura personale.

Accanto a questi strumenti, Simpol. the reactive agency riconosce premi economici annuali legati al raggiungimento di obiettivi specifici e al contributo alle progettualità strategiche. Questi riconoscimenti rappresentano un incentivo diretto e una forma di valorizzazione dell'impegno individuale.

Simpol. the reactive agency non prevede al momento benefit come assicurazioni integrative, stock option, congedi extra o contributi pensionistici aggiuntivi. **L'approccio scelto è quello di concentrare le risorse su soluzioni immediate, concrete e ad alto impatto sulla qualità della vita lavorativa quotidiana.**



L'impegno di Simpol. the reactive agency verso il benessere organizzativo e la sostenibilità ha trovato un importante riscontro esterno attraverso l'ottenimento, delle certificazioni

HappyIndex®AtWork ESG e WelImpactIndex® ESG, rilasciate da ChooseMyCompany. Questi riconoscimenti testimoniano l'adesione dell'azienda a standard elevati in ambito ambientale, sociale e di governance, rilevati attraverso una metodologia basata su sondaggi anonimi somministrati ai dipendenti.

La certificazione **HappyIndex®AtWork ESG** misura il grado di soddisfazione e coinvolgimento delle persone, valutando aspetti come la qualità delle relazioni interne, le opportunità di crescita, l'ambiente di lavoro e la coerenza tra i valori aziendali dichiarati e percepiti. Simpol. the reactive agency ha superato la soglia prevista, **posizionandosi tra le aziende con i migliori punteggi sul mercato per clima interno e valorizzazione del capitale umano.**

RICONOSCIMENTI OTTENUTI

La certificazione **WelImpactIndex® ESG**, invece, valuta l'impatto dell'azienda in termini di sostenibilità ambientale, inclusione sociale e governance. L'indice considera il grado in cui i collaboratori percepiscono l'impegno dell'organizzazione nell'affrontare in modo responsabile le sfide ESG, integrando tali dimensioni nelle decisioni strategiche e nelle pratiche quotidiane.

Entrambe le certificazioni rappresentano una conferma dell'efficacia delle politiche implementate da Simpol. the reactive agency e del percorso intrapreso verso una cultura aziendale sempre più consapevole. Tali risultati si inseriscono in un più ampio progetto che comprende l'adozione di un Codice Etico, la costruzione del primo bilancio di sostenibilità e l'obiettivo di dotarsi di un sistema strutturato di rating ESG.

L'ottenimento di questi riconoscimenti contribuisce inoltre alla candidatura dell'agenzia all'interno della classifica nazionale delle migliori aziende italiane promossa da Il Sole 24 Ore e ChooseMyCompany, prevista per giugno 2025. Questo passaggio rappresenta una tappa significativa di confronto e visibilità per l'intera organizzazione, rafforzando la visione di Simpol. the reactive agency come ambiente di lavoro positivo, orientato alla responsabilità e all'innovazione continua.

5.2 SVILUPXPO RISORSE UMANE

INFORMATIVE GRI: 401-1, 404-1, 404-3



Obiettivi agenda
2030 di riferimento

Simpol. the reactive agency considera lo sviluppo professionale una leva strategica per la valorizzazione del talento e la crescita dell'intera organizzazione. Nel biennio analizzato, l'azienda ha dimostrato attenzione alla costruzione di un contesto favorevole all'apprendimento continuo, al potenziamento delle competenze e alla gestione consapevole del turnover.

PERSONALE ENTRATO PER FASCIA DI ETÀ

	2023			2024		
	♂	♀	Totale	♂	♀	Totale
< 30 anni	1	0	1	0	3	3
30-50 anni	0	0	0	0	0	0
> 50 anni	0	0	0	0	0	0
Totale	1	0	1	0	3	3

PERSONALE USCITO PER FASCIA DI ETÀ

	2023			2024		
	♂	♀	Totale	♂	♀	Totale
< 30 anni	0	0	0	1	3	1
30-50 anni	0	0	0	0	1	1
> 50 anni	0	0	0	0	0	0
Totale	0	0	0	1	1	2

5.2 SVILUPPO RISORSE UMANE

Nel 2023 è stato registrato un **tasso di nuove assunzioni pari al 14%**, con un ingresso concentrato nella fascia d'età under 30 e nei livelli 4 e 5. Nel 2024 il **tasso di assunzione è cresciuto al 43%**, con un aumento significativo della componente femminile e una focalizzazione ancora una volta sul livello 5, segno di un rafforzamento dell'organico in aree operative chiave.

Parallelamente, il tasso di uscita nel 2024 è salito al 29%, con due uscite totali, una nella fascia under 30 e una nella fascia 30–50 anni.

Questo dato riflette dinamiche evolutive legate all'ampliamento delle attività e alla naturale rotazione di profili junior.

Il tasso di crescita complessiva, pur oscillando tra i due anni, si mantiene positivo. Il **tasso di sostituzione ha toccato il 150%** nel 2024, a testimonianza della capacità dell'azienda di non solo coprire le posizioni vacanti, ma anche rafforzare la struttura esistente.

	2023			2024		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Tasso nuove assunzioni	25%	0%	14%	0	100%	43%
Tasso turnover uscita	0%	0%	0%	25%	33%	29%
Totale crescita/decrecita	25%	0%	14%	-25%	67%	14%
Tasso di sostituzione	-	-	-	0%	300%	150%

5.2 SVILUPPO RISORSE UMANE

La strategia di sviluppo è supportata da un sistema di valutazione strutturato. **Tutti i dipendenti ricevono valutazioni trimestrali delle proprie performance, articolate su più dimensioni:** prestazioni lavorative, crescita personale e professionale, comportamenti e atteggiamento, leadership e gestione, risultati e impatti. Il processo è esteso al 100% del personale nei livelli 4 e 5, che rappresentano la totalità della forza lavoro attiva nel periodo.

Tra gli strumenti abilitanti alla crescita, un ruolo centrale è svolto dalla piattaforma **Learnn**, benefit che come è già stato introdotto è stato messo a disposizione di tutto il personale. Learnn è una **piattaforma di apprendimento online** nata per offrire contenuti formativi pratici, concreti e sempre aggiornati.

Il catalogo include centinaia di corsi e masterclass tenuti da professionisti riconosciuti, con un focus su digital marketing, branding, content strategy, comunicazione visiva, design thinking, creatività, produttività, gestione del tempo e soft skills.

Grazie al formato on-demand e alla fruizione flessibile da qualsiasi dispositivo, i dipendenti possono integrare facilmente la formazione nella propria routine lavorativa. L'approccio di Learnn si basa su lezioni brevi, esempi reali, strumenti operativi e aggiornamenti costanti, in linea con le esigenze dinamiche di chi lavora nel settore creativo e digitale. Inoltre, la piattaforma promuove una didattica orientata all'applicazione immediata, **potenziando la capacità di ogni risorsa di evolvere nel proprio ruolo e di contribuire in modo più efficace ai processi aziendali.**

L'adozione di Learnn ha permesso di consolidare all'interno di Simpol. the reactive agency **una cultura dell'apprendimento continuo**, dell'autonomia formativa e della sperimentazione.

Questo strumento rappresenta un pilastro della strategia di sviluppo delle competenze, coerente con il posizionamento dell'agenzia come realtà innovativa, reattiva e **orientata al miglioramento.**

5.3 DIVERSITÀ E INCLUSIONE

INFORMATIVE GRI: 401-1, 404-1, 404-3

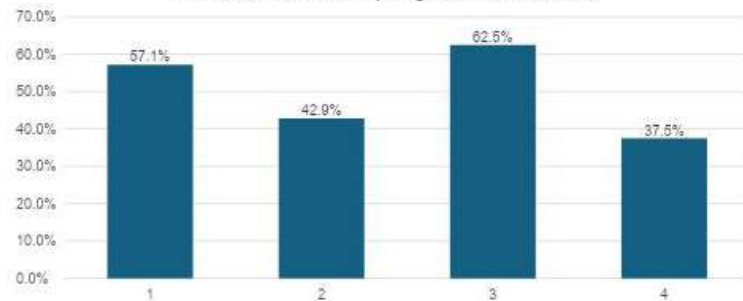


Obiettivi agenda
2030 di riferimento

Simpol. the reactive agency promuove una cultura inclusiva che riconosce nella valorizzazione delle diversità un elemento strategico per l'innovazione, il benessere organizzativo e la competitività aziendale. Il rispetto dell'identità individuale, l'equità di trattamento e l'accesso a pari opportunità sono principi fondanti del Codice Etico aziendale, che ispira tutte le pratiche di gestione delle risorse umane.

Questo orientamento si traduce in una concreta **attenzione alla rappresentanza equilibrata**, all'**ascolto delle esigenze** del personale e alla **creazione di un ambiente accogliente e rispettoso**.

Personale suddiviso per genere 2023-2024



5.3 DIVERSITÀ E INCLUSIONE

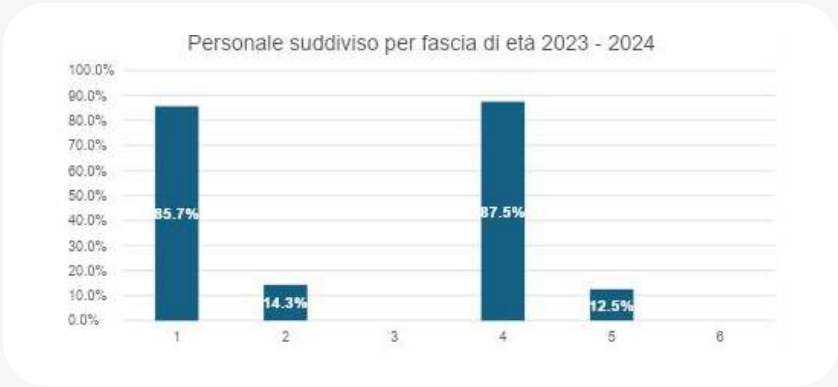
L'organizzazione si impegna attivamente nel monitorare la composizione del personale per genere, fascia d'età e livello professionale, al fine di garantire una struttura equa e rappresentativa, in linea con i **valori di responsabilità e trasparenza**.

COMPOSIZIONE DEL PERSONALE PER FASCIA DI ETÀ

	UOMINI			DONNE		
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50
2023	57,1%	-	-	28,6%	14,3%	-
2024	50%	12,5%	-	37,5%	-	-

Nel biennio osservato, la struttura demografica è risultata **concentrata nella fascia under 30**, segno distintivo di una realtà giovane e dinamica, coerente con il profilo di un'organizzazione operante nel settore creativo.

Per quanto riguarda la composizione per genere il numero delle risorse femminili è rimasto costante (pari a 3 persone) mentre per il personale di genere maschile vi è stato l'incremento di una unità (da 4 a 5 persone).



5.3 DIVERSITÀ E INCLUSIONE

Nel biennio osservato, la struttura demografica del personale risulta fortemente **concentrata nella fascia under 30**, che nel 2024 rappresenta oltre l'80% della forza lavoro.

Questo dato evidenzia il carattere giovane e dinamico di Simpol. the reactive agency, perfettamente in linea con la natura innovativa del settore in cui opera. Per raffronto, secondo i dati ISTAT di imprese dello stesso settore, i lavoratori dipendenti under 30 rappresentano il 27,39%. Simpol. the reactive agency supera questa media di oltre 60 punti percentuali, confermandosi una realtà **orientata all'inserimento giovanile**.

COMPOSIZIONE DEL PERSONALE PER GENERE, FASCIA D'ETÀ E LIVELLO DI INQUADRAMENTO

	2023						2024					
	Uomini			Donne			Uomini			Donne		
	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	<30 anni	30-50 anni	>50 anni
4	14,29%	-	-	14,29%	14,29%	-	12,50%	12,50%		12,50%	-	-
5	42,86%			14,29%	-	-	37,50%	-	-	25,00%	-	-
Totale	57,14%	-	-	28,57%	14,29%	-	50,00%	12,50%	-	37,50%	-	-

5.2 SVILUPPO RISORSE UMANE

Livello	Rapporto D/U (2023)	Rapporto D/U (2024)	Variazione salari medi uomini	Variazione salari medi donne
4	0,85	0,98	+10,1%	+26,1%
5	1,07	0,97	+7,0%	-3,4%

L'attenzione all'equità salariale è confermata dai dati relativi ai salari suddivisi per genere e fascia. Analizzando infatti i dati relativi ai livelli 4 e 5, in cui è presente una rappresentanza di entrambi i generi, il divario retributivo è minimo, con rapporti donna/uomo prossimi o superiori all'unità.

Questi risultati riflettono un impegno concreto alla parità salariale. Il livello 4 ha visto un importante avvicinamento tra le retribuzioni medie di uomini e donne, con un rapporto che passa da 0,85 a 0,98, sostenuto da una **crescita del 26,1% del salario medio femminile**. Al livello 5, per entrambe le annualità, si registra una **stabilità retributiva**, con differenze limitate.

È importante osservare che differenze retributive inferiori al 10% tra lavoratori di genere diverso, a parità di livello, sono ritenute fisiologiche. Tali scostamenti possono dipendere da molteplici variabili, tra cui: l'anzianità di servizio, la formazione specialistica, il ruolo ricoperto all'interno dell'organizzazione, la durata del contratto o le politiche retributive adottate in anni precedenti. In questo scenario, le performance di Simpol. the reactive agency risultano in linea con gli standard di riferimento e spesso superiori, confermando l'efficacia delle azioni intraprese in ambito inclusione ed equità.

Nel periodo di rendicontazione non sono stati segnalati episodi di discriminazione. L'azienda dispone di procedure specifiche per la gestione di eventuali casi, tra cui la possibilità di inviare una segnalazione via e-mail o richiedere un colloquio riservato. Inoltre, l'organizzazione **promuove regolarmente sessioni di formazione e coaching in collaborazione con enti specializzati**, al fine di prevenire e contrastare ogni forma di discriminazione.

Nel biennio 2023-2024 non sono stati richiesti congedi parentali. Di conseguenza, non si registrano dati relativi al rientro in servizio o al tasso di fidelizzazione post-congedo. L'organizzazione, pur attenendosi ai requisiti minimi di legge, dichiara la volontà di attivare misure più favorevoli in caso di necessità. Al momento non sono previsti incentivi specifici per incoraggiare il congedo tra i dipendenti uomini né politiche strutturate per agevolare il rientro, ma l'azienda si dichiara **pronta a valutarne l'introduzione** al verificarsi di casi concreti.

5.4 IMPEGNO PER LA COMUNITÀ

INFORMATIVE GRI: 413-1



Obiettivi agenda
2030 di riferimento

Nel 2019 Simpol. the reactive agency ha lanciato “io Smpl.”, una piattaforma di attivazione civica e creativa nata per dare forma concreta a cause benefiche e sociali, attraverso il coinvolgimento collettivo. Il progetto si fonda su una visione semplice ma profonda: **un’idea individuale può generare un cambiamento reale solo se supportata da una rete di persone disposte a collaborare.**

Il nome stesso racchiude questo principio: “**io Smpl.**” nasce dallo scorporamento del brand Simpol. the reactive agency, mettendo in primo piano l’“io”, promotore dell’iniziativa, e affiancandolo al gruppo “Smpl.” che contribuisce a renderla concreta.

Il risultato è un progetto che valorizza il talento del singolo, trasformandolo in un impatto collettivo positivo.

Nel tempo, “io Smpl.” si è strutturato come uno spazio aperto e accessibile a chiunque desideri realizzare progetti con finalità sociali, ambientali o culturali. Ogni proposta trova ascolto e supporto, e può contare su un network consolidato di partner, creativi e professionisti.

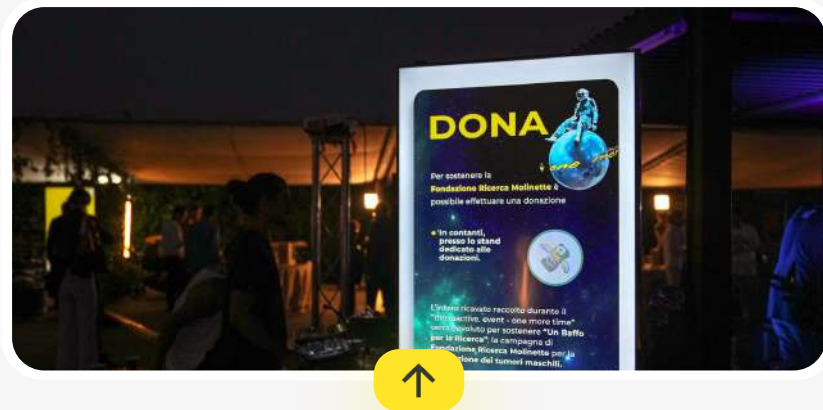


LE CAMPAGNE DEL 2023 E 2024

Nel biennio 2023–2024, Simpol. the reactive agency ha portato avanti il proprio impegno attraverso il progetto “Io SmpI.” con particolare attenzione al tema della salute maschile. In entrambe le annualità, l'agenzia ha sostenuto la campagna “**Un Baffo per la Ricerca**”, promossa da Fondazione Ricerca Molinette e ispirata al movimento internazionale Movember.

Obiettivo della campagna è promuovere la cultura della prevenzione oncologica, offrendo screening gratuiti per tumori testicolari e alla prostata.

Nel 2023, Simpol. the reactive agency ha accompagnato la campagna sia attraverso un supporto comunicativo mirato sia con l'organizzazione dell'evento benefico “**The Reactive Event – One More Time**”, svoltosi il **29 settembre** presso gli spazi dell'agenzia. L'evento ha unito musica, convivialità e raccolta fondi, **coinvolgendo la community professionale e creativa locale**. Il ricavato è stato interamente devoluto alla Fondazione Ricerca Molinette, a sostegno delle attività di prevenzione.



Parallelamente, la campagna ha previsto l'attivazione di ambulatori mobili in diverse piazze di Torino per offrire consulti medici gratuiti.

Grazie alla collaborazione con l'équipe del Prof. Paolo Contero, ogni sabato del mese di novembre è stato possibile effettuare visite di screening dedicate a due fasce specifiche:

- Uomini tra i 20 e i 34 anni per la prevenzione dei tumori testicolari,
- Uomini tra i 50 e i 75 anni per la prostata.

LE CAMPAGNE DEL 2023 E 2024

Anche nel 2024, Simpol. the reactive agency ha confermato il proprio impegno al fianco della **Fondazione Ricerca Molinette**, rinnovando il supporto comunicativo e partecipando attivamente alla promozione e diffusione della campagna.

Questo impegno costante dimostra la volontà dell'agenzia di contribuire in modo continuativo al benessere della comunità, ponendo la creatività e il lavoro di squadra al servizio di cause ad alto valore sociale.



Evento	Ente partner	Anno	Fondi raccolti	Persone raggiunte	Ore dedicate	Investimento
Un baffo per la ricerca	Fondazione ricerca Molinette	2023	-	-	42h	-
		2024	-	-	30h	-
Totale			-	-	72h	-

IL FILO ROSSO DEL DESTINO

Nel 2025, Simpol. the reactive agency ha lanciato “Il filo rosso del destino”, una delle iniziative più significative del progetto lo Smpl., **pensata per coniugare partecipazione creativa e impatto sociale.**

L'idea prende ispirazione da una leggenda orientale secondo cui ogni persona è connessa al proprio destino attraverso un invisibile filo rosso: da questo concetto è nata una potente metafora visiva, trasformata in un'azione concreta a favore della **Fondazione FORMA dell'Ospedale Infantile Regina Margherita di Torino.**

Il progetto si è articolato in due tappe, all'interno di due contesti di grande visibilità e valore culturale: i **Graphic Days® 2025** presso il **Costadoro Social Coffee** e il **Salone Internazionale del Libro di Torino**, grazie alla collaborazione con GL events Italia.

In entrambe le occasioni, **oltre 1.000 persone** hanno partecipato a un'esperienza immersiva, posando per un ritratto in bianco e nero con un filo rosso tra le mani – simbolo tangibile delle connessioni umane.

Ogni scatto ha contribuito a comporre un grande wall collettivo, espressione visiva della forza dei legami tra le persone. Al ritratto si è aggiunta una breve video-intervista in cui i partecipanti sono stati invitati a rispondere alla domanda: “Cosa trovi dall'altra parte del filo rosso?”. Il risultato sarà un video corale, destinato alla diffusione sui canali social, **capace di amplificare il messaggio di empatia, amore e vicinanza.**

Oltre all'aspetto artistico e partecipativo, l'iniziativa ha avuto un impatto tangibile e concreto: grazie alla presenza dei volontari della Fondazione FORMA, sono stati raccolti oltre 5.000 euro, destinati all'acquisto di un software per la risonanza magnetica, strumento utile a rendere più sicuri gli interventi chirurgici per i piccoli pazienti dell'ospedale torinese.

“Il filo rosso del destino” rappresenta a pieno lo spirito di lo Smpl.: **partire da un'idea individuale per attivare reti collettive di senso, generando valore umano e sociale.** È un esempio virtuoso di come l'arte, la comunicazione e la solidarietà possano confluire in un'esperienza condivisa capace di lasciare un segno profondo, oltre i confini dell'evento.



Evento	Ente partner	Anno	Fondi raccolti	Persone raggiunte	Ore dedicate	Investimento
Il filo rosso del destino	Fondazione FORMA dell'Ospedale infantile Regina Margherita	2025	5.000€	>1.000	270h	-

5.5 SALUTE E SICUREZZA DEI DIPENDENTI

INFORMATIVE GRI: 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5,
403-6, 403-7, 403-8, 403-9, 403-10



Obiettivi agenda
2030 di riferimento

La tutela della salute e della sicurezza sul luogo di lavoro rappresenta per Simpol. the reactive agency un impegno prioritario, integrato nei processi aziendali e regolato in conformità con il D.Lgs. 81/2008. L'azienda adotta un sistema di gestione strutturato, **fondato su prevenzione, formazione, protezione e partecipazione attiva delle persone.**

Tale sistema è formalizzato attraverso il Documento di Valutazione dei Rischi (DVR), **aggiornato periodicamente per identificare pericoli, stimare i rischi e individuare misure di contenimento efficaci.**

La valutazione riguarda tutte le attività svolte, con attenzione specifica ai rischi connessi all'uso prolungato di videotermini, alla movimentazione manuale di carichi, al rischio incendio e a quelli legati allo stress lavoro-correlato. I lavoratori operano in ambienti dotati di postazioni ergonomiche, microclima controllato e illuminazione adeguata, con l'obiettivo di ridurre al minimo i fattori di affaticamento fisico e mentale.

Tutti i lavoratori sono inclusi nel sistema di gestione della sicurezza, che si fonda sul coinvolgimento attivo attraverso la figura del Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS) e canali di comunicazione costanti.

La formazione è obbligatoria e continua, modulata in base al livello di rischio, e comprende sia contenuti generali sia moduli specifici su comportamento sicuro, gestione delle emergenze e prevenzione dei principali rischi. **I corsi sono tenuti da personale qualificato e prevedono aggiornamenti periodici.**

La sorveglianza sanitaria è garantita dal medico competente, che effettua visite programmate e rilascia giudizi di idoneità specifici per ogni mansione. L'accesso ai servizi sanitari è assicurato per tutti i dipendenti, con l'obiettivo di **monitorare e tutelare lo stato di salute in modo sistematico.**

5.5 SALUTE E SICUREZZA DEI DIPENDENTI

INFORMATIVE GRI: 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5,
403-6, 403-7, 403-8, 403-9, 403-10



Obiettivi agenda
2030 di riferimento

L'approccio adottato da Simpol. the reactive agency mira a **prevenire i rischi** prima che si trasformino in criticità, promuovendo anche uno stile di vita sano compatibile con il lavoro sedentario.

L'impegno dell'organizzazione si traduce in ambienti di lavoro sicuri e inclusivi, in cui la prevenzione diventa parte della cultura aziendale.

Nel biennio di riferimento non si sono verificati infortuni né sono emerse malattie professionali, confermando l'efficacia delle misure preventive e la responsabilità condivisa che permea tutta l'organizzazione. La gestione del rischio si configura non solo come adempimento normativo, ma come **scelta consapevole e strategica orientata al benessere delle persone e alla continuità operativa.**



6. Performance ambientale

6. PERFORMANCE AMBIENTALE

highlights

32,37 GJ

consumo
complessivo
di energia

**15,13
GJ/€ mln**

Intensità
del consumo
energetico
rapportato
al fatturato

ZERO!

Emissioni dirette
(scope 1) -
derivanti dalle
attività aziendali

4,11 t CO₂

Emissioni indirette
(scope 2) -
derivanti
dal mercato
energetico

-15,8%

intensità delle
emissioni per
milione di euro
di fatturato

-16,4%

intensità delle
emissioni per
dipendente



6.1 GESTIONE DELL'ENERGIA

INFORMATIVE GRI: 302-1, 302-3, 302-4



Obiettivi agenda
2030 di riferimento

Nel biennio di rendicontazione, Simpol. the reactive agency ha dimostrato un approccio responsabile e trasparente alla gestione energetica, in linea con i valori fondanti espressi nel Codice Etico aziendale. Quest'ultimo definisce chiaramente l'impegno dell'impresa verso la sostenibilità ambientale, promuovendo un utilizzo efficiente delle risorse, l'adozione di pratiche a basso impatto e il rispetto dell'ambiente come responsabilità etica e collettiva.

L'attenzione verso la reattività, l'affidabilità e l'innovazione si riflette anche nella gestione quotidiana dell'energia, ispirando comportamenti virtuosi e strategie di medio periodo orientate alla riduzione dell'impronta ecologica.

Nel periodo di rendicontazione l'impresa non ha utilizzato combustibili fossili, poiché non disponeva di veicoli aziendali né di impianti termici tradizionali: il fabbisogno energetico è quindi derivato esclusivamente dal consumo di elettricità acquistata dalla rete nazionale. Gli ambienti di lavoro sono climatizzati tramite pompe di calore ad alta efficienza, che consentono di coprire le esigenze di riscaldamento e raffrescamento con un unico sistema a basso consumo.

Nel 2024, il consumo complessivo è stato pari a **32,37 GJ** (equivalenti a 9.420 kWh), in leggero calo rispetto ai **33,91 GJ** (8.992 kWh) del 2023, con una riduzione del 5%. Tale miglioramento avviene nonostante l'espansione della struttura organizzativa, che ha visto l'incremento del personale da 7 a 8 dipendenti e un aumento del fatturato da **€1.884.679 a €2.139.314**. Questo dimostra un'efficienza energetica crescente, riconducibile a una razionalizzazione degli spazi, a scelte tecnologiche mirate e a un processo di sensibilizzazione del team sull'uso consapevole delle risorse.

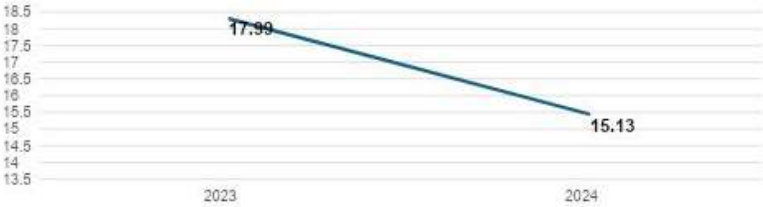
L'intensità energetica calcolata come il rapporto tra energia consumata e ricavi generati mostra infatti un miglioramento passando da **17,99 GJ/€ mln a 15,13 GJ/€ mln**.

Si evidenzia sin da ora che nel corso del 2025, per far fronte all'incremento dei servizi offerti sul mercato soprattutto nell'ambito delle produzioni di grandi dimensioni, Simpol. the reactive agency ha provveduto all'acquisto di un veicolo aziendale il cui impatto potrà essere misurato a partire dal prossimo bilancio di sostenibilità. Tale acquisto andrà a incidere sui consumi diretti e sulle emissioni di Scope 1.

6.1 GESTIONE DELL'ENERGIA

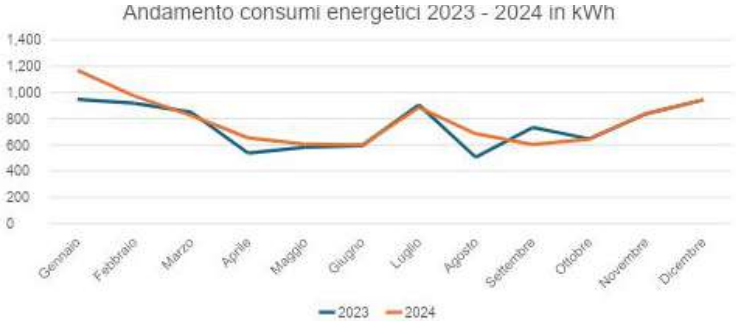
La distribuzione mensile dei consumi mostra una maggiore incidenza nei mesi invernali (gennaio e dicembre), correlata all'utilizzo delle pompe di calore per il riscaldamento e all'aumento delle ore di illuminazione artificiale.

Tuttavia, l'assenza di picchi anomali indica un comportamento costante ed efficiente nell'uso delle risorse.

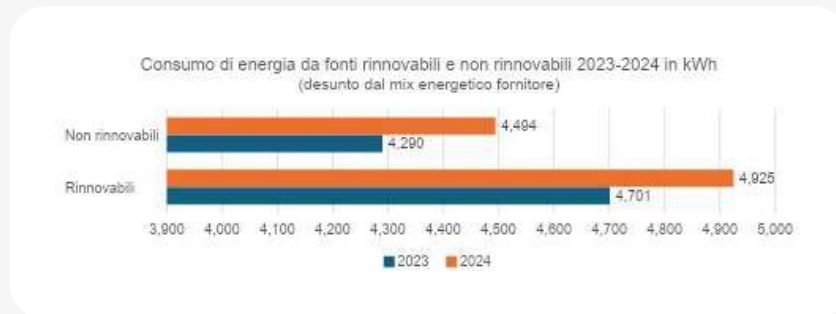


ENERGIA CONSUMATA E INTENSITÀ ENERGETICA

	Energia consumata GJ	Fatturato €	Intensità energetica GJ/€ mln
2023	33.91	1.884.679	17.99
2024	32.37	2.139.314	15.13



6.1 GESTIONE DELL'ENERGIA



In merito alle prospettive future, **l'impresa riconosce il valore strategico di una transizione verso fonti rinnovabili certificate** (GO – Garanzia d'Origine), pur consapevole dei limiti legati al fatto di non essere attualmente proprietaria della sede presso cui è locata l'impresa. Interventi infrastrutturali diretti risultano infatti difficilmente attuabili.

Tuttavia, la struttura di **Via Tetti Valfrè**, dove l'azienda è attualmente insediata, è già dotata di impianti fotovoltaici al servizio delle utenze comuni, contribuendo indirettamente alla riduzione dell'impatto ambientale del contesto operativo.

L'adozione di soluzioni green nella fornitura elettrica resta una priorità nel medio termine, da attuare compatibilmente con i vincoli gestionali. In parallelo, Simpol. the reactive agency intende rafforzare le proprie pratiche interne attraverso **l'uso di tecnologie smart per il monitoraggio dei consumi**, la digitalizzazione dei flussi operativi e la formazione continua del personale.

Tali misure, pienamente coerenti con il Codice Etico aziendale, rafforzano l'impegno verso **una gestione energetica che sia allo stesso tempo responsabile, evolutiva e allineata ai valori di sostenibilità condivisi con gli stakeholder.**

6.2 EMISSIONI IN ATMOSFERA

INFORMATIVE GRI: 305-1, 305-2, 305-4, 305-5



Obiettivi agenda
2030 di riferimento

L'impegno di Simpol. the reactive agency nella lotta al cambiamento climatico si traduce in un monitoraggio accurato e nella costante riduzione delle emissioni di gas a effetto serra legate alle attività aziendali. In coerenza con i principi delineati nel Codice Etico – che attribuisce una responsabilità diretta a ogni collaboratore nella tutela dell'ambiente e nel rispetto del clima – l'organizzazione persegue un modello operativo a basso impatto, basato su processi snelli, tecnologie digitali e un'attenta gestione delle risorse.

Nel corso del biennio di rendicontazione, Simpol. the reactive agency non ha generato **emissioni dirette (Scope 1)**, poiché l'attività aziendale non prevede l'impiego di mezzi di trasporto aziendali, sistemi di riscaldamento a combustibili fossili né altre fonti che possano produrre emissioni di CO₂ o altri gas serra in modo diretto.

Questa assenza di emissioni dirette riflette una struttura aziendale leggera e moderna, che si affida principalmente a fonti energetiche indirette e si sviluppa secondo modelli di lavoro a ridotta intensità ambientale.

Le **emissioni indirette (Scope 2)** rappresentano l'unico ambito rilevante ai fini della rendicontazione climatica. Si tratta delle emissioni associate all'energia elettrica acquistata e consumata per le attività operative all'interno della sede aziendale. Simpol. the reactive agency ha adottato due metodologie di calcolo conformi alle linee guida GRI:

- *Il criterio Location-Based misura le emissioni in funzione del fattore medio nazionale di emissione per l'energia elettrica, senza tener conto delle caratteristiche contrattuali del fornitore;*
- *Il criterio Market-Based tiene conto della tipologia di contratto elettrico sottoscritto e della composizione specifica del mix energetico fornito, consentendo una stima più accurata delle emissioni effettivamente imputabili all'impresa.*

Nel 2024, le emissioni **Scope 2 Market-Based** sono state pari a **4,11 tonnellate di CO₂**, con un lieve ma significativo miglioramento rispetto alle **4,30 tonnellate registrate nel 2023**.

Tale riduzione è coerente con il calo dei consumi energetici registrato nello stesso periodo, nonostante l'incremento del personale (+14%) e del fatturato (+13,5%), a conferma di una maggiore efficienza operativa.

Secondo il metodo **Location-Based**, le emissioni risultano ancora più contenute: **2,35 tonnellate di CO₂** nel 2024, in calo rispetto alle **2,46 tonnellate del 2023**, con un decremento del 5%. Questo valore riflette anche un miglioramento nel mix energetico nazionale, grazie alla crescente incidenza delle fonti rinnovabili nella generazione elettrica del sistema Italia.

Per valutare l'effettiva prestazione climatica dell'organizzazione, è opportuno analizzare **gli indicatori di intensità emissiva**, che permettono di correlare le emissioni prodotte con la dimensione economica e occupazionale dell'impresa.

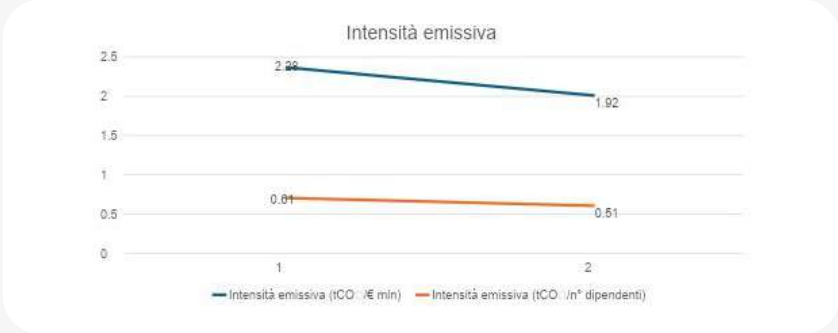
Questi dati mostrano un miglioramento su entrambi i fronti: le emissioni per milione di euro di fatturato si sono ridotte del 15,8%, mentre quelle per dipendente sono calate del 16,4%.

Tale risultato è frutto di scelte organizzative e gestionali consapevoli, tra cui l'utilizzo di apparecchiature efficienti, l'ottimizzazione degli spazi e il consolidamento di pratiche sostenibili nella vita d'ufficio.

Ambito	2023 t(CO ₂)	2024 t(CO ₂)
Scope 1	0	0
Scope 2 (market)	4,30	4,11
Scope 2 (location)	2,46	2,35

6.2 EMISSIONI IN ATMOSFERA

Sebbene Simpol, the reactive agency non produca emissioni dirette, **è costante l'impegno nel migliorare la propria impronta climatica attraverso la formazione del personale, la digitalizzazione dei flussi operativi**, il monitoraggio sistematico delle prestazioni ambientali e la progressiva sensibilizzazione di tutti gli stakeholder.



INDICATORI DI INTENSITÀ EMISSIVA

Anno	Emissioni (tCO2 - market)	Fatturato €	Numero di dipendenti	Intensità emissiva (tCO2/€ mln)	Intensità emissiva (tCO2/dipendenti)
2023	4,30	1.884.679	7	2,28	0,61
2024	4,11	2.139.314	8	1,92	0,51

7. Glossario ESG

7. GLOSSARIO ESG

Agenda 2030:

Piano d'azione sottoscritto da tutti i Paesi membri dell'ONU che comprende 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) da raggiungere entro il 2030.

Codice etico:

Documento aziendale che definisce i valori, i principi e le regole di comportamento attesi da parte di tutti i soggetti che operano nell'organizzazione.

Consumo energetico diretto (Scope 1):

Energia generata da fonti possedute o controllate direttamente dall'organizzazione (es. caldaie, veicoli aziendali).

Consumo energetico indiretto (Scope 2):

Energia acquistata da terzi, tipicamente sotto forma di elettricità o teleriscaldamento. Viene calcolata con due approcci: market-based (in base ai contratti) e location-based (*in base al mix energetico medio nazionale*).

Emissioni di CO₂ (anidride carbonica):

Gas a effetto serra derivante da attività energetiche, misurato in tonnellate equivalenti di CO₂.

Emissioni di Scope 1:

Emissioni dirette di gas serra derivanti da fonti possedute o controllate dall'organizzazione.

Emissioni di Scope 2:

Emissioni indirette derivanti dalla produzione di energia acquistata e consumata.

Emissioni market-based:

Metodo di calcolo delle emissioni Scope 2 basato sul mix energetico specifico previsto dai contratti stipulati con i fornitori.

Emissioni location-based:

Metodo di calcolo delle emissioni Scope 2 basato sul mix medio nazionale di produzione elettrica.

Engagement:

Coinvolgimento attivo degli stakeholder (*portatori di interesse*) nelle attività, strategie o decisioni aziendali.

ESG (Environmental, Social, Governance):

Acronimo che rappresenta le tre dimensioni della sostenibilità: ambientale, sociale e di governance.

E (Environmental):

Componente ambientale dell'ESG: riguarda aspetti come gestione energetica, emissioni, uso delle risorse naturali.

7. GLOSSARIO ESG

S (Social):

Componente sociale dell'ESG: comprende tematiche come il benessere dei lavoratori, la diversità, la salute e sicurezza.

G (Governance):

Componente di governance dell'ESG: include temi quali la trasparenza, l'etica aziendale, la gestione dei rischi.

GRI (Global Reporting Initiative):

Standard internazionale per la rendicontazione della sostenibilità, che definisce principi, requisiti e indicatori per i bilanci non finanziari.

Intensità energetica:

Rapporto tra energia consumata e unità economica prodotta (es. GJ per milione di euro di fatturato).

Intensità emissiva:

Misura delle emissioni di CO₂ rapportate al fatturato o al numero di dipendenti, utile per valutare l'efficienza ambientale.

Stakeholder:

Qualsiasi individuo o gruppo che può influenzare o essere influenzato dalle attività dell'impresa, come dipendenti, clienti, fornitori, comunità locali, investitori.

Valore economico generato:

Totale dei ricavi e proventi prodotti da un'impresa nel periodo di riferimento.

Valore economico distribuito:

Quota del valore economico generato distribuita a stakeholder esterni e interni (*dipendenti, fornitori, Stato, ecc.*).

Valore economico trattenuto:

Quota residua del valore economico generato che l'impresa reinveste o accantona per fini strategici.

8. Glossario Simpol. the reactive agency

7. GLOSSARIO SIMPOL. THE REACTIVE AGENCY

Affidabilità:

La coerenza tra ciò che viene promesso e ciò che viene realizzato. Un principio guida nelle relazioni con clienti, partner e colleghi.

Ascolto:

Disponibilità a comprendere punti di vista diversi, accogliere feedback e costruire relazioni fondate sul dialogo. Fondamentale per l'engagement interno ed esterno.

Baffo (per la ricerca):

Simbolo della campagna di sensibilizzazione per la salute maschile promossa in collaborazione con la Fondazione Ricerca Molinette. Espressione visiva e ironica di un impegno concreto.

Collaborazione:

Valorizzazione del lavoro di squadra come leva per generare impatto positivo. In Simpol. the reactive agency, ogni progetto è il frutto di una costruzione collettiva.

Comunità:

L'insieme dei contesti territoriali e relazionali con cui Simpol. the reactive agency dialoga attraverso eventi, progetti e iniziative a impatto sociale.

Connessione:

La forza che tiene unite le persone, le idee e le cause. Un principio che si manifesta nei progetti partecipativi come Il filo rosso del destino.

Credibilità:

La capacità di essere coerenti, affidabili e riconoscibili nei fatti. Si costruisce attraverso trasparenza, competenza e rispetto degli impegni.

Diversità e inclusione:

Impegno per valorizzare prospettive differenti, promuovendo pari opportunità e rispetto all'interno dell'organizzazione.

Etica:

Il riferimento valoriale che guida l'agire quotidiano. Esplicitata nel Codice Etico, costruito in modo partecipativo da tutto il personale.

Filo rosso (del destino):

Iniziativa a favore della Fondazione FORMA ideata da Simpol. the reactive agency in occasione dei Graphic Days® e del Salone del Libro di Torino: un progetto fotografico partecipativo che ha coinvolto oltre 1.000 persone per sostenere la cura dei bambini. Metafora visiva della connessione umana.

7. GLOSSARIO ESG

Innovazione:

Ricerca continua di soluzioni nuove, creative e sostenibili. Per Simpol. the reactive agency, significa agire con visione, sperimentare, cambiare prospettiva.

Io Smpl.:

Il contenitore valoriale e operativo che raccoglie le iniziative di Simpol. the reactive agency legate alla sostenibilità, alla cultura e alla solidarietà.

Reactive (Reattività):

Il posizionamento distintivo dell'agenzia: agire in risposta ai bisogni sociali, ambientali e culturali con creatività e tempestività.

Sostenibilità e responsabilità sociale:

L'impegno a restituire valore al territorio e agli stakeholder, attraverso azioni coerenti con la missione aziendale.

Semplicità:

La capacità di affrontare complessità operative e valoriali con un approccio essenziale, accessibile e condiviso.

Trasparenza:

Comunicazione chiara, completa e verificabile.
Condizione essenziale per costruire fiducia e relazioni durevoli.

Wall collettivo:

L'output visivo del progetto Il filo rosso del destino: un collage fotografico che rappresenta l'unione delle singole esperienze in un racconto corale.

2025

9. GRI INDEX

9. GRI INDEX | GENERAL DISCLOSURES

GRI standard / Other source	Disclosure	Location	Requirement(s) omitted	Reasons	Explanation	Gri sector standard REF. NO.
GRI 2: General Disclosures 2021	2-1 Organizational details	Nota metodologica				
	2-2 Entities included in the organization's sustainability reporting	Nota metodologica				
	2-3 Reporting period, frequency and contact point	Nota metodologica				
	2-4 Restatements of information	Nota metodologica				
	2-5 External assurance	Nota metodologica				
	2-6 Activities, value chain and other business relationships	Catena del valore e delle relazioni commerciali				

9. GRI INDEX | GENERAL DISCLOSURES

GRI standard / Other source	Disclosure	Location	Requirement(s) omitted	Reasons	Explanation	Gri sector standard REF. NO.
GRI 2: General Disclosures 2021	2-7 Employees	La squadra di Simpol. e le politiche retributive				
	2-8 Workers who are not employees	La squadra di Simpol. e le politiche retributive				
	2-9 Governance structure and composition	Etica e condotta aziendale				
	2-10 Nomination and selection of the highest governance body	Etica e condotta aziendale				
	2-11 Chair of the highest governance body	Etica e condotta aziendale				

9. GRI INDEX | GENERAL DISCLOSURES

GRI standard / Other source	Disclosure	Location	Requirement(s) omitted	Reasons	Explanation	Gri sector standard REF. NO.
GRI 2: General Disclosures 2021	2-12 Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	Etica e condotta aziendale				
	2-13 Delegation of responsibility for managing impacts	Etica e condotta aziendale				
	2-14 Role of the highest governance body in sustainability reporting	Etica e condotta aziendale				
	2-15 Conflicts of interest	Etica e condotta aziendale				
	2-16 Communication of critical concerns	Etica e condotta aziendale				

9. GRI INDEX | GENERAL DISCLOSURES

GRI standard / Other source	Disclosure	Location	Requirement(s) omitted	Reasons	Explanation	Gri sector standard REF. NO.
GRI 2: General Disclosures 2021	2-17 Collective knowledge of the highest governance body	Etica e condotta aziendale				
	2-18 Evaluation of the performance of the highest governance body	-	Non esiste un sistema di valutazione della performance del CdA			
	2-19 Remuneration policies	-	Omesso per il primo anno di rendicontazione			
	2-20 Process to determine remuneration	-	La remunerazione è basata sul CCNL di riferimento			
	2-21 Annual total compensation ratio	La squadra di Simpol. e le politiche retributive				

9. GRI INDEX | GENERAL DISCLOSURES

GRI standard / Other source	Disclosure	Location	Requirement(s) omitted	Reasons	Explanation	Gri sector standard REF. NO.
GRI 2: General Disclosures 2021	2-22 Statement on sustainable development strategy	Lettera del management				
	2-23 Policy commitments	Lettera del management				
	2-24 Embedding policy commitments	Etica e condotta aziendale				
	2-25 Processes to remediate negative impacts	-	Attualmente non sono formalizzate procedure poiché il rischio in materia è estremamente basso			
	2-26 Mechanisms for seeking advice and raising concerns	-	Attualmente non sono formalizzate procedure poiché il rischio in materia è estremamente basso			

9. GRI INDEX | GENERAL DISCLOSURES

GRI standard / Other source	Disclosure	Location	Requirement(s) omitted	Reasons	Explanation	Gri sector standard REF. NO.
GRI 2: General Disclosures 2021	2-27 Compliance with laws and regulations	-	Non sono state rilevate non conformità in materia			
	2-28 Membership associations	-	Non rilevate			
	2-29 Approach to stakeholder engagement	Approccio alla partecipazione degli stakeholder				
	2-30 Collective bargaining agreements	Approccio alla partecipazione degli stakeholder				

9. GRI INDEX | MATERIAL TOPICS

GRI standard / Other source	Disclosure	Location	Requirement(s) omitted	Reasons	Explanation	Gri sector standard REF. NO.
GRI 3: Material Topic 2021	3-1 Process to determine material topics	Metodologia e risultati analisi di materialità	 A black cell with a yellow dot indicates that reasons for omission are not permitted for the disclosure or that a GRI Sector Standard reference number is not available.			
	3-2 List of material topics	Metodologia e risultati analisi di materialità				

9. GRI INDEX | SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

GRI standard / Other source	Disclosure	Location	Requirement(s) omitted	Reasons	Explanation	Gri sector standard REF. NO.
<i>GRI 3: Material Topic 2021</i>	3-3 Management of material topics	-				
<i>GRI 201: Economic Performance 2016</i>	201-1 Direct economic value generated and distributed	Sostenibilità economica				

9. GRI INDEX | GESTIONE DELL'ENERGIA

GRI standard / Other source	Disclosure	Location	Requirement(s) omitted	Reasons	Explanation	Gri sector standard REF. NO.
<i>GRI 3: Material Topic 2021</i>	3-3 Management of material topics		●	●	●	
<i>GRI 302: Energy 2016</i>	302-1 Energy consumption within the organization	Gestione dell'energia	●	●	●	
	302-3 Energy intensity	Gestione dell'energia	●	●	●	
	302-4 Reduction of energy consumption	Gestione dell'energia				

9. GRI INDEX | EMISSIONI IN ATMOSFERA

GRI standard / Other source	Disclosure	Location	Requirement(s) omitted	Reasons	Explanation	Gri sector standard REF. NO.
<i>GRI 3: Material Topic 2021</i>	3-3 Management of material topics		●	●	●	
<i>GRI 305: Emissions 2016</i>	305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions	Emissioni in atmosfera	●	●	●	
	305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	Emissioni in atmosfera	●	●	●	
	305-4 GHG emissions intensity	Emissioni in atmosfera	●	●	●	
	305-5 Reduction of GHG emissions	Emissioni in atmosfera				
<i>GRI 306: Waste 2020</i>	306-5 Waste directed to disposal	-				

9. GRI INDEX | SALUTE E SICUREZZA DEI DIPENDENTI

GRI standard / Other source	Disclosure	Location	Requirement(s) omitted	Reasons	Explanation	Gri sector standard REF. NO.
<i>GRI 3: Material Topic 2021</i>	3-3 Management of material topics		●	●	●	
<i>GRI 403: Occupational Health and Safety 2018</i>	403-1 Occupational health and safety management system	Salute e sicurezza dei dipendenti	●	●	●	
	403-2 Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	Salute e sicurezza dei dipendenti	●	●	●	
	403-3 Occupational health services	Salute e sicurezza dei dipendenti	●	●	●	
	403-4 Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	Salute e sicurezza dei dipendenti				

9. GRI INDEX | SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE

GRI standard / Other source	Disclosure	Location	Requirement(s) omitted	Reasons	Explanation	Gri sector standard REF. NO.
GRI 3: Material Topic 2021	3-3 Management of material topics		●	●	●	
GRI 401: Employment 2016	401-1 New employee hires and employee turnover	Sviluppo delle risorse umane	●	●	●	
	401-2 Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	Benefit rivolti al personale	●	●	●	
GRI 404: Training and education 2016	404-3 Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	Sviluppo delle risorse umane				

9. GRI INDEX | SALUTE E SICUREZZA DEI DIPENDENTI

GRI standard / Other source	Disclosure	Location	Requirement(s) omitted	Reasons	Explanation	Gri sector standard REF. NO.
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-5 Worker training on occupational health and safety	Salute e sicurezza dei dipendenti				
	403-6 Promotion of worker health	Salute e sicurezza dei dipendenti				
	403-7 Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	Salute e sicurezza dei dipendenti				
	403-8 Workers covered by an occupational health and safety management system	Salute e sicurezza dei dipendenti				

9. GRI INDEX | SALUTE E SICUREZZA DEI DIPENDENTI

GRI standard / Other source	Disclosure	Location	Requirement(s) omitted	Reasons	Explanation	Gri sector standard REF. NO.
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-9 Work-related injuries	Salute e sicurezza dei dipendenti	●	●	●	
	403-10 Work-related ill health	Salute e sicurezza dei dipendenti				

9. GRI INDEX | COINVOLGIMENTO DEI DIPENDENTI

GRI standard / Other source	Disclosure	Location	Requirement(s) omitted	Reasons	Explanation	Gri sector standard REF. NO.
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	-				
GRI 404: Training and education 2016	404-1 Average hours of training per year per employee	Sviluppo delle risorse umane				

9. GRI INDEX | DIVERSITÀ E INCLUSIONE

GRI standard / Other source	Disclosure	Location	Requirement(s) omitted	Reasons	Explanation	Gri sector standard REF. NO.
<i>GRI 3: Material Topic 2021</i>	3-3 Management of material topics		●	●	●	
<i>GRI 401: Employment 2016</i>	401-3 Parental leave	Diversità e inclusione	●	●	●	
<i>GRI 405: Diversity and equal opportunity 2016</i>	405-1 Diversity of governance bodies and employees	Diversità e inclusione	●	●	●	
	405-2 Ratio of basic salary and remuneration of women to men	Diversità e inclusione	●	●	●	
<i>GRI 406: Non-discrimination 2016</i>	406-1 Incidents of discrimination and corrective actions taken	Diversità e inclusione				

9. GRI INDEX | IMPEGNO PER LA COMUNITÀ

GRI standard / Other source	Disclosure	Location	Requirement(s) omitted	Reasons	Explanation	Gri sector standard REF. NO.
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Management of material topics	-	●	●	●	
GRI 413: Local communities 2016	413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	Impegno per la comunità				

?

Iniziamo?

Simpol s.r.l.
P.IVA: 12217550016

Via Tetti Valfrè, 1
10043 - Orbassano (Torino)

+39 011 024.07.25
info@simpolagency.com

