



Promotion Group

Code Ethique du Groupe

1. INTRODUCTION

Promotion Group opère dans le secteur de l'horlogerie depuis la fin des années soixante-dix, offrant aux personnes du monde entier des produits précieux de la plus haute qualité.

Honnêteté, transparence, innovation, responsabilité sociale et environnementale, respect des lois, des droits de l'homme et de l'éthique des affaires sont les valeurs dans lesquelles Promotion Group s'identifie. Cette identité s'est progressivement renforcée au cours de plus de quarante ans d'activité, devenant l'une des ressources fondamentales de l'entreprise.

Aujourd'hui, la croissance de l'activité oblige Promotion Group à opérer dans une multiplicité de contextes en évolution continue et rapide. En raison de la complexité de ce scénario, il est important que la Société réaffirme avec force sa philosophie, en définissant clairement l'ensemble des valeurs dans lesquelles elle se reconnaît, ainsi que les responsabilités qu'elle assume à l'intérieur et à l'extérieur. Le présent "Code d'éthique" est un document élaboré pour guider la conduite éthique de la Société et de tous les sujets (personnel interne et externe, clients et fournisseurs). Il s'agit d'un outil fondamental, qui fait partie du processus de divulgation et de clarification des principes de l'entreprise.

2. RECIPIENTS

Les principes contenus dans ce Code Ethique constituent la base de l'organisation interne de Promotion Group, avec le souhait que tous les acteurs externes en interface avec la Société, partagent et mettent en œuvre ces valeurs.

Le Code s'adresse donc aux organes de direction de la société, aux employés, aux administrateurs, à toutes les sociétés qui collaborent avec Promotion Group, ainsi qu'à tous les acteurs externes.

Les destinataires devront toujours agir selon les principes du Code éthique, en respectant les principes d'honnêteté, de loyauté, de diligence, d'impartialité, et en respectant les réglementations en vigueur dans les pays dans lesquels ils opèrent.

Les bénéficiaires fondent leur conduite sur la coopération et la collaboration mutuelles.

3. VALEURS DE L'ENTREPRISE

Promotion Group opère depuis toujours dans le respect de certaines valeurs fondamentales qu'elle considère comme des points de convergence indispensables de ses actions, des lignes directrices qui imprègnent chaque aspect de la vie de la société et de ses membres. L'honnêteté, l'équité, la responsabilité sociale et le respect des lois et des règlements constituent le fil rouge - le thème central - de l'activité de la société et le fondement de sa croissance, en harmonie avec le monde qui l'entoure. La constance dans le respect et la mise en œuvre de ces valeurs a toujours été la meilleure carte de visite de l'entreprise et la preuve que, avec la coopération de tous, un enrichissement humain et professionnel continu et mutuel est possible. A cet égard, Promotion Group et ses employés se mettent au service les uns des autres, ainsi qu'au service de toutes les personnes concernées, à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise.

3.1 Centralité de la personne

La personne humaine a toujours été au centre des efforts de Promotion Group, qui soutient dans toutes ses politiques et actions la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme, sanctionnée par les Nations Unies. La dignité de l'Homme est une condition fondamentale sur laquelle se base la Société, elle développe et oriente son activité, et elle sert d'inspiration pour les projets futurs. La protection de l'intégrité physique et morale de toutes les personnes, ainsi que le soutien à leur enrichissement technique, professionnel et moral, sont des ressources indispensables pour le succès de toute l'entreprise.

Sur la base de ces principes directeurs, Promotion Group rejette toute forme de discrimination fondée sur des caractéristiques telles que l'âge, la santé, le handicap, le sexe, la religion, la race, l'ethnie, la nationalité, l'orientation sexuelle, l'identité et/ou l'expression de genre, l'état civil, la grossesse, les opinions politiques et culturelles. La société promeut activement un comportement basé sur le respect mutuel, la gentillesse et le traitement équitable et respectueux de chaque employé et associé.

Promotion Group protège les travailleurs confrontés à des situations susceptibles de limiter leur capacité de travail (telles que la grossesse, la maternité, les accidents du travail, les infirmités, etc.) par le biais de politiques actives, en adoptant des mesures spécifiques visant à préserver l'intégrité physique et morale des personnes, conformément à la réglementation en vigueur.

La Société est consciente que l'enthousiasme et l'énergie de chaque individu sont des éléments fondamentaux pour sa croissance et sa prospérité. Elle respecte la diversité et favorise l'inclusion, éléments qui constituent un avantage concurrentiel concret pour la Société. En outre, elle s'engage à offrir des opportunités égales pour le développement des personnes, ainsi qu'à promouvoir et à encourager les initiatives de ses employés et de ceux qui travaillent au sein de la Société.

3.2 Protection du travail

Promotion Group prend toutes les mesures nécessaires pour garantir la sécurité et l'hygiène sur le lieu de travail, en adoptant et en appliquant les normes de sécurité requises par la législation en vigueur sur le travail, et en supervisant le respect correct et rapide de la législation. L'entreprise rejette le travail des enfants et toute forme de travail forcé ou coercitif, ainsi que toute forme de discrimination dans les politiques d'embauche et la gestion des ressources humaines. Elle garantit à tous les travailleurs le droit à une rémunération équitable et régulière, en les protégeant de tout types de traitement discriminatoire ou dégradant. La société s'engage fermement à prévenir toute forme de mobbing - brimades sur le lieu de travail - et d'exploitation du travail, qu'elle soit directe ou indirecte. Elle reconnaît également le mérite, la performance au travail et le potentiel professionnel des individus comme des critères déterminants pour les augmentations de salaire et les avancements de carrière.

La société encourage et garantit également la liberté d'association des travailleurs aux syndicats et reconnaît le droit à la négociation collective.

3.3 Protection de l'environnement

Les produits et les services offerts par Promotion Group n'ont pas d'impact significatif sur l'environnement. Cependant, Promotion Group s'engage à adopter des critères de prudence, en mettant en place les actions nécessaires pour prévenir tout dommage aux écosystèmes naturels, dérivé de toute activité ou pratique commerciale, menée directement ou indirectement au sein de la Société, ou pour son compte.

Dans chaque activité, il est nécessaire de rechercher la solution opérationnelle qui réduise au maximum la pollution de l'air, de l'eau et du sol, l'accumulation de substances extraites du sous-sol ou produites artificiellement, le gaspillage d'énergie et de ressources naturelles (eau, plantes, animaux, minéraux, etc.).

Promotion Group veille à ce que l'approvisionnement en matériaux précieux se fasse de manière éthique, responsable et respectueuse de l'environnement : À cet effet, la société adhère au principe de certification du Processus de Kimberley (PK) pour l'approvisionnement en diamants et à celui de l'approvisionnement responsable en or, en ce qui concerne les métaux précieux.

En outre, Promotion Group s'engage à impliquer directement les Destinataires, indiqués ci-dessus, dans la poursuite des objectifs établis par le présent Code éthique, en les invitant à respecter scrupuleusement la réglementation en vigueur en matière de protection de l'environnement, à adopter - si possible - les critères les plus rigoureux de la législation et, le cas échéant, à suivre les directives internationales.

Enfin, la Société promeut et met en œuvre toutes les actions nécessaires pour atteindre les objectifs environnementaux contenus dans l'Agenda 2030 pour le développement durable, signé par 193 Pays membres de l'ONU, et qui comprend la promotion de la production et de la consommation durables, la lutte contre le changement climatique, la conservation et l'utilisation durable des océans, des mers et des ressources marines, ainsi que la protection et l'utilisation durable de l'écosystème terrestre.

3.4 Respect des lois et règlements et responsabilité sociale

Promotion Group considère que le respect des réglementations nationales et internationales est une condition obligatoire et essentielle de ses actions. Par conséquent, elle s'engage à respecter toutes les lois et réglementations en vigueur, en mettant en place les contrôles nécessaires et en appliquant des sanctions si nécessaire, en investissant dans des programmes spéciaux de prévention de la criminalité et d'information.

Promotion Group reconnaît, en outre, la responsabilité sociale qui incombe aux entreprises, qui assume un rôle fondamental pour permettre une croissance économique et humaine durable et soutenable : Par conséquent, Promotion Group applique les outils de gestion requis, tels que définis par le Responsible Jewellery Council et s'engage à mettre en œuvre et à promouvoir les principes éthiques, le respect des droits de l'homme et les pratiques sociales, de manière transparente et responsable, en poursuivant un modèle de production qui respecte et sauvegarde les droits de l'homme, les capacités de régénération de la Terre et le bien-être des communautés. Par conséquent, la société assure non seulement la traçabilité de l'or utilisé dans ses processus, afin de garantir l'utilisation exclusive d'un "or éthique" (ne provenant pas de sources illicites ou de zones de conflit armé alimenté par le produit de la vente du métal précieux, conformément au "Guide de l'OCDE sur le devoir de diligence pour des chaînes d'approvisionnement responsables en minerais provenant de zones affectées par des conflits et à haut risque"), mais elle garantit également le respect de ces valeurs dans sa chaîne de production grâce à un contrôle direct et constant des fournisseurs impliqués dans le traitement. En outre, la société prend toutes les mesures nécessaires pour faire prendre conscience de l'importance d'une chaîne d'approvisionnement responsable, durable et soigneusement gérée et utilise son influence pour promouvoir des relations fondées sur le respect des principes éthiques.

3.5 Honnêteté et transparence

Promotion Group s'inspire du principe fondamental d'honnêteté dans toutes ses activités et initiatives, dans la création de ses produits, dans les relations avec les Clients et avec tous ceux dont les intérêts participent à la vie de la Société (stakeholders). La gestion de l'entreprise est basée sur les principes d'honnêteté, d'équité, d'intégrité, de cohérence, de loyauté, de collaboration et de respect mutuel : La fiabilité à long terme de la Société et de ses composantes internes et externes repose sur ces valeurs.

La Société fournit des informations transparentes et correctes, en réalisant ses communications de manière claire, transparente, précise et opportune, non seulement dans les relations externes mais aussi dans les relations internes, auprès de toutes les personnes qui exercent leur activité en son sein.

Promotion Group ne tolère aucun type de corruption et de blanchiment d'argent et s'engage à effectuer une surveillance attentive et constante afin que toute pratique suspecte soit connue et combattue.

Dans le cadre des relations avec des tiers, publics ou privés, les destinataires du présent Code d'éthique sont tenus de s'abstenir d'offrir ou d'accepter des avantages (directs ou indirects), des cadeaux, des actes de courtoisie ou d'hospitalité, à moins qu'ils ne soient pas de nature et de valeur telles qu'ils puissent nuire à l'objectivité du processus décisionnel. Ils sont également tenus de

s'abstenir de tenter d'établir des relations visant à conditionner, directement ou indirectement, leurs propres choix et activités.

3.6 Technologie et innovation

L'innovation et la recherche technique constante sont le moteur qui assure le développement constant et durable de la Société. Promotion Group est convaincue que l'évolution technologique est un élément essentiel pour créer et offrir à ses Clients des produits innovants. De manière à être quid pluris - plus distinctifs sur le marché et avec un niveau de qualité toujours plus élevé. Par conséquent, la Société s'engage à rechercher constamment l'optimisation des processus d'entreprise pour atteindre le plus haut niveau d'efficacité et d'efficience, en garantissant le niveau de qualité de ses produits dans le temps, et en respectant toujours les normes du secteur. L'innovation, la recherche de solutions nouvelles et la créativité doivent être des valeurs que tous les destinataires du présent code éthique doivent poursuivre comme des objectifs fondamentaux, en les faisant leurs et en les diffusant également parmi leurs collaborateurs externes.

Le processus de recherche et d'innovation doit toutefois toujours respecter les lois et les règlements relatifs aux droits de propriété intellectuelle.

4. RELATIONS INTERNES ET EXTERNES

4.1 Relations avec les fournisseurs

Promotion Group entend construire avec ses fournisseurs des relations solides et durables, caractérisées par la confiance mutuelle, dans un climat d'engagement et de collaboration, dans le but d'offrir aux Clients des produits de la plus haute qualité, tout en favorisant un comportement responsable tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Le choix des fournisseurs doit donc se fonder sur des principes d'objectivité, de compétence et de rentabilité, ainsi que sur des principes de transparence, dans le respect des normes environnementales et sociales les plus strictes.

Chaque rapport de fourniture est soumis au respect de la législation du travail en vigueur dans le pays où le travail est fourni. En outre, tous les sujets de la chaîne de production subordonnée doivent respecter les principes exprimés dans ce Code et dans le Code éthique des fournisseurs adopté par la Société.

4.2 Rapports avec les clients

Les relations avec les Clients doivent être fondées sur la satisfaction complète de leurs besoins et sur l'objectif de créer une relation solide et stable, basée sur les valeurs générales de la Société : correction, honnêteté, efficacité et professionnalisme.

Promotion Group s'engage à fournir des produits de haute qualité, répondant aux demandes des Clients tout en respectant les règles applicables en matière de santé et de sécurité des consommateurs. A cette fin, la Société s'engage à écouter de manière proactive les besoins des Clients, afin de fournir le produit le plus approprié à chaque consommateur.

4.3 Relations avec l'Administration Publique

Promotion Group s'engage à entretenir des relations avec l'Administration publique, les agents publics ou les personnes chargées d'un service public, dans le respect de la loi et des règlements. La gestion de ces relations est menée de manière honnête, équitable et transparente, conformément aux valeurs générales de l'entreprise.

5. NORMES ET STANDARDS DE CONDUITE

5.1 Comptabilité

La comptabilité de toutes les transactions commerciales est tenue conformément à la loi et aux normes comptables nationales, selon les principes de transparence, de clarté et de sincérité. Chaque employé est tenu de coopérer afin que les informations enregistrées dans les comptes soient vraies, exactes et complètes, ainsi que toujours vérifiables au moyen de documents justificatifs précis et ordonnés chronologiquement. Promotion Group considère qu'il est fondamental que chaque employé assure l'exactitude et la transparence de la tenue et de la documentation comptable, en veillant à ce qu'aucune écriture comptable incorrecte ou fausse ne soit incluse.

Un expert-comptable indépendant qualifié certifie les comptes et les bilans.

5.2 Contributions et parrainages

Promotion Group s'engage à soutenir uniquement les activités pouvant être utilisées pour le développement et l'innovation technologique du produit, et visant à améliorer les aspects sociaux et environnementaux, ou les activités des organismes de promotion culturelle ou sociale.

5.3 Informations confidentielles

Toutes les informations confidentielles recueillies par Promotion Group seront traitées conformément à la loi et dans le plus grand respect des droits de ceux qui les fournissent. Par informations confidentielles, on entend toutes les "données sensibles" concernant un individu et sa vie privée, ainsi que tous les savoir-faire, dessins, formules et brevets appartenant à des tiers, dont l'un quelconque est porté à la connaissance de la société. Par conséquent, la société s'engage à respecter les principes d'intégrité et la disponibilité des données, tout en protégeant ses systèmes d'information contre les accès et utilisations non autorisés et contre le risque de divulgation illicite des données traitées.

6. DISPOSITIONS FINALES

6.1 Application du Code d'éthique et activités de contrôle

Le Conseil d'administration est responsable de l'application du Code d'éthique.

Promotion Group considère qu'une activité de contrôle interne adéquate est d'une importance fondamentale pour préserver et garantir les valeurs de l'entreprise, l'utilisation efficace des ressources et le respect des lois et des règlements en vigueur. Par conséquent, elle s'engage à promouvoir et à faire prendre conscience de l'importance d'un suivi attentif de l'application de toutes les règles contenues dans le présent Code d'éthique, en mettant en œuvre un système de contrôle interne réparti sur plusieurs niveaux.

Toute violation du Code peut, à tout moment, être signalée directement aux membres du Conseil d'administration, en garantissant la confidentialité nécessaire. La violation du présent Code par les employés de Promotion Group constitue une violation des obligations fondamentales du rapport de travail avec toutes les conséquences prévues par la loi, y compris la résolution du rapport de travail et la réparation des dommages subis.

6.2 Approbation et acceptation du Code d'éthique

Le présent Code éthique est approuvé par le Conseil d'administration de Promotion Group et est accepté par toutes les sociétés filiales.

Altavilla Vicentina, 21/05/2025

Promotion Group



POLITIQUE D'ENTREPRISE

Promotion Group, composé de **Promotion SPA**, **Beauregard SAS**, **Beauregard Manufacture SA** et **B&C SA**, opérant dans le secteur de la production de composants pour l'horlogerie et des bijoux, conformément à la volonté de la Direction commune, déclare son engagement à gérer et développer ses activités avec une attention constante et une amélioration continue de la qualité des services dans le respect des Droits de l'Homme, de l'Éthique des Affaires, de la santé et sécurité au travail et de la protection de l'environnement.

Par conséquent, dans la mise en œuvre et la gestion de son Système Organisationnel, Promotion Group s'engage à adopter les principes sur lesquels se basent les normes internationales suivantes :

- Code de Pratiques du RJC (Responsible Jewellery Council)
- Chaîne de Traçabilité du RJC

Le Système Organisationnel, étendu à toutes les activités, repose sur l'engagement de la Direction à :

- écouter de manière proactive les besoins des clients ;
- respecter les normes définies et s'orienter vers l'amélioration continue ;
- assurer dans le temps le niveau de qualité des produits, répondre aux besoins et aux attentes des clients et des autres parties intéressées en garantissant le respect maximal des exigences ;
- partager à tous les niveaux la conscience de l'importance du Système à travers la diffusion de la documentation opérationnelle de planification et de réalisation des services ;
- garantir de manière systématique la compatibilité environnementale et la sécurité au travail des activités réalisées et des services fournis en conformité avec les normes nationales et internationales ;
- rechercher l'optimisation des processus d'entreprise pour atteindre le plus haut niveau d'efficacité et d'efficience ;
- se conformer à toutes les prescriptions légales internationales, nationales, régionales et municipales, applicables en matière d'environnement et de sécurité au travail, ainsi qu'à toute autre prescription à laquelle l'entreprise souhaite adhérer volontairement ;
- poursuivre l'amélioration continue de ses performances environnementales ;
- assurer la transparence et la justesse des informations mises à disposition des parties internes et externes.

Le Système de Gestion mis en œuvre, dans son acception la plus large, confère une "Valeur ajoutée" à la réalisation du produit. La gestion inefficace des processus génère, en revanche, des coûts supplémentaires considérés comme passifs, qui doivent donc être éliminés par des actions appropriées et rapides. Les résultats, en termes d'amélioration et d'atteinte des objectifs, ne sont réalisables qu'avec une action conjointe et intégrée de toutes les fonctions, dans le respect des processus identifiés.

La mise en œuvre efficace des points précédents est garantie de manière planifiée et systématique par la documentation du Système de Gestion, qui représente l'outil opérationnel pour l'application des

exigences définies à tous les niveaux organisationnels de l'entreprise, favorisant l'implication du personnel dans sa gestion grâce à la motivation et la familiarisation constantes.

La Direction s'engage à ce que la politique exprimée soit comprise, mise en œuvre et soutenue à tous les niveaux de l'organisation, en fournissant les ressources nécessaires à l'atteinte des objectifs, revus périodiquement par l'évaluation d'indicateurs spécifiques, pour être toujours en phase avec les exigences des clients, qu'elles soient exprimées, implicites ou contraignantes.

Consciente de la responsabilité sociale à laquelle les entreprises doivent répondre pour une croissance durable et soutenable, la Direction applique les exigences de gestion prévues par le Responsible Jewellery Council et s'engage à appliquer et promouvoir l'éthique, le respect des droits humains et les pratiques sociales de manière transparente et responsable.

L'application de la norme Responsible Jewellery Council implique une série d'engagements identifiés dans :

Éthique des affaires

En particulier, l'entreprise s'engage à :

- mener ses activités dans le respect maximal des normes éthiques, garantissant l'intégrité, la transparence et la conformité aux lois en vigueur ;
- ne tolérer aucune forme de corruption ou de blanchiment d'argent et veiller à ce que toute pratique suspecte soit signalée et combattue ;
- rendre claires de manière intégrale et détaillée les caractéristiques de ses produits et services ;
- assurer la traçabilité de l'or utilisé dans nos fabrications pour garantir l'utilisation exclusive d'"Or soumis à la Chaîne de Traçabilité" ne provenant pas de sources illicites ou de zones de conflit armé alimenté par la vente de métal précieux, conformément aux "OECD Due Diligence Guidance for Responsible Supply Chains of Minerals from Conflict-affected and High-risk Areas" ;
- assurer le respect de notre chaîne d'approvisionnement à travers la surveillance directe et constante des fournisseurs impliqués dans les fabrications ;
- diffuser la conscience de l'importance d'une filière responsable et bien gérée.

Droits de l'Homme

En particulier, l'entreprise s'engage à :

- soutenir la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme proclamée par les Nations Unies ;
- ne pas recourir au travail des enfants ni à aucune forme de travail forcé ou coercitif ;
- garantir des normes de sécurité élevées sur les lieux de travail conformément à la réglementation nationale et internationale ;
- ne pratiquer aucune forme de discrimination et n'appliquer aucun traitement dégradant, harcèlement, abus, coercition ou intimidation de quelque forme que ce soit ;
- promouvoir l'importance d'une communication transparente à tous les niveaux de l'organisation, en encourageant la dénonciation éventuelle de comportements inappropriés par toute personne travaillant au nom et pour le compte de l'Organisation ;
- respecter la législation en vigueur en matière de travail et veiller à son respect ;
- adopter intégralement ce qui est défini dans le Code Éthique élaboré et proposé par le Conseil d'Administration de Promotion SPA.

Systèmes de gestion

En particulier, l'entreprise s'engage à :

- appliquer la législation en vigueur de manière stricte et vertueuse ;
- promouvoir l'importance de la formation pour le personnel travaillant dans l'entreprise ;

- appliquer la politique d'entreprise dans le respect du Code of Practices 2019 et la rendre publique ;
- évaluer les risques relatifs à l'éthique, aux droits humains et aux performances environnementales découlant de nos partenaires et utiliser notre influence pour promouvoir des relations basées sur le respect des principes éthiques.

En rendant compte de l'évolution générale du système, durant la période de certification du Code of Practices du RJC, aucun écart par rapport au Code de Procédure n'a été constaté, et aucun risque n'a été relevé dans la chaîne d'approvisionnement selon les "OECD Due Diligence Guidance for Responsible Supply Chains of Minerals from CAHRA". En raison de la nature des activités de l'entreprise, l'approvisionnement en zones de conflit ou à haut risque n'est pas envisagé. Selon l'évaluation des risques effectuée, toutes nos sources sont évaluées comme étant à faible risque. En outre, aucune violation directe ou indirecte des droits humains n'a été causée par nous.

Tout commentaire, recommandation, signalement ou plainte concernant le système de gestion adopté par Promotion Group peut être envoyé à l'adresse électronique : alfonso.zuecco@promotion-group.it.

Altavilla Vicentina, 21/05/2025

Promotion Group



Code de conduite fournisseurs

1. CONTEXTE REGLEMENTAIRE

Les fournisseurs sont tenus de respecter les lois et normes en vigueur dans les pays dans lesquels ils opèrent. Si la réglementation locale est moins contraignante que les principes contenus dans le présent Code de Conduite des Fournisseurs, ces derniers s'engagent à adopter, dans un délai raisonnable, les mesures nécessaires pour s'adapter aux principes contenus dans le présent Code de Conduite des Fournisseurs. Les fournisseurs sont tenus de respecter les principes énoncés ci-dessous.

2. DÉFINITIONS

Dans le cadre du Code de conduite des fournisseurs, les termes suivants ont la signification précisée ci-dessous :

- « Contrat » : accord conclu entre les Parties sur la base des Conditions Générales et des Bons de Commande y afférents émis par la Société au Fournisseur, pour l'achat par la Société des Biens et/ou Services du Fournisseur, sous réserve que les Conditions Générales Les Conditions Générales et les Bons de Commande contiennent l'intégralité de l'accord entre les Parties concernant l'objet en question ; OU l'accord conclu par les Parties sur la base des termes et conditions spécifiques convenus pour la fourniture de certains Biens et/ou Services à la Société, selon le cas ;
- « Filiale » : toute personne morale/entité directement ou indirectement contrôlée, contrôlant ou soumise au contrôle commun de l'une des Parties, c'est-à-dire exercé par la détention directe ou indirecte de 50% ou plus du capital social ou des droits de vote de ladite personne morale/entité ;

- « Société » : le Promotion Group, dont le siège social est situé à Altavilla Vicentina (VI), Via Brenta, 44, et/ou ses Sociétés Affiliées indiquées dans le Bon de Commande, qui émet un Achat pour l'acquisition de Biens ou obtention de Services auprès du Fournisseur ;
- « Informations confidentielles » : toute information confidentielle, commerciale ou autre, relative à une Partie, ses matériels, produits, procédures, services et activités, fournie, sous quelque forme que ce soit, par et/ou au nom d'une Partie à une autre Partie ;
- « Représentants » : les salariés et représentants légaux de la Société ;
- « Biens » : biens corporels ou incorporels vendus par le Fournisseur à la Société ;
- « Partie » : la Société ou le Fournisseur individuellement, selon le cas ;
- « Parties » : la Société et le Fournisseur entendus collectivement ;
- « Bons de commande » : bons de commande de Biens ou de prestations de Services fournis par la Société au Fournisseur ; ▪ « CCF » : ce Code de Conduite Fournisseurs ;
- « Prestations » : travaux et/ou prestations intellectuelles réalisés par le Fournisseur pour la Société ;
- « Fournisseur » : personne physique ou morale qui fournit des Biens et/ou Services à la Société dans le cadre du Contrat.

3. OBJET ET CHAMP D'APPLICATION

3.1. La Société croit fermement que l'approvisionnement durable est un moyen efficace de promouvoir des valeurs et des pratiques responsables tout au long de la chaîne de valeur. L'entreprise, soucieuse d'établir des relations et des partenariats solides et durables avec ses fournisseurs, entend promouvoir un comportement responsable tout au long de sa chaîne d'approvisionnement.

3.2. Ce CCF établit les normes minimales relatives aux règles et exigences de durabilité requises par la Société, que tous les Fournisseurs doivent respecter pendant toute la durée de la relation commerciale entre les Parties.

3.3. Le Fournisseur s'engage à respecter les dispositions du CCF, telles que modifiées de temps à autre, en ce qui concerne le respect de ses obligations découlant du Contrat et dans ses relations avec la Société. Il est entendu que si le Fournisseur a adopté son propre code de conduite (ou document similaire) qui prévoit, en tout ou en partie, des règles plus strictes que celles du CCF, il sera autorisé à se conformer à ses propres règles plus restrictives, à condition que qu'il est garanti en tout état de cause, le respect des dispositions du présent CCF.

3.4. Ce CCF fait partie intégrante et essentielle de tous les accords entre les Parties.

4. SYSTÈMES DE GESTION

4.1. Le Fournisseur doit s'assurer que des systèmes de gestion adéquats et efficaces sont en place afin de se conformer au présent CCF, aux lois et réglementations applicables. Le fonctionnement et la qualité du système de management doivent être proportionnés à la taille, à la complexité et au contexte de risque de l'activité du Fournisseur.

4.2. Les exigences minimales sont les suivantes :

a) le Fournisseur doit adopter une approche structurée pour évaluer, atténuer et gérer les risques liés aux droits de l'homme et du travail, à la santé et à la sécurité au travail, à l'entreprise responsable et à l'impact environnemental (ci-après « Code de conduite ») ;

b) le fournisseur doit prendre des mesures d'amélioration liées aux problèmes du code de conduite et identifier les actions visant à atteindre ces objectifs afin d'assurer une meilleure performance. En cas de non-respect des normes établies par le CCF, le Fournisseur s'engage à prendre toutes les mesures nécessaires pour en assurer le respect ;

c) le Fournisseur doit se conformer à toutes les lois, réglementations et conditions contractuelles qui affectent ses obligations et les communiquer en temps opportun aux employés et partenaires commerciaux par le biais d'une formation adéquate ;

d) Le fournisseur doit mettre en place des systèmes permettant de signaler les réclamations relatives à des questions relatives au code de conduite.

4.3. Les fournisseurs impliqués dans la chaîne de contrôle RJC CoC sont tenus de respecter les règles suivantes :

1. Gardez le matériel CoC qu'il reçoit séparer et identifié du reste du matériel non-CoC pendant chaque phase de vos processus :

- Le matériel CoC d'arrivée est toujours accompagné du TD (Transfer Document)
- Le métal CoC ne doit jamais être mélangé avec du métal non-CoC
- En cas d'arrivée du métal identifié comme CoC mais non accompagné du TD correspondant, celui-ci doit être demandé à l'entreprise qui l'a envoyé
- En cas de non-conformité relative à la traçabilité du métal (ex : métal CoC mélangé à une matière non-CoC, perte d'identification du métal, etc...) celle-ci doit être signalée dans la

rubrique « Informations complémentaires » du DT concerné et communiqué immédiatement à la société du groupe qui a envoyé les produits

2. Accepter de supporter d'éventuels audits par les sociétés du Promotion Group

5. TRAVAIL ET DROITS HUMAINS

5.1. Droits humains. Le Fournisseur s'engage à : a) respecter les droits de l'homme et à ne pas être complice de violations des droits de l'homme ; b) cartographier son impact sur les droits de l'homme s'il en est ainsi convenu ; c) disposer de moyens adéquats pour résoudre toute violation des droits de l'homme.

5.2. Droits fondamentaux des travailleurs. Le Fournisseur s'engage à : a) ne pas employer de personnes de moins de 18 ans, ou l'âge minimum selon la législation nationale, selon l'âge le plus élevé (conformément à la Convention 138 de l'OIT sur le travail des enfants) ; b) veiller à ce que le fait d'employer des personnes ayant dépassé l'âge minimum légal mais ayant moins de 18 ans ne compromette pas l'éducation, la santé, la sécurité ou la moralité des personnes ; c) reconnaître les droits des employés de s'organiser, d'être membres d'un syndicat et de négocier collectivement ; d) ne recourir à aucune forme de travail forcé ; e) ne pas faire de discrimination à l'égard d'un employé ou d'un employé potentiel ; f) traiter tous les employés avec équité et respect.

5.3. Salaires et heures de travail. Le Fournisseur s'engage à : a) payer aux employés le salaire minimum et les éventuelles heures supplémentaires prévues contractuellement conformément aux lois nationales ou aux conventions collectives ; b) appliquer les horaires de travail conformément à la loi et aux conventions collectives applicables. En l'absence d'une telle loi ou d'un tel accord, les heures de travail ne doivent pas dépasser 48 heures par semaine ; c) accorder à tous les employés au moins un jour de repos pour tous les sept jours de travail consécutifs, sauf disposition contraire des lois applicables

6. ÉTHIQUE

Le Fournisseur s'engage à : a) exercer ses activités dans le plein respect de la législation en vigueur en matière d'antitrust et de concurrence loyale ; b) prévenir tout conflit d'intérêts entre les Parties ; c) ne pas accepter ou offrir des pots-de-vin, des paiements de facilitation ou quoi que ce soit de valeur dans le but d'obtenir ou de maintenir des affaires ou tout bénéfice ou avantage indu, devant, en général, se conformer à la législation anti-corruption existante ; d) se conformer à toutes les règles et réglementations, y compris celles établies par la Société, relatives à la sécurité et à la qualité des produits et services ; e) enregistrer et divulguer avec transparence et exactitude les détails de ses

opérations commerciales, de sa structure organisationnelle, de sa situation économique et de ses services conformément aux lois et règlements en vigueur. Cela peut inclure les éléments suivants : i. les Représentants devront prendre en charge leurs propres frais de déplacement et d'hébergement lors de visites chez le Fournisseur, à l'occasion de conférences, de visites de sites, etc. ; ii. Les représentants ne doivent pas recevoir de cadeaux, de gratifications ou de sommes d'argent pouvant être considérés comme inappropriés ou inappropriés par rapport à d'éventuelles transactions commerciales.

7. PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

Le Fournisseur s'engage à : a) respecter toutes les exigences environnementales conformément aux lois, réglementations et autorisations applicables ; b) s'assurer que ses employés possèdent les connaissances et l'expérience adéquates en matière d'environnement, ainsi que les ressources leur permettant de s'acquitter de leurs responsabilités environnementales; c) assurer la diffusion à tous les employés des instructions écrites et des informations pertinentes concernant les processus ayant un impact potentiel sur l'environnement (par exemple, le stockage et la manipulation de matières dangereuses); d) travailler pour prévenir toute urgence environnementale et assurer sa préparation pour répondre adéquatement à une telle éventualité, en analysant, identifiant et adoptant des mesures préventives et correctives; e) gérer systématiquement les violations ou les problèmes environnementaux et communiquer les informations aux employés et aux parties intéressées externes, y compris la Société si elle est impliquée ; f) fournir à la Société des fiches signalétiques à jour (fiches techniques ou fiches de données de sécurité) et tous les documents et renseignements pertinents demandés par la Société ; g) mettre en œuvre les actions nécessaires pour atteindre les objectifs environnementaux contenus dans l'Agenda 2030 pour le développement durable signé par les pays membres de l'ONU, y compris la promotion de la production et de la consommation durables, la lutte contre le changement climatique, la conservation et l'utilisation durable des océans, des mers et des ressources marines ainsi que la protection et l'utilisation durable de l'écosystème terrestre ; h) mettre en œuvre un système de gestion environnementale afin d'améliorer les performances environnementales et d'obtenir une gestion des déchets plus appropriée, la réduction des émissions de gaz à effet de serre, l'élimination de la pollution de l'air, de l'eau et des sols, ainsi que l'augmentation de l'utilisation des énergies renouvelables et la réduction de la consommation d'eau et d'énergie.

8. FORMATION

Promotion Group encourage tous les fournisseurs à diffuser les principes énoncés ci-dessus également par le biais d'une formation adéquate des employés de leur base de fournisseurs.

9. SURVEILLANCE ET ACTIONS CORRECTIVES

Promotion Group se réserve le droit d'effectuer des contrôles par le biais d'audits effectués par le personnel du groupe et/ou des tiers sous réserve d'une communication appropriée sur les questions couvertes par le présent code de conduite. En cas de non-conformité, Promotion Group:

- exigera des fournisseurs qu'ils préparent puis mettent en œuvre un plan de reprise des non-conformités ;
- procédera à des vérifications documentaires et/ou à des audits supplémentaires pour s'assurer de la mise en œuvre effective des plans de redressement ci-dessus, sous réserve d'une notification préalable appropriée.

Dans le cas où le Fournisseur violerait les principes du Code de Conduite des Fournisseurs, ou si des non-conformités sont constatées et que les plans d'amélioration envisagés ne sont pas préparés et mis en œuvre, Promotion Group se réserve le droit de suspendre par mesure de précaution et/ou de résilier par anticipation avec effet immédiat toute relation commerciale ainsi que d'agir en réparation de toute perte, dommage, dépense ou autre coût pouvant résulter de tout manquement et/ou comportement de sa part du Fournisseur.

Altavilla Vicentina, 21/05/2025

Promotion Group

“Bon pour accord”

Signature & timbre :



Directives et procédures anti-corruption - Promotion Group

1. Traitement des paiements de facilitation

Promotion Group adopte une politique de tolérance zéro à l'égard des paiements de facilitation. Ces paiements, souvent de faible valeur, visent à accélérer des processus administratifs ou à obtenir des services auxquels nous avons déjà droit. Toute demande de paiement de facilitation doit être immédiatement signalée à la direction. Promotion Group s'engage à respecter les lois anti-corruption locales et internationales.

2. Donner et recevoir des cadeaux

Les cadeaux d'affaires peuvent être un geste courtois dans certaines relations professionnelles, mais ils ne doivent en aucun cas influencer les décisions d'affaires ni créer des conflits d'intérêt. Chez Promotion Group:

- La valeur maximale des cadeaux donnés ou reçus ne doit pas excéder **€100** sans approbation préalable de la direction.
- Les cadeaux d'une valeur plus élevée doivent être déclarés à la direction.
- Les cadeaux en argent liquide ou assimilables (cartes-cadeaux, bons d'achat) sont strictement interdits.

3. Parrainages et mécénat

Promotion Group s'engage à pratiquer le parrainage dans le cadre de sa stratégie de responsabilité sociale d'entreprise. Toutefois, tous les Parrainages et dons doivent :

- Être en ligne avec les valeurs de Promotion Group.
- Avoir un objectif commercial légitime.
- Être transparents et documentés pour éviter tout soupçon de malversation. Toute demande de parrainage ou de don doit être approuvée par la direction.

4. Contributions politiques

Promotion Group ne fait pas de contributions politiques directes en faveur de candidats ou de partis politiques. Toute contribution à des causes politiques doit être strictement conforme aux lois locales et respecter une transparence totale. Si un employé souhaite soutenir une cause politique à titre personnel, cela ne doit pas impliquer Promotion Group.

5. Lobbying responsable

Promotion Group s'engage à mener toutes ses activités de lobbying de manière éthique et transparente. Toute activité de lobbying doit:

- Respecter les lois et réglementations en vigueur dans le pays concerné.
- Représenter des faits et des informations vérifiables.
- Être menée dans l'intérêt de nos parties prenantes sans tenter d'influencer illégalement les décisions des pouvoirs publics.

6. Mise en œuvre et formation

Promotion Group veillera à ce que tous les employés et partenaires d'affaires reçoivent la formation nécessaire pour comprendre et respecter ces directives. Un canal de communication confidentiel sera mis en place pour signaler tout manquement à ces règles.

Promotion Group s'engage à respecter les normes les plus élevées en matière d'éthique et de conduite professionnelle. Ces directives sont essentielles pour garantir l'intégrité et la transparence de toutes nos opérations.

7. Approbation et acceptation des Directives

Les présentes Directives sont approuvées par le Conseil d'administration de Promotion Group et sont acceptées par toutes les sociétés filiales.

Altavilla Vicentina, 04/05/2025

Promotion Group



Compte Rendu Année 2024

Promotion SPA et ses filiales Beauregard SAS – Beauregard Manufacture SA, opérant dans le secteur de la production de composants pour l'horlogerie et de la joaillerie, conformément à la volonté de la Direction de l'entreprise, déclarent leur engagement à gérer et développer leurs activités avec une attention constante et une amélioration continue de la qualité des services dans le respect des Droits de l'Homme, de l'Éthique des Affaires, de la santé et sécurité au travail, ainsi que de la protection de l'environnement.

Les principes éthiques qui sous-tendent le groupe sont résumés dans la Politique générale de l'entreprise, diffusée et partagée avec tous les interlocuteurs ayant des relations de quelque nature que ce soit avec l'Organisation. La mise en œuvre et la gestion de son Système Organisationnel sont basées sur les préceptes du Responsible Jewellery Council et du Guide OCDE sur le devoir de diligence pour des chaînes d'approvisionnement responsables en minerais provenant de zones de conflit et à haut risque (CAHRA).

Promotion SPA et ses filiales Beauregard SAS – Beauregard Manufacture SA travaillent à établir des systèmes de gestion d'entreprise solides en adoptant une politique de chaîne d'approvisionnement affirmant notre engagement envers le respect de l'homme et de ses droits afin d'éviter de contribuer au financement de conflits, en respectant toutes les résolutions et lois pertinentes émises par les Nations Unies et les associations mondiales compétentes en la matière.

Nous demandons que nos valeurs et principes soient diffusés et partagés par toutes nos contreparties par la diffusion de la Politique d'Entreprise et la demande d'acceptation de celle-ci. L'identification des risques liés à la chaîne d'approvisionnement prévoit l'utilisation d'un questionnaire spécifique envoyé à nos fournisseurs selon les indicateurs de risque évoqués dans le supplément aux lignes directrices de l'OCDE "Due Diligence Guidance for Responsible Supply Chains of Minerals from CAHRA", complété par des exigences supplémentaires concernant le respect des Droits de l'Homme, des réglementations en matière de santé et sécurité au travail et des réglementations environnementales.

Toutes nos transactions sont effectuées uniquement si le niveau de risque évalué pour la contrepartie en question est acceptable. Par la nature de notre activité, les transactions à risque ne sont pas envisageables. Nous n'avons pas d'activités de fusion et les profils en alliage que nous travaillons proviennent d'affineurs certifiés CoP – CoC via nos clients.

Nous encourageons nos contreparties à nous communiquer toute plainte ou signalement dès que possible via l'email alfonso.zuecco@promotion-group.it. La responsabilité de la gestion des plaintes incombe à la Direction.

Nous déclarons que pendant la période d'application du Code de Pratiques du RJC, aucun écart par rapport au Code de Procédure n'a été constaté, aucune transaction à risque n'a été relevée dans la chaîne d'approvisionnement selon les lignes directrices de l'OCDE "Due Diligence Guidance for Responsible Supply Chains of Minerals from CAHRA", et toutes les transactions traitées sont à faible risque.

Altavilla Vicentina (VI), 21/05/2025

La Direction



RESPONSIBLE
JEWELLERY
COUNCIL

LEAD WITH PURPOSE . INSPIRE WITH TRUST
CONTRIBUTE TO DEVELOPMENT

BY THE AUTHORITY OF THE COUNCIL

Beauregard Manufacture SA

IS A CERTIFIED MEMBER OF
THE RESPONSIBLE JEWELLERY COUNCIL

NUMBER: 0000 4343
DURATION: 3 Year
PERIOD: 28 October 2022 - 28 October 2025
STANDARD: Code of Practices 2019

DAVID BOUFFARD
CHAIRMAN

JOHN HALL
INTERIM EXECUTIVE DIRECTOR



RESPONSIBLE
JEWELLERY
COUNCIL

CERTIFICATION OVERVIEW

MEMBERSHIP FORUM	Jewellery and Watch Manufacturer and/or Wholesaler
AUDIT DATE	30 June 2022
AUDIT TYPE	Re-certification
APPLICABLE STANDARD	Code of Practices 2019
ACCREDITED AUDIT FIRM	Bureau Veritas Italia
APPLICABLE PROVISIONS	1. General requirements: 1-4, except 3.2 2. Responsible supply chains, human rights and due diligence: 5-14, except 7.1a, 7.3, 8, 9, 11.3, 13.2-4, 14.2-3 3. Labour rights and working conditions: 15-22, except 19.3, 21.3 4. Health, Safety and Environment: 23-27, except 23.10, 27.4 5. Gold, Silver, PGM, diamond and coloured gemstone products: 28-30, except 28.2b, e-g, 29, 30 6. Responsible mining: Not applicable

PROVENANCE
CLAIMS

Not applicable

AUDITOR STATEMENT OF
CONFORMANCE

Based on the scope and findings of the certification audit, the member has demonstrated a conformance level consistent with a:

3 Year Certification

NEXT AUDIT TYPE

MID-TERM REVIEW (within 12-24 months):

- ☒ A. Mid-term review NOT required due to:
- ☒ No anticipated changes to the certification scope during the certification period
- ☐ 3 or less minor non-conformances with critical provisions or in general identified by the audit (not covered by parallel audits for schemes identified as equivalent to RJC's) for an individual member in the mining sector or a non-mining sector member
- ☐ <25 full time equivalent personnel
- ☒ Low risk of non-conformances due to management controls
- ☐ Existence of parallel audits for schemes recognised by RJC
- ☒ Strong internal controls ensuring effective review and closure of corrective actions for non-conformances

- ☐ B. Mid-term review (desktop only) required due to:
- ☐ No impact on conformance levels from any changes to the certification scope
- ☐ 5 or less minor non-conformances with critical provisions or in general identified by the audit (not covered by parallel audits for schemes identified as equivalent to RJC's) for an individual member in the mining sector or a non-mining sector member
- ☐ Possibility of remote verification of actions
- ☐ No risk to critical provisions

-
- ☐ C. Mid-term review (with a site visit) required due to:
 - ☐ Known and anticipated changes to the certification scope during the certification period
 - ☐ Member no longer supporting external standards and initiatives recognised by RJC
 - ☐ 6 or more minor non-conformances with critical provisions or in general identified by the audit (not covered by parallel audits for schemes identified as equivalent to RJC's) for an individual member in the mining sector or a non-mining sector member
 - ☐ New systems and controls for critical provisions that could not be tested at the certification audit
 - ☐ Need to test new systems and controls ensuring respect for critical provisions
 - ☐ Facilities with risk of non-conformances with critical provisions
 - ☐ Other reasons presented by the lead auditor necessitating an onsite verification

CERTIFICATION SCOPE

Business name of entity/facility
Beauregard Manufacture SA

Location (City and Country)
La Chaux-de-Fonds, Switzerland

Business Activity
Production of watches bracelets components

ABOUT THIS CERTIFICATION

This certification is issued by the Responsible Jewellery Council in accordance with its standards and supporting documentation, available on the [RJC website](#).

This certificate can be authenticated on the [RJC website](#). Please contact certification@responsiblejewellery.com with any questions.

The RJC aims to ensure the fair, timely and objective resolution of complaints relating to RJC certification. The complaints mechanism and contact details can be accessed on the [RJC website](#).

DISCLAIMER

No guarantee, warranty or representation is made by the RJC as to the accuracy or completeness of the information in this COP certificate, and no advice or information, whether oral or written, obtained from the RJC or elsewhere, will create any warranty, guarantee or representation in respect of this COP certificate. Compliance with RJC's standards and procedures is neither intended to, nor does it create, establish, or recognise any legally enforceable obligations or rights of, or against, the RJC and/or its members or signatories. To the fullest extent permitted by law, the RJC does not accept or assume responsibility to anyone for the audit process, for the member, for the entity, for the auditor, for COP certification, or for the decision to grant COP certification.

The Responsible Jewellery Council is the trading name of the Council for Responsible Jewellery Practices Ltd. The Council for Responsible Jewellery Practices Ltd, Quality House, 5-9 Quality Court, London, WC2A 1HP, UK. The Council for Responsible Jewellery Practices Ltd is registered in England and Wales with company number 05449042.



RESPONSIBLE
JEWELLERY
COUNCIL

LEAD WITH PURPOSE . INSPIRE WITH TRUST
CONTRIBUTE TO DEVELOPMENT

BY THE AUTHORITY OF THE COUNCIL

Promotion SpA

IS A CERTIFIED MEMBER OF
THE RESPONSIBLE JEWELLERY COUNCIL

NUMBER: 0000 4340
DURATION: 3 Year
PERIOD: 27 October 2022 - 27 October 2025
STANDARD: Code of Practices 2019

DAVID BOUFFARD
CHAIRMAN

JOHN HALL
INTERIM EXECUTIVE DIRECTOR



CODE
OF
PRACTICES



RESPONSIBLE
JEWELLERY
COUNCIL

CERTIFICATION OVERVIEW

MEMBERSHIP FORUM	Jewellery and Watch Manufacturer and/or Wholesaler
AUDIT DATE	27 June 2022
AUDIT TYPE	Re-certification
APPLICABLE STANDARD	Code of Practices 2019
ACCREDITED AUDIT FIRM	Bureau Veritas Italia
APPLICABLE PROVISIONS	1. General requirements: 1-4, except 3.2 2. Responsible supply chains, human rights and due diligence: 5-14, except 7.1a, 7.3a, 8, 9, 11.3, 13.2-4 3. Labour rights and working conditions: 15-22, except 19.3, 21.3 4. Health, Safety and Environment: 23-27, except 23.6, 10, 27.4 5. Gold, Silver, PGM, diamond and coloured gemstone products: 28-30, except 28.2g, 29, 30 6. Responsible mining: Not applicable

PROVENANCE
CLAIMS

Not applicable

AUDITOR STATEMENT OF
CONFORMANCE

Based on the scope and findings of the certification audit, the member has demonstrated a conformance level consistent with a:

3 Year Certification

NEXT AUDIT TYPE

MID-TERM REVIEW (within 12-24 months):

- ☒ A. Mid-term review NOT required due to:
- ☒ No anticipated changes to the certification scope during the certification period
- ☒ 3 or less minor non-conformances with critical provisions or in general identified by the audit (not covered by parallel audits for schemes identified as equivalent to RJC's) for an individual member in the mining sector or a non-mining sector member
- ☒ <25 full time equivalent personnel
- ☐ Low risk of non-conformances due to management controls
- ☐ Existence of parallel audits for schemes recognised by RJC
- ☒ Strong internal controls ensuring effective review and closure of corrective actions for non-conformances

- ☐ B. Mid-term review (desktop only) required due to:
- ☐ No impact on conformance levels from any changes to the certification scope
- ☐ 5 or less minor non-conformances with critical provisions or in general identified by the audit (not covered by parallel audits for schemes identified as equivalent to RJC's) for an individual member in the mining sector or a non-mining sector member
- ☐ Possibility of remote verification of actions
- ☐ No risk to critical provisions

-
- ☐ C. Mid-term review (with a site visit) required due to:
 - ☐ Known and anticipated changes to the certification scope during the certification period
 - ☐ Member no longer supporting external standards and initiatives recognised by RJC
 - ☐ 6 or more minor non-conformances with critical provisions or in general identified by the audit (not covered by parallel audits for schemes identified as equivalent to RJC's) for an individual member in the mining sector or a non-mining sector member
 - ☐ New systems and controls for critical provisions that could not be tested at the certification audit
 - ☐ Need to test new systems and controls ensuring respect for critical provisions
 - ☐ Facilities with risk of non-conformances with critical provisions
 - ☐ Other reasons presented by the lead auditor necessitating an onsite verification

CERTIFICATION SCOPE

Business name of entity/facility
PROMOTION SPA

Location (City and Country)
Altavilla Vicentina, Italy

Business Activity
Trading of watch straps

ABOUT THIS CERTIFICATION

This certification is issued by the Responsible Jewellery Council in accordance with its standards and supporting documentation, available on the [RJC website](#).

This certificate can be authenticated on the [RJC website](#). Please contact certification@responsiblejewellery.com with any questions.

The RJC aims to ensure the fair, timely and objective resolution of complaints relating to RJC certification. The complaints mechanism and contact details can be accessed on the [RJC website](#).

DISCLAIMER

No guarantee, warranty or representation is made by the RJC as to the accuracy or completeness of the information in this COP certificate, and no advice or information, whether oral or written, obtained from the RJC or elsewhere, will create any warranty, guarantee or representation in respect of this COP certificate. Compliance with RJC's standards and procedures is neither intended to, nor does it create, establish, or recognise any legally enforceable obligations or rights of, or against, the RJC and/or its members or signatories. To the fullest extent permitted by law, the RJC does not accept or assume responsibility to anyone for the audit process, for the member, for the entity, for the auditor, for COP certification, or for the decision to grant COP certification.

The Responsible Jewellery Council is the trading name of the Council for Responsible Jewellery Practices Ltd. The Council for Responsible Jewellery Practices Ltd, Quality House, 5-9 Quality Court, London, WC2A 1HP, UK. The Council for Responsible Jewellery Practices Ltd is registered in England and Wales with company number 05449042.



RESPONSIBLE
JEWELLERY
COUNCIL

LEAD WITH PURPOSE . INSPIRE WITH TRUST
CONTRIBUTE TO DEVELOPMENT

BY THE AUTHORITY OF THE COUNCIL

Beauregard Sarl

IS A CERTIFIED MEMBER OF
THE RESPONSIBLE JEWELLERY COUNCIL

NUMBER: 0000 4341
DURATION: 3 Year
PERIOD: 11 October 2022 - 11 October 2025
STANDARD: Code of Practices 2019

DAVID BOUFFARD
CHAIRMAN

JOHN HALL
INTERIM EXECUTIVE DIRECTOR



CODE
OF
PRACTICES



RESPONSIBLE
JEWELLERY
COUNCIL

CERTIFICATION OVERVIEW

MEMBERSHIP FORUM	Jewellery and Watch Manufacturer and/or Wholesaler
AUDIT DATE	28 June 2022
AUDIT TYPE	Re-certification
APPLICABLE STANDARD	Code of Practices 2019
ACCREDITED AUDIT FIRM	Bureau Veritas Italia
APPLICABLE PROVISIONS	1. General requirements: 1-4, except 3.2 2. Responsible supply chains, human rights and due diligence: 5-14, except 7.1a, 7.3, 8, 9, 11.3, 13.2-4 3. Labour rights and working conditions: 15-22, except 19.3, 21.3 4. Health, Safety and Environment: 23-27, except 23.10, 27.4 5. Gold, Silver, PGM, diamond and coloured gemstone products: 28-30, except 28.2b,g, 29, 30 6. Responsible mining: Not applicable

PROVENANCE
CLAIMS

Not applicable

AUDITOR STATEMENT OF
CONFORMANCE

Based on the scope and findings of the certification audit, the member has demonstrated a conformance level consistent with a:

3 Year Certification

NEXT AUDIT TYPE

MID-TERM REVIEW (within 12-24 months):

- ☒ A. Mid-term review NOT required due to:
- ☒ No anticipated changes to the certification scope during the certification period
 - ☐ 3 or less minor non-conformances with critical provisions or in general identified by the audit (not covered by parallel audits for schemes identified as equivalent to RJC's) for an individual member in the mining sector or a non-mining sector member
 - ☐ <25 full time equivalent personnel
 - ☒ Low risk of non-conformances due to management controls
 - ☐ Existence of parallel audits for schemes recognised by RJC
 - ☒ Strong internal controls ensuring effective review and closure of corrective actions for non-conformances

- ☐ B. Mid-term review (desktop only) required due to:
- ☐ No impact on conformance levels from any changes to the certification scope
 - ☐ 5 or less minor non-conformances with critical provisions or in general identified by the audit (not covered by parallel audits for schemes identified as equivalent to RJC's) for an individual member in the mining sector or a non-mining sector member
 - ☐ Possibility of remote verification of actions
 - ☐ No risk to critical provisions

-
- ☐ C. Mid-term review (with a site visit) required due to:
 - ☐ Known and anticipated changes to the certification scope during the certification period
 - ☐ Member no longer supporting external standards and initiatives recognised by RJC
 - ☐ 6 or more minor non-conformances with critical provisions or in general identified by the audit (not covered by parallel audits for schemes identified as equivalent to RJC's) for an individual member in the mining sector or a non-mining sector member
 - ☐ New systems and controls for critical provisions that could not be tested at the certification audit
 - ☐ Need to test new systems and controls ensuring respect for critical provisions
 - ☐ Facilities with risk of non-conformances with critical provisions
 - ☐ Other reasons presented by the lead auditor necessitating an onsite verification

CERTIFICATION SCOPE

Business name of entity/facility
Beauregard Sarl

Location (City and Country)
Couteuges, France

Business Activity
Watches, bracelets Manufacturer

ABOUT THIS CERTIFICATION

This certification is issued by the Responsible Jewellery Council in accordance with its standards and supporting documentation, available on the [RJC website](#).

This certificate can be authenticated on the [RJC website](#). Please contact certification@responsiblejewellery.com with any questions.

The RJC aims to ensure the fair, timely and objective resolution of complaints relating to RJC certification. The complaints mechanism and contact details can be accessed on the [RJC website](#).

DISCLAIMER

No guarantee, warranty or representation is made by the RJC as to the accuracy or completeness of the information in this COP certificate, and no advice or information, whether oral or written, obtained from the RJC or elsewhere, will create any warranty, guarantee or representation in respect of this COP certificate. Compliance with RJC's standards and procedures is neither intended to, nor does it create, establish, or recognise any legally enforceable obligations or rights of, or against, the RJC and/or its members or signatories. To the fullest extent permitted by law, the RJC does not accept or assume responsibility to anyone for the audit process, for the member, for the entity, for the auditor, for COP certification, or for the decision to grant COP certification.

The Responsible Jewellery Council is the trading name of the Council for Responsible Jewellery Practices Ltd. The Council for Responsible Jewellery Practices Ltd, Quality House, 5-9 Quality Court, London, WC2A 1HP, UK. The Council for Responsible Jewellery Practices Ltd is registered in England and Wales with company number 05449042.