Promotion Group

Promotion SpA | BEAUREGARD MANUFACTURE SA | BEAUREGARD SAS | B&C S.A.

RAPPORT DE DÉVELOPPEMENT DURABLE 2023

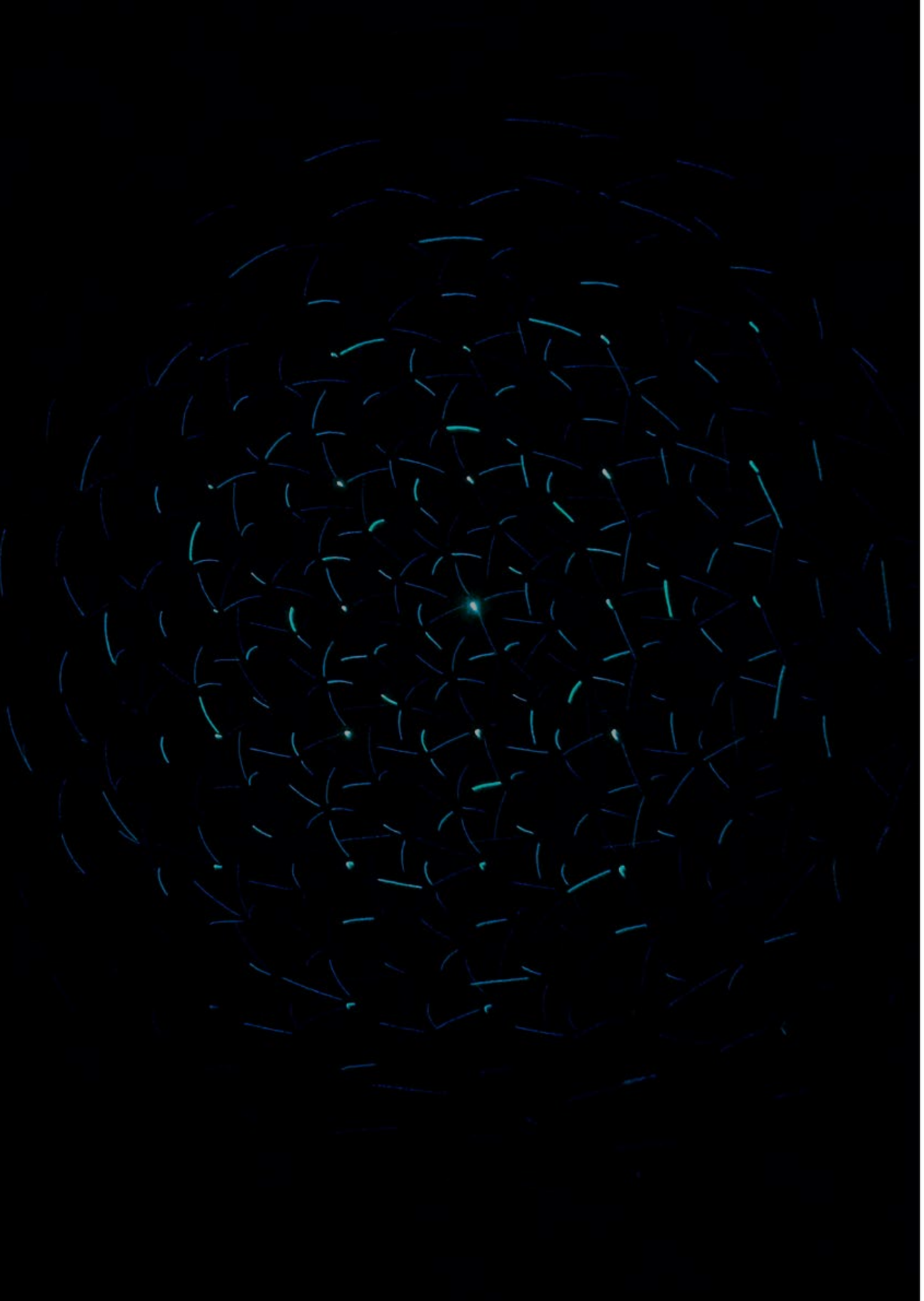


Table des matières

4 LETTRE DU CEO

7 LETTRE DU DIRECTEUR GÉNÉRAL DU GROUPE

8 CHAMP D'APPLICATION DU RAPPORT DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

11 COMMENT LIRE CE RAPPORT

12 LIGNES DIRECTRICES ADOPTÉES
14 NOTE MÉTHODOLOGIQUE
17 NOS CHIFFRES
18 LE DÉVELOPPEMENT DURABLE POUR PROMOTION GROUP
20 OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE (ODD)
22 NOS PARTIES PRENANTES
26 RELATIONS INTERNES ET EXTERNES
28 NORMES ET RÈGLES DE CONDUITE

37 PROFIL DE L'ENTREPRISE

38 NOTRE HISTOIRE
42 VISION ET MISSION
46 NOS VALEURS
54 GOUVERNANCE

61 TRAITS DISTINCTIFS

67 IMPACT SOCIAL

72 FORMATION ET VALORISATION
76 SANTÉ ET SÉCURITÉ DES EMPLOYÉS ET DES COLLABORATEURS
81 LE SYSTÈME QUALITÉ DE PROMOTION GROUP
86 CONTRIBUTIONS CARITATIVES ET ENGAGEMENT SOCIAL DE PROMOTION GROUP

91 IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT

92 CONSOMMATION D'ÉNERGIE
94 CONSOMMATION DE GAZ
95 CONSOMMATION D'EAU
98 CONSOMMATION DE CARBURANT
100 GESTION DES DÉCHETS

102 INDEX GRI

Lettre du CEO

L'année 2023 a été stratégique pour notre entreprise. Malgré les défis liés à la complexité macroéconomique et à la volatilité des marchés, le secteur horloger a enregistré des résultats exceptionnels avec des chiffres nettement plus positifs que les années précédentes. Dans ce contexte, notre équipe a travaillé avec engagement et détermination, inspirée par notre longue histoire et les valeurs qui continuent à nous guider vers l'avenir. Ces valeurs ne renforcent pas seulement notre identité, elles nous permettent aussi de construire une organisation capable de capturer le grand potentiel de notre Groupe. Nous préservons notre précieux patrimoine de connaissances et de traditions, tout en promouvant une innovation constante et orientée vers l'avenir.

Nous remercions tout particulièrement nos fondateurs, Giovanni Rasia et Pierre Jean Marie Buise, dont la vision et le dévouement ont été à la base de notre succès actuel. Dès le début, les fondateurs ont encouragé l'innovation et la qualité, non seulement dans les produits mais aussi dans les processus. La valeur fondamentale autour de laquelle s'articule notre Groupe est la « satisfaction du client ».

Sous l'impulsion d'une direction passionnée, nous nous sommes engagés sur la voie du développement durable. Nous sommes convaincus que ce projet nous permettra d'atteindre des objectifs importants, tout en renforçant le capital humain qui distingue notre entreprise.

Nos remerciements vont à tous nos collaborateurs qui, avec compétence et passion, ont contribué à assurer et à promouvoir cette évolution fondamentale.

Aujourd'hui, notre stratégie est claire et le Groupe est uni par un même objectif et des valeurs partagées. Nous continuerons à travailler avec dévouement et détermination, en nous projetant dans l'avenir et en aspirant à être une référence pour les générations futures.

Angelo Manuel Rasia
CEO Promotion Group

Lettre du Directeur Général du Groupe

Au cours de l'année 2023, notre marché de référence a réagi positivement, ce qui nous a permis de saisir d'importantes opportunités. Cependant, comme notre PDG l'a souligné précédemment, nous sommes conscients que ces conditions favorables sont susceptibles ne pas se répéter à l'avenir.
Cela nous incite à être encore plus attentifs et proactifs, en continuant à innover et à consolider notre position dans le secteur, quelle que soit l'évolution de la dynamique externe. L'entreprise a en effet fait preuve d'adaptabilité et de résilience. Elle a renforcé son engagement en faveur du développement durable, qui fait désormais partie intégrante de la culture d'entreprise et constitue un guide constant dans les décisions opérationnelles.

Un aspect important de ce parcours est la transition générationnelle, considérée comme un levier stratégique pour assurer la continuité et le succès à long terme du Groupe.
Ce processus nous permet d'innover tout en maintenant une harmonie entre tradition et innovation, conformément à notre devise historique : « Promotion, your solution! ». L'équilibre entre ces deux aspects est essentiel pour relever les défis d'un marché en constante évolution.

Avec ce premier rapport, l'entreprise lance une démarche structurée de reporting de ses impacts ESG (Environnementaux, Sociaux, de Gouvernance), dans le but d'assurer une communication claire et transparente avec l'ensemble des parties prenantes. L'objectif est de consolider le rôle de Promotion Group en tant qu'entreprise responsable, capable d'allier résultats économiques et attention à la durabilité, en créant une valeur durable pour la communauté et l'environnement.

Mes remerciements s'adressent à toutes les personnes qui ont contribué à la réalisation de cet objectif. Ce résultat représente désormais une incitation à poursuivre avec détermination le développement de solutions innovantes et durables.

Maurizio De Lorenzo
Directeur Général Promotion Group

Champ d'application du rapport de développement durable

Le rapport de développement durable de Promotion Group est un document qui résume les résultats obtenus par l'entreprise dans les domaines économique, social et environnemental au cours de l'année, tout en exposant les objectifs d'amélioration qu'elle vise à atteindre à l'avenir. Une analyse approfondie a permis d'identifier les aspects matériels pour Promotion Group, c'est-à-dire ceux qui influencent de manière significative les activités de l'entreprise et les attentes des parties prenantes. Ces aspects sont les suivants:

- **Satisfaction des clients et des collaborateurs:** Promotion Group s'engage à offrir des services d'excellence à ses clients et à créer un environnement de travail positif et stimulant pour ses collaborateurs, basé sur la confiance, le respect, la formation et le bien-être.

- **Réduction de l'impact environnemental**: l'engagement concerne la réduction de la consommation des ressources naturelles et énergétiques, la prévention et la gestion des déchets, la minimisation des émissions de gaz à effet de serre et l'adoption de solutions respectueuses de l'environnement dans ses activités.

- **Développement et promotion du territoire**: Promotion Group agit en tant qu'acteur social en participant à des initiatives de solidarité, de culture et de sport en faveur de la communauté.

La publication du rapport de développement durable aide l'entreprise à mesurer, à comprendre et à communiquer ses performances environnementales, sociales et de gouvernance, à fixer des objectifs et à gérer le changement de façon plus efficace.

Comment lire ce rapport

Lignes directrices adoptées
Note méthodologique
Processus de reporting
Périmètre d’analyse

Lignes directrices adoptées

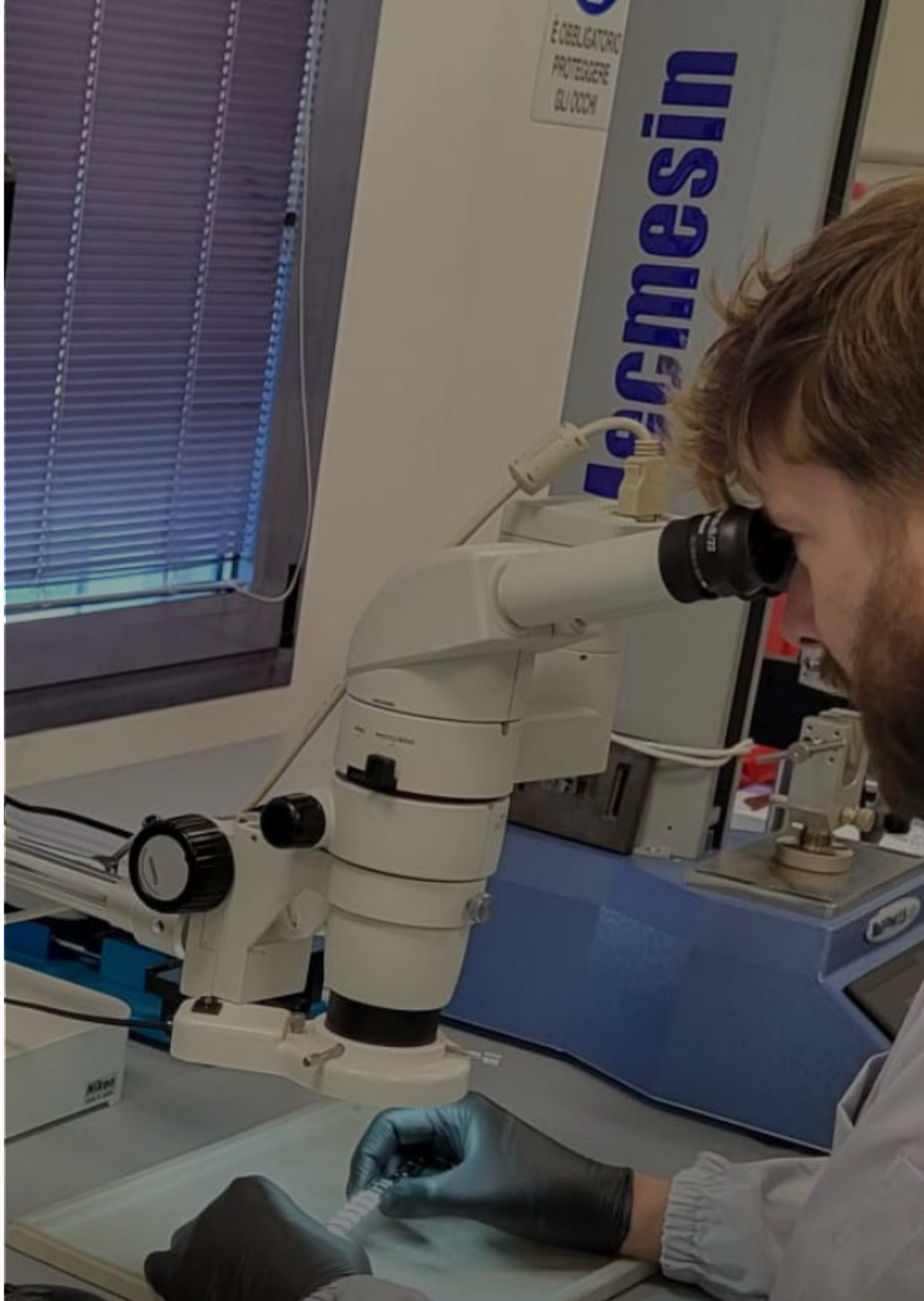
Nous avons le plaisir de vous présenter notre premier rapport de développement durable, un document qui illustre nos activités environnementales et sociales en 2023. Ce rapport reflète notre engagement à gérer nos activités de manière responsable et transparente, en tenant compte des impacts qu'elles génèrent sur les personnes, l'environnement et le territoire dans lequel nous évoluons.

Il a été préparé conformément aux « Lignes directrices pour l'élaboration de rapports de développement durable » de la Global Reporting Initiative (GRI), le principal cadre international pour l'établissement de rapports sur les performances durables des organisations.

Le rapport sera distribué lors d'événements publics consacrés au développement durable, tandis qu'une version numérique gratuite pourra être consultée sur notre site web à l'adresse suivante : **https://promotion-group.ch/**.

Si vous avez des questions, des suggestions ou des demandes d'informations complémentaires, nous vous invitons à nous contacter par courrier électronique à l'adresse suivante : **promotion@promotion-group.it**.

Nous serons ravis de recevoir vos commentaires et d'échanger avec vous sur les questions de développement durable.



Note méthodologique

Le processus de reporting que nous avons suivi est basé sur la norme AA1000AP, un référentiel international destiné aux organisations qui souhaitent intégrer la responsabilité d'entreprise dans tous les aspects de leur gestion et de leur communication.
La norme AA1000AP a été élaborée à l'intention des organisations de toute taille et de tout secteur, et fournit un ensemble pratique de principes directeurs acceptés à l'échelle internationale qui permettent aux organisations de façonner et de gérer efficacement leur stratégie et leurs performances en matière de développement durable.
Les objectifs de durabilité sociale et environnementale que nous nous fixons sont définis à l'aide des outils que nous utilisons déjà au sein de nos sièges, tels que notre Code d'éthique, qui exprime nos valeurs et nos principes, nos règles d'enregistrement des fournisseurs, qui définissent les critères de sélection et d'évaluation de nos partenaires, les budgets de nos différents services, qui guident nos choix économiques et financiers, et nos rapports spécifiques, qui contrôlent nos impacts et nos performances.

MATÉRIALITÉ

INCLUSION DES PARTIES PRENANTES

CONTEXTE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

EXHAUSTIVITÉ

ÉQUILIBRE

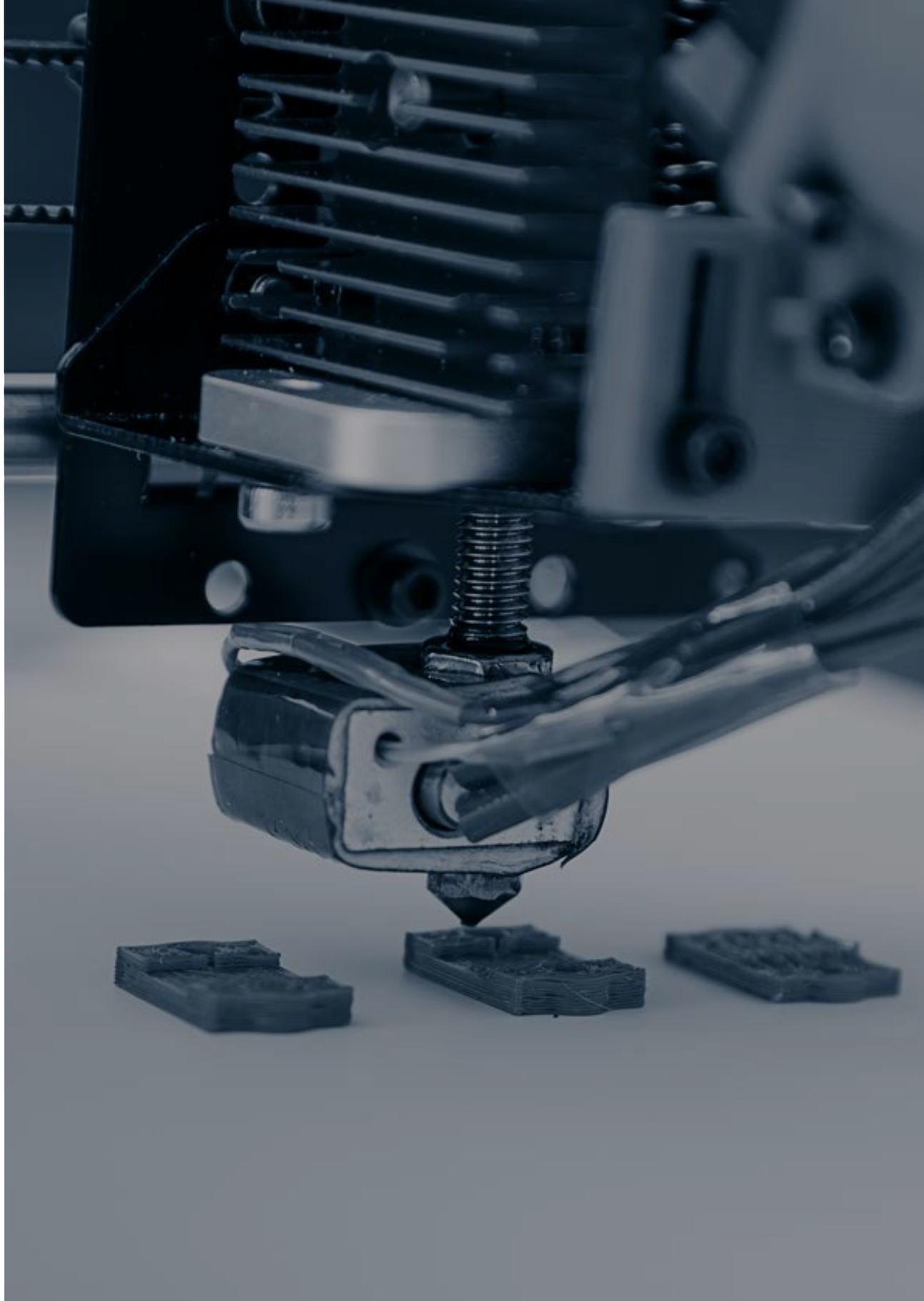
COMPARABILITÉ

PRÉCISION

RAPIDITÉ

CLARTÉ

FIABILITÉ



Nos chiffres

Suisse

France

Beauregard SAS
2 000 m2

Beauregard Manufacture SA
1 600 m2

Italie

Promotion Spa
600 m2

Portugal

B&C SA
1 000 m2

Promotion Spa

14 Nos ressources
198 Heures de formation

Beauregard SAS

44 Nos ressources
338 Heures de formation

Beauregard Manufacture SA

56 Nos ressources
85 Heures de formation

B&C SA

63 Nos ressources
1 264 Heures de formation

Le développement durable pour Promotion Group

Promotion Group a adopté le développement durable comme valeur fondamentale et l'a intégré dans sa gouvernance d'entreprise, ses activités quotidiennes et les services qu'il propose. La Société s'est engagée à poursuivre une croissance économique durable et inclusive qui valorise les ressources actuelles tout en les préservant pour les générations futures. L'approche de Promotion Group est axée sur la contribution active aux Objectifs de développement durable (ODD) des Nations unies, tout en répondant aux attentes et aux besoins de ses parties prenantes. La Société accorde une attention particulière à la qualité des services fournis aux clients et aux impacts générés par ses activités sur les personnes, la communauté et l'environnement. La stratégie de développement consiste à poursuivre l'expansion commerciale de manière innovante et compétitive, sans compromettre son engagement en matière de développement durable.

Les politiques en matière de développement durable

Nous avons défini une stratégie qui repose sur cinq piliers fondamentaux.
Ces piliers guident les décisions et les actions de l'entreprise et tiennent compte des impacts de l'activité sur l'environnement, la société et l'économie, ainsi que de la capacité à innover et à créer de la valeur à long terme, tout en prenant en compte les risques et les opportunités qui émergent du marché.

Les **piliers fondamentaux** de la stratégie de Promotion Group sont les suivants:

- **Gestion responsable de la chaîne d'approvisionnement**: rendre la chaîne d'approvisionnement progressivement plus vertueuse en ce qui concerne les impacts sociaux et environnementaux, à travers l'adoption de pratiques durables et transparentes.

- **Protection de l'environnement et utilisation efficace des ressources**: réduire les impacts environnementaux tout au long de la chaîne de valeur, à travers l'adoption de technologies et de processus durables, l'utilisation de sources d'énergie renouvelables et la réduction du gaspillage.

- **Bien-être des employés et développement des talents**: promouvoir le développement personnel et professionnel de tous les employés, considérés comme une valeur fondamentale et stratégique de l'entreprise.

- **Orientation client**: garantir l'excellence du produit et du service offert au client à chaque étape de son expérience.

- **Supporto e coinvolgimento della collettività**: créer de la valeur pour les personnes et le territoire dans lequel l'entreprise évolue, grâce à la participation active de la communauté locale et à la promotion d'initiatives sociales et culturelles.

Objectifs de développement durable (ODD)

Lors de la préparation du rapport, nous avons été guidés par les 17 objectifs de développement durable (ODD) du Pacte mondial des Nations unies, qui servent de référence àvnos actions et représentent un défi mondial pour parvenir à un monde meilleur. L'entreprise a pu se concentrer notamment sur 5 objectifs de développement durable de l'Agenda 2030 pour le développement durable, auxquels elle estime pouvoir contribuer à la fois par des mesures visant à atténuer ses impacts et par des initiatives de développement.

1. Bien-être des employés et des collaborateurs

En ce qui concerne les objectifs 3 et 8 de l'Agenda 2030, nous nous engageons à améliorer la qualité de vie au travail de nos employés et collaborateurs, en reconnaissant leur rôle fondamental dans l'évolution positive de notre organisation. Nous sommes conscients que le bien-être de nos employés et collaborateurs est un facteur clé pour le succès de l'entreprise et pour la réalisation de nos objectifs d'intérêt commun. C'est pourquoi nous adoptons des politiques et des initiatives qui favorisent un environnement de travail sain, sûr et inclusif, où chaque individu est valorisé et respecté. Nous proposons également des programmes de formation et de développement professionnel pour aider nos employés et collaborateurs à atteindre leur plein potentiel et à évoluer avec l'entreprise.

Dans le but de promouvoir une influence mutuelle positive parmi nos employés, nous nous fixons des objectifs qui reflètent et développent au mieux différents éléments:

- **Utiliser le mode de travail agile** (Smart Working) afin de promouvoir l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée et d'améliorer la productivité.
- **Améliorer la qualité des espaces de travail**, afin de créer un environnement de travail plus confortable et plus sûr pour les employés.
- **IIntégration entre les différents sites,** développement continu avec une ligne cohérente.
- **Encourager la protection et la sécurité de l'environnement de travail** des collaborateurs, afin de garantir un environnement de travail sain et sûr pour tous.

2. Approvisionnement auprès de fournisseurs locaux

En ce qui concerne les objectifs 8 et 9 de l'Agenda 2030, nous sommes convaincus qu'il est important de maintenir une relation solide avec les entreprises de nos communautés locales, malgré notre expansion territoriale et la possibilité de réaliser des économies d'échelle.

Cela nous permet de soutenir la croissance des communautés où nous opérons avec des sites locaux et de créer un impact positif sur leur économie.

Nos parties prenantes

Afin d'établir des objectifs stratégiques à court et à long terme, Promotion Group évalue soigneusement tous les acteurs susceptibles d'influencer les décisions de l'entreprise. Afin de maintenir un dialogue constant et un échange efficace, **l'entreprise a développé un processus structuré de participation des parties prenantes, divisé en étapes spécifiques:**

1

Identification des acteurs concernés
Promotion Group identifie les acteurs concernés dans le processus d'interaction avec les parties prenantes, c'est-à-dire ceux qui peuvent influencer les décisions de l'entreprise.

2

Gestion des relations
Le Groupe gère les relations avec les parties prenantes par le biais d'un dialogue et d'un échange constants, afin de construire des relations solides et durables.

3

Évaluation des résultats
Promotion Group évalue les résultats des parties prenantes afin de comprendre l'efficacité du processus et d'identifier les domaines susceptibles d'être améliorés.

4

Analyse des améliorations possibles
Enfin, les résultats obtenus sont analysés et des améliorations possibles sont identifiées afin de consolider les relations.

La participation des parties prenantes est un processus de dialogue systémique qui intègre les principaux acteurs de l'entreprise dans les décisions politiques ou les stratégies de l'entreprise. Cette approche permet d'interagir avec les principaux interlocuteurs sur des thèmes pertinents, dans le but de créer une coopération constructive et durable.

La méthode adoptée par Promotion Group pour interagir avec les parties prenantes vise à identifier leurs besoins et leurs attentes, aussi bien internes qu'externes, et à anticiper les problèmes éventuels dans la gestion des relations. Les modes d'interaction sont divers et flexibles afin de maximiser l'efficacité du dialogue en fonction de la catégorie des parties prenantes. Ils comprennent des sondages internes auprès des employés, des initiatives de renforcement de l'esprit d'équipe, des bulletins d'information, des communications sur les canaux sociaux et le site web, l'organisation d'événements et de réunions, la participation à des associations, des fondations et d'autres formes de partenariat ou de parrainage.

	COMMUNES		CITOYENS
	CLIENTS DES SERVICES	MEMBRES	COMMUNAUTÉ LOCALE
CATÉGORIES	Clients	Membres, partenaires, collaborateurs	Associations professionnelles et organismes représentatifsa
THÈMES	Dévelopement des services	Politiques de développement, budget prévisionnel, comptes annuels, rapports semestriels, gouvernance d'entreprise	Communication et relations extérieures, responsabilité et promotion sociale
INIZIATIVE	Ateliers, liste de diffusion, site web	Indicateurs économiques et financiers	Activités d'information, rapport de développement durable, plan de transparence

Promotion Group s'engage à maintenir l'éthique des affaires et la transparence dans la gouvernance, ainsi que la flexibilité, l'innovation et l'excellence. L'objectif est d'apporter des changements significatifs et de remettre en question le statu quo. Les membres de l'organisation examinent les tendances du marché et les défis émergents sous différentes perspectives, en recherchant de nouvelles méthodologies et approches pour résoudre les complexités du présent, avec un engagement marqué en faveur de l'éthique et de la transparence.

FOURNISSEURS		EMPLOYÉS	ENVIRONNEMENT
FOURNISSEURS DE BIENS, DE SERVICES ET DE TRAVAUX	BAILLEURS DE FONDS	EMPLOYÉS DIRECTS ET EMPLOYÉS DE TIERS	ENVIRONNEMENT FUTUR
Fournisseurs de biens, d'équipement, de services d'externalisation, entreprises de travaux, consultants et professionnels	Banques, établissements de location financière, campagnes d'assurance	Employés à durée déterminée et à durée indéterminée, représentants syndicaux	Gestion des déchets urbains, consommation de ressources, impact environnemental, territoire desservi
Politiques d'approvisionnement, territorialité, volume d'affaires, délais de paiement	Lignes de crédit, endettement, territorialité	Composition, activités, absentéisme, santé et sécurité, formation, relations industrielles	Indicateurs suivis et gérés,responsabilité sociétale des entreprises
Gestion du registre des fournisseurs, soutien à la coopération sociale, plan anti-corruption, Code d'éthique	Responsabilité sociétale des entreprises, rapport de développement durable, rapport sur le bien commun	Prime de rendement, accords syndicaux, plan anti-corruption, plan de formation, plan d'amélioration de la santé et de la sécurité	Audits qualité, santé, sécurité, environnement et énergie

Relations internes et externes

Relations avec les fournisseurs

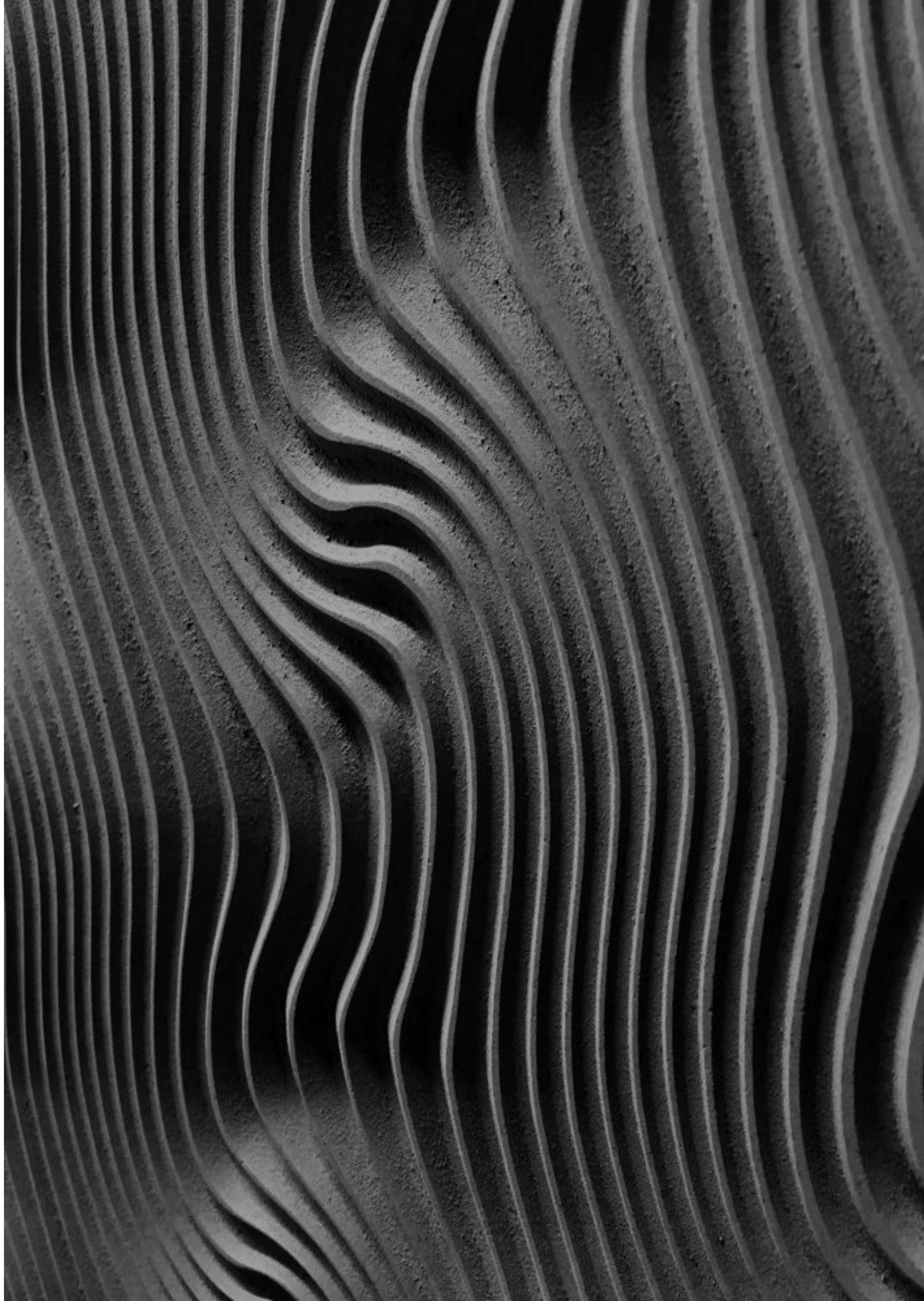
Promotion Group vise à établir des relations solides et durables avec ses fournisseurs, fondées sur la confiance mutuelle. L'entreprise s'engage à coopérer avec ses fournisseurs pour offrir à ses clients des produits de la plus haute qualité et pour promouvoir un comportement responsable tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Le choix des fournisseurs repose sur des principes d'objectivité, de compétence et de rentabilité, ainsi que sur des principes de transparence et de respect des normes environnementales et sociales les plus strictes. Chaque relation fournisseur est soumise au respect de la législation du travail en vigueur dans le pays où elle s'exerce et à l'application, par toutes les parties de la chaîne de production, des principes exprimés dans le Code d'éthique adopté par la Société. Cela garantit que les fournisseurs de Promotion Group évoluent de manière éthique et responsable et que les produits sont fabriqués de façon durable.

Relations avec les clients

Les relations avec les clients sont essentielles pour toute entreprise qui souhaite fidéliser ses clients et favoriser sa croissance. Pour atteindre cet objectif, il est essentiel que l'entreprise s'engage à satisfaire les besoins des clients et à construire une relation solide et stable fondée sur des valeurs telles que la loyauté, l'honnêteté, l'efficacité et le professionnalisme.

Promotion Group se consacre à l'écoute proactive des besoins des clients, dans le but de fournir le produit le plus adapté à chacun d'entre eux. Nous nous efforçons de comprendre en profondeur les besoins de nos clients et de leur proposer des solutions qui répondent à leurs attentes.

Notre devise, « Promotion is your solution », reflète parfaitement cet engagement.



Normes et règles de conduite

Comptabilité

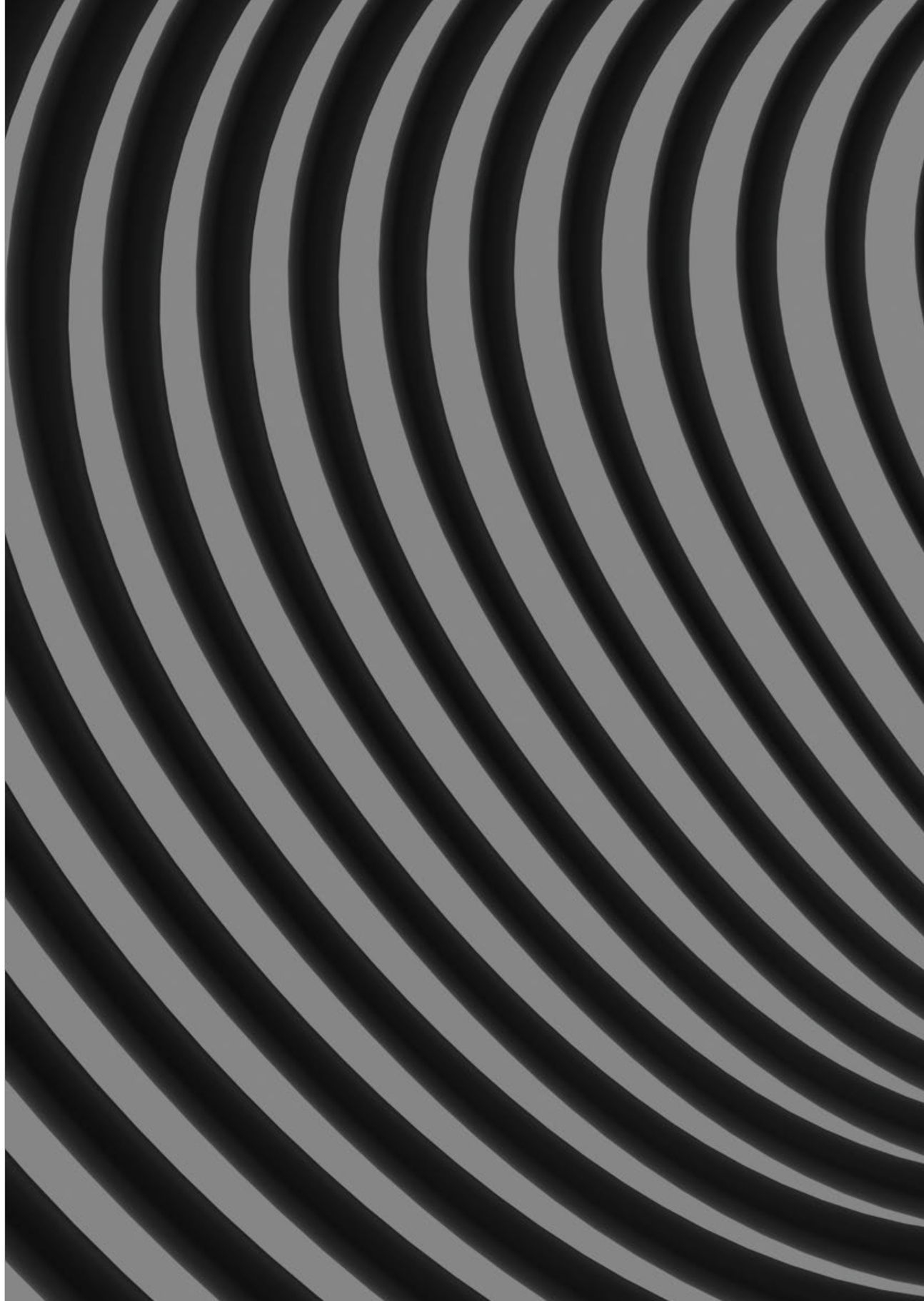
Les comptes de toutes les transactions commerciales doivent être tenus conformément à la loi et aux normes comptables nationales, sur la base des principes de transparence, de clarté et de véracité. Chaque employé est tenu de coopérer pour s'assurer que les informations enregistrées dans les comptes sont vraies, exactes et complètes, et qu'elles sont toujours vérifiables grâce à des documents justificatifs précis et ordonnés chronologiquement. Promotion Group considère qu'il est fondamental que chaque employé garantisse l'exactitude et la transparence dans la tenue des registres et de la documentation comptable, en veillant à ce qu'aucune écriture comptable ne correspondant pas à la vérité ne puisse y être incluse.

Contributions et parrainages

Promotion Group s'engage à ne soutenir que les activités qui peuvent être utiles au développement de produits et à l'innovation technologique et qui visent à améliorer les aspects sociaux et environnementaux ou qui proviennent d'organismes de promotion culturelle ou sociale. Nous sommes fiers de contribuer à la création d'un avenir durable et d'un monde meilleur pour tous.

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 la personne qui les a fournies. Par informations confidentielles, on entend toutes les « données sensibles » concernant la personne et sa vie privée, ainsi que tout le savoir-faire, les dessins, les formules et les brevets appartenant à des tiers et portés à la connaissance de l'entreprise. La Société s'engage à respecter les principes d'intégrité et de disponibilité des données, en protégeant également ses systèmes d'information contre l'accès et l'utilisation non autorisés et contre le risque de divulgation illégitime des données traitées.



Notre expertise

Après avoir défini la construction la plus appropriée, Promotion Group s'appuie sur un réseau mondial de centres de production, en propre ou en partenariat, chacun disposant d'une expertise et d'équipements spécifiques. Grâce à ce réseau, nous garantissons un flux de production optimal en termes de rapport qualité/prix, en respectant l'origine souhaitée avec une transparence totale et une traçabilité irréprochable. Notre objectif est de fournir le meilleur produit possible, personnalisé selon les besoins spécifiques de chaque client.
Si un client a des exigences particulières, nous lui proposons une série de solutions adaptées au service final souhaité. Nous apportons également notre aide pour la conception, la sélection des matériaux et la définition des exigences de production. Nous nous efforçons de garantir la plus haute qualité de nos produits et services, en répondant aux besoins de chaque client de manière efficace et professionnelle.

Dynamisme et réactivité

La rapidité dans la recherche de solutions techniques et de production répondant aux exigences des clients et du marché est cruciale pour le succès de toute entreprise. La rapidité est notre philosophie, basée sur la conception de solutions innovantes et leur mise en œuvre à l'aide de méthodes avancées. Cet élément est essentiel pour répondre aux exigences spécifiques de chaque client et garantir une efficacité maximale à chaque étape du processus de production.

Dépasser les limites techniques

Inventer et découvrir les technologies du futur pour répondre à des critères de qualité toujours plus élevés et obtenir des produits qui répondent aux demandes d'une clientèle exigeante est un défi qui repose sur une constante : innovation et recherche. Forte de son expertise et de sa détermination, Promotion Group n'hésite pas à franchir les limites techniques existantes pour garder une longueur d'avance. Dans un univers où les techniques de production, les systèmes de gestion et la technologie évoluent rapidement, Promotion Group adopte des solutions issues d'autres industries que l'horlogerie pour assurer des produits de haute qualité et répondre aux besoins de ses clients.
Grâce à une évolution constante et à une approche innovante, Promotion Group est prête à relever de nouveaux défis.

Protection de la santé et développement durable

Il n'y a de véritable innovation que dans le respect de l'homme et de l'environnement.
C'est ce que confirment les consommateurs modernes eux-mêmes, qui exigent de plus en plus des produits hypoallergéniques, notamment ceux qui sont en contact direct avec la peau. Nos nombreuses normes et certifications témoignent de notre engagement permanent en faveur de l'écologie et de la protection de l'humanité ; en particulier, nous veillons à ce que nos produits soient sûrs et respectueux de l'environnement, sans compromettre leur qualité.
Nous sommes fiers de notre engagement permanent à améliorer et à garantir une offre dont les normes de qualité et de sécurité sont les plus élevées possibles.

Partage des objectifs

Chaque année, le Groupe fixe des objectifs économiques, de qualité et d'efficacité pour chaque service. Des réunions périodiques entre la direction, les responsables de service et les autres collaborateurs permettent de suivre les progrès réalisés, d'affronter tout élément critique et d'introduire de nouvelles normes de service, afin de veiller à ce que les objectifs soient atteints en temps voulu et de manière efficace.

Politique de recrutement et de rémunération

Toute entreprise doit s'efforcer en permanence à tout mettre en œuvre pour réduire le taux de rotation du personnel. Pour atteindre cet objectif, Promotion Group promeut de nombreuses activités liées au développement professionnel des collaborateurs, au renforcement du sentiment d'appartenance, au partage des valeurs de l'entreprise et à l'amélioration du climat de travail.
Ces activités comprennent des programmes de formation, des opportunités de développement professionnel, des événements d'entreprise, le renforcement de l'esprit d'équipe et bien d'autres choses encore.
En résumé, l'entreprise prend un certain nombre de mesures pour réduire le taux de rotation et améliorer le climat de travail. Ces mesures peuvent contribuer à maintenir la satisfaction et la motivation des employés, à améliorer la productivité et la qualité du travail, et à promouvoir la croissance de l'organisation.

L'égalité des genres

La mise en œuvre de systèmes en faveur de l'égalité des genres est un élément essentiel de la réussite et de la compétitivité d'une entreprise. Lors des phases de sélection, les compétences et les expériences individuelles sont évaluées de manière impartiale, sans aucune discrimination fondée sur le genre, ce qui garantit un processus équitable et méritocratique.

Promotion Group fait preuve d'une grande ouverture d'esprit à l'égard des femmes qui doivent concilier leur progression professionnelle et les événements de leur vie privée, comme la maternité ou le temps habituellement consacré à la famille. Cette perspective reflète l'engagement de l'entreprise à promouvoir une culture d'entreprise inclusive, respectueuse et consciente des besoins individuels, et contribue à créer un environnement de travail qui valorise et soutient chaque membre de l'équipe, homme ou femme.

Communication interne

La communication au sein de l'entreprise est constante et transparente et constitue un aspect fondamental pour garantir le bon fonctionnement et le succès de l'organisation. L'entreprise utilise divers outils pour faciliter le partage d'informations clés avec tous les collaborateurs. Voici comment cela se déroule:

- **Communications internes**: toute mise à jour des normes relatives aux produits ou toute modification des procédures internes est communiquée à tous les chefs de service et partagée avec l'ensemble des collaborateurs. Cela garantit un flux d'informations uniforme et une compréhension partagée de l'évolution de l'entreprise. Ce processus de communication est essentiel afin que tous les collaborateurs soient informés des dernières nouveautés, qu'ils participent et soient motivés pour s'adapter efficacement aux nouvelles procédures.

- **Réunions périodiques**: des réunions de service et des réunions transversales sont régulièrement organisées pour discuter des nouvelles, des événements et de l'évolution générale de la gestion. Ce forum de discussion favorise la participation active et l'échange de points de vue entre les membres de l'équipe. Les réunions de service s'adressent aux membres d'un seul service ou d'une seule équipe, tandis que les réunions transversales regroupent les membres de différents services ou équipes. Les réunions de service permettent de discuter de questions spécifiques au service, telles que la planification des activités, l'évaluation des performances, la fixation d'objectifs et la résolution de problèmes.Les réunions transversales permettent quant à elles d'aborder des questions qui affectent l'ensemble de l'organisation, telles que la stratégie de l'entreprise, les politiques et les procédures, et le partage des meilleures pratiques. Dans les deux cas, les réunions permettent d'échanger des idées, de partager des informations et de prendre des décisions dans un esprit de collaboration.

- **Communication institutionnelle**: la direction de l'entreprise partage les succès de l'entreprise et les réactions de la presse aux activités de relations publiques par le biais de communications opportunes. Cela permet de veiller à ce que tous les collaborateurs soient informés des résultats positifs de l'entreprise et de consolider le sentiment d'appartenance et de confiance dans l'organisation. De cette manière, les employés participent et sont motivés à travailler pour le bien de l'entreprise. Le partage d'informations positives sur les succès de l'entreprise peut également contribuer à améliorer la réputation de l'entreprise et à attirer de nouveaux clients. En outre, le partage d'informations sur les succès de l'entreprise permet aux employés de mieux comprendre leur rôle au sein de l'organisation et la manière dont leur travail contribue au développement de l'entreprise.

Profil de l'entreprise

Notre histoire
Nos valeurs
Gouvernance

Notre histoire

Promotion S.p.A. a été fondée en 1978 à Vicenza, principal centre italien de production d'orfèvrerie et de bijoux en or.

L'entreprise s'est spécialisée dans la commercialisation de composants horlogers dans le but d'offrir à ses clients des solutions clés en main sans participer directement à la production.

Au cours de ces quarante-cinq années, la structure de l'entreprise a évolué de manière significative, avec des changements stratégiques profonds qui ont eu des répercussions directes sur la production.

Grâce à ces développements, Promotion S.p.A. est devenue un point de référence international important pour le monde de l'horlogerie. Elle contrôle ainsi l'ensemble du processus de production de bracelets de montres en acier, acier-or, or, titane et autres alliages.

Depuis le début des années 2000: l'entreprise dispose d'un service interne de « Recherche et Développement » afin d'améliorer la technologie de production (technologie laser/recherche sur les aciers spéciaux) et d'offrir des solutions innovantes aux clients.
L'entreprise a développé en parallèle un laboratoire interne où sont testés tous les bracelets produits en interne ou par des fournisseurs externes, afin que la production puisse toujours être contrôlée et garantie.

Le Groupe atteint une variabilité et une traçabilité importantes en ce qui concerne le nombre d'employés, avec une main-d'œuvre qui s'adapte de manière dynamique aux exigences du marché. L'entreprise accorde une grande importance à la formation. Elle offre des opportunités de croissance et invite également les jeunes dans un environnement de travail stimulant et qui évolue en permanence.

En 45 ans d'activité, l'entreprise est restée jeune et moderne et a toujours satisfait toutes les demandes de ses clients.

1978

Promotion Spa
Vicenza - Italie

Siège central du Groupe, actif depuis plus de 45 ans dans la production de composants horlogers de haute qualité.
« Les origines de l'aventure Promotion. »

2007

Beauregard Manufacture SA
La Chaux-de-Fonds - Suisse

Centre d'excellence pour la production de composants horlogers « Swiss Made » et « origine suisse préférentielle », avec une attention particulière pour les matériaux précieux.

1998

Beauregard SAS
Couteuges - France

Site de production spécialisé dans la fabrication de composants horlogers « Made in Europe », avec un savoir-faire spécifique dans l'assemblage, la finition et la soudure laser de bracelets.

2021

B&C SA
Canedo - Portugal

Établissement dédié au polissage, à la finition, à l'assemblage et au soudage laser d'une large gamme de produits horlogers.

Vision et mission

Dans un univers où l'élégance se mêle à l'innovation et où la tradition embrasse la modernité, Promotion Group apparaît comme un partenaire solide et fiable dans le secteur de l'horlogerie, et se distingue par son dévouement. L'histoire de l'entreprise est empreinte de passion, de savoir-faire artisanal et d'un engagement sans faille en faveur de l'innovation.

La vision, la mission et les valeurs de Promotion Group ne sont pas seulement les piliers fondamentaux de notre identité d'entreprise, mais le cœur battant qui anime chaque création.

Vision

Promotion Group estime que l'horlogerie va au-delà de la simple mesure du temps, et qu'elle représente plutôt une symphonie d'artisanat et d'innovation.

Notre vision projette dans l'avenir une scène où la tradition danse avec l'avant-garde et transforme les idées et les besoins de nos clients en produits concrets.

Notre passion pour l'horlogerie se reflète dans la qualité de nos produits, qui sont fabriqués avec des matériaux précieux et des détails particulièrement soignés.

L'art horloger devient une histoire vivante, tissée de sens, d'élégance et d'un engagement en faveur du développement durable.

Mission

La mission de Promotion Group s'exprime dans un engagement profond à traduire cette vision en une réalité tangible.

Au cours de ce voyage, nous nous engageons à garantir:

- **Une excellence sans compromis**: chaque composant des montres Promotion est le résultat d'une quête incessante de la perfection. De la conception à l'assemblage, nous nous engageons à aller au-delà des normes de qualité, en veillant à ce que chaque détail reflète notre dévouement à l'excellence.

- **L'innovation, notre phare**: Attraverso l'introduzione di tecnologie avanzate e design all'avanguardia, intendiamo ispirare il mondo dell'orologeria con soluzioni creative e visionarie, abbracciando l'innovazione come forza propulsiva della nostra crescita.

- **Intégrité dans le processus de création**: nous agissons de manière éthique, transparente et cohérente à chaque étape de notre processus de création. Chaque produit est une promesse d'intégrité artisanale, où la tradition se mêle harmonieusement à la modernité.

- **Le développement durable, un engagement pérenne**: nous reconnaissons notre responsabilité à l'égard de l'environnement et nous nous engageons à préserver la terre et les ressources naturelles. Notre production adopte des pratiques durables et démontre que l'élégance et le style peuvent coexister avec la responsabilité environnementale.

- **La diversité, notre source d'inspiration**: nous considérons la diversité comme une source d'inspiration et un moteur de notre croissance, chaque personne contribuant activement à la richesse collective.

- **La responsabilité sociale, notre engagement**: rnous reconnaissons notre responsabilité de façonner positivement les communautés. Nous nous engageons dans des initiatives qui améliorent la qualité de vie et contribuent au bien-être social.

Nos valeurs

Les principes contenus dans le Code d'éthique constituent la base de l'organisation interne de la Société, dans l'espoir que tous les acteurs externes qui entrent en contact avec Promotion Group partagent et mettent en œuvre ces valeurs. Notre Code d'éthique s'adresse à tous les organes de l'entreprise, aux employés, aux administrateurs, aux entreprises collaboratrices et aux acteurs externes. Ce dernier exige que les destinataires agissent toujours conformément aux principes d'honnêteté, de loyauté, de diligence, d'impartialité et qu'ils respectent les réglementations en vigueur dans les pays où ils opèrent. De plus, le Code d'éthique promeut la coopération et la collaboration entre les destinataires, afin d'offrir un enrichissement humain et professionnel continu et réciproque qui permette à ces derniers de fonder leur conduite sur la coopération et la collaboration mutuelles.

La cohérence dans le respect et dans la mise en œuvre de ces valeurs a toujours été la meilleure carte de visite de la Société et la preuve qu'avec la coopération de tous, un enrichissement humain et professionnel continu et réciproque est possible. En ce sens, Promotion Group et ses employés se mettent au service les uns des autres ainsi qu'au service de tous les acteurs concernés, qu'ils soient internes ou externes à la Société.

Le rôle central de la personne

Promotion Group est une société qui a toujours placé la personne au centre de ses efforts et qui s'est engagée à respecter la dignité humaine et les droits humains, tels qu'ils sont inscrits dans la Déclaration universelle des droits de l'homme des Nations unies. La dignité humaine est une condition fondamentale sur laquelle la Société s'appuie et se développe et sur laquelle elle façonne ses activités, s'en inspirant également pour ses projets futurs.
La protection de l'intégrité physique et morale et le soutien à l'enrichissement technique et professionnel de l'individu sont des ressources indispensables au succès. De plus, la Société encourage activement un comportement fondé sur le respect mutuel, la bienveillance et le traitement équitable et respectueux de chaque employé et collaborateur, en rejetant toute forme de discrimination fondée sur des caractéristiques telles que l'âge, l'état de 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 protège les travailleurs confrontés à des situations qui limitent leurs activités (comme la grossesse, la maternité, les accidents du travail, l'infirmité, etc.) par le biais de politiques actives. Elle adopte des mesures spécifiques visant à préserver l'intégrité physique et morale des personnes, conformément à la réglementation en vigueur.

Protection du travail

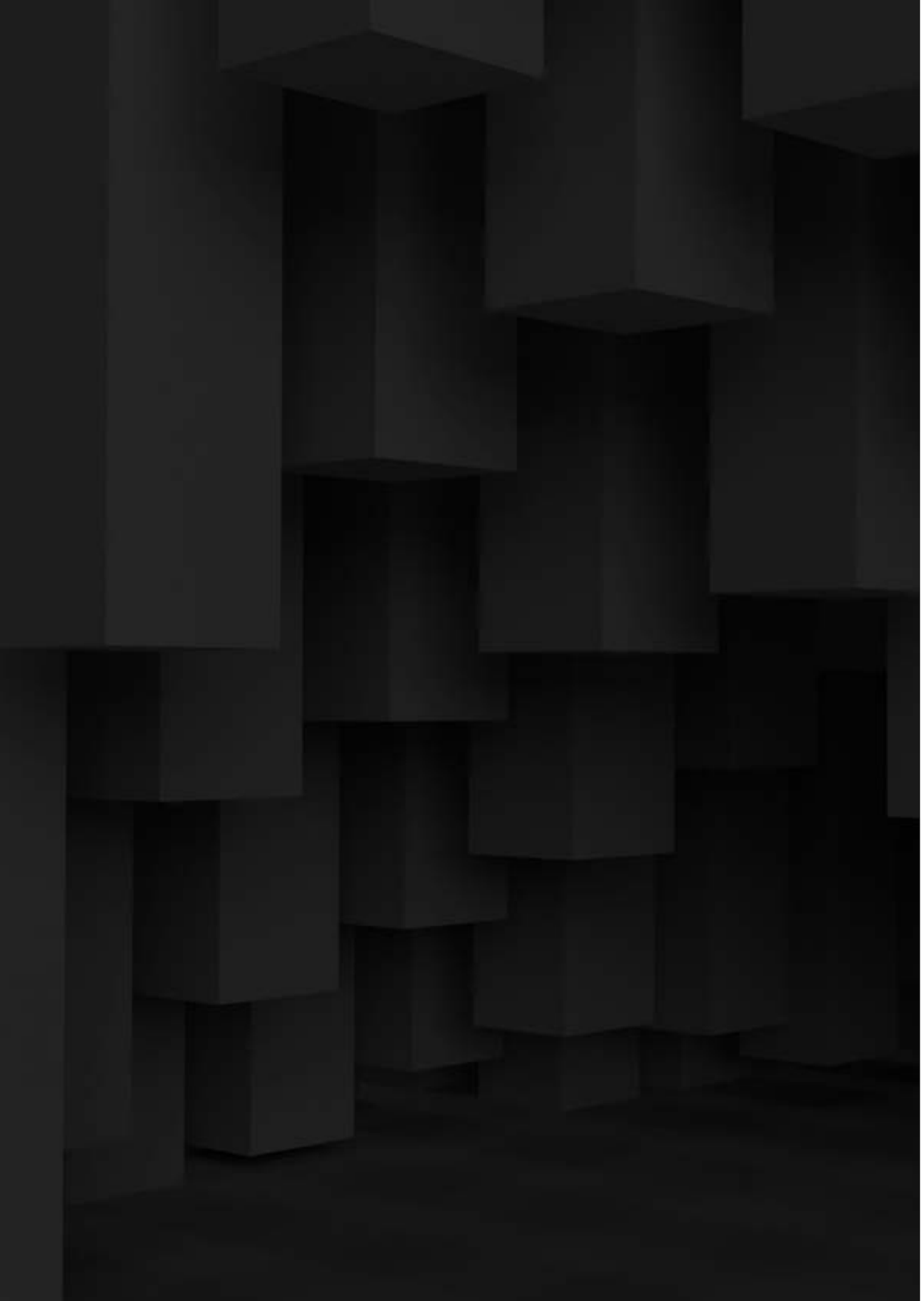
Promotion Group adopte et applique les normes de sécurité requises par la législation du travail en vigueur afin de garantir la sécurité et l'hygiène sur le lieu de travail. Elle rejette le travail des enfants, toute forme de travail forcé ou coercitif et toute forme de discrimination dans les politiques de recrutement et de gestion des ressources humaines. Elle assure également à tous les travailleurs le droit à une rémunération juste et régulière, en les protégeant contre toute forme de traitement discriminatoire ou dégradant. Le Groupe s'engage à prévenir toute forme de harcèlement moral et d'exploitation du travail, qu'elle soit directe ou indirecte, et à reconnaître le mérite, les performances professionnelles et le potentiel professionnel comme des critères déterminants pour l'évolution des salaires et des carrières. Le Groupe promeut et garantit également la liberté d'association des travailleurs avec les organisations syndicales et reconnaît le droit à la négociation collective.

Le Groupe s'engage en permanence à fournir à ses employés un environnement de travail sain et sûr, en adoptant et en mettant en œuvre les normes de sécurité requises par la législation du travail en vigueur, en fournissant à ses employés les équipements de protection individuelle nécessaires pour effectuer leur travail en toute sécurité, en promouvant la formation continue de ses employés, afin d'améliorer leurs compétences et de garantir un environnement de travail sûr et productif.

Protection de l’environnement

Le Groupe s’engage à adopter des critères de précaution et à prendre les mesures nécessaires pour éviter que toute activité ou pratique commerciale exercée en son sein ou en son nom n’altère directement ou indirectement les écosystèmes naturels.
Nous avons pris un certain nombre de mesures pour réduire l’impact environnemental de nos services, comme l’utilisation de matériaux recyclables et la mise en œuvre de politiques de réduction des déchets et de la consommation de papier. L’entreprise a également lancé un certain nombre de projets visant à protéger l’environnement, tels que la promotion des pratiques de recyclage et la participation à des programmes de sensibilisation à l’environnement. Dans chaque activité, il est nécessaire et fondamental de rechercher la solution opérationnelle la plus efficace et la plus efficiente pour réduire autant que possible la pollution de l’air, de l’eau et du sol, l’accumulation de substances extraites du sous-sol ou produites artificiellement, et le gaspillage des ressources naturelles (eau, plantes, animaux, minéraux, etc.) et énergétiques.

Promotion Group s’engage à veiller à ce que l’approvisionnement en matériaux précieux se fasse de manière éthique, responsable et respectueuse de l’environnement. À cette fin, la Société adhère au principe de la certification du processus de Kimberley pour l’approvisionnement en diamants et au principe de l’approvisionnement responsable en or pour les métaux précieux. De plus, nous nous engageons à ce que les destinataires susmentionnés s’impliquent directement dans la poursuite des objectifs énoncés dans le Code d’éthique, en les invitant à respecter scrupuleusement les réglementations en vigueur en matière de protection de l’environnement, à adopter les critères les plus stricts de la réglementation et, le cas échéant, à suivre les lignes directrices internationales.



Respect des lois, des règlements et de la responsabilité sociale

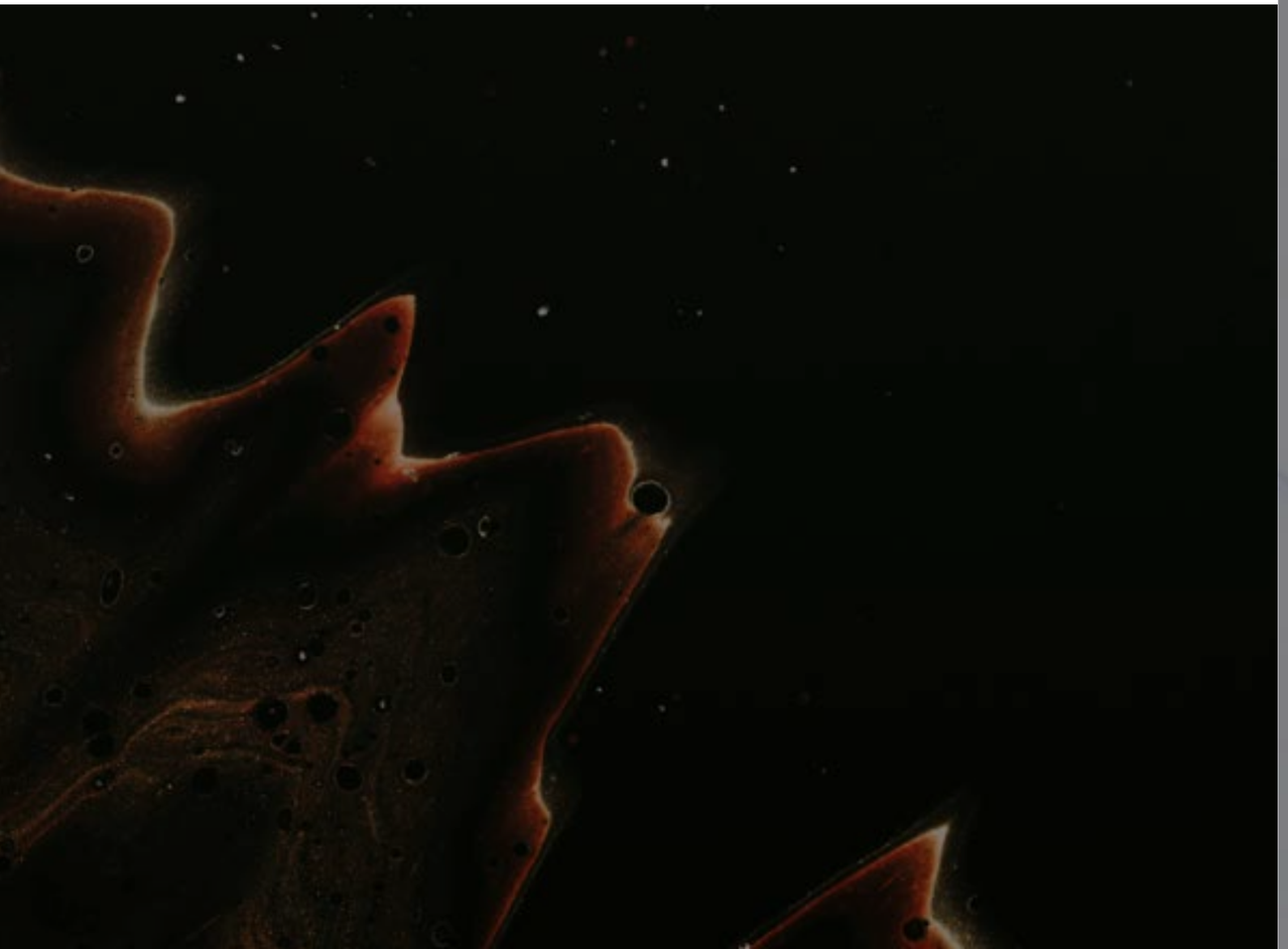
Promotion Group considère que le respect des réglementations nationales et internationales est une condition contraignante et indispensable à ses actes en conformité avec toutes les lois et réglementations applicables. Elle met en œuvre les mesures de contrôle nécessaires et, le cas échéant, applique des sanctions, tout en investissant dans des programmes appropriés d'information et de prévention des infractions. En appliquant les exigences de gestion définies par le Responsible Jewellery Council, le Groupe s'engage à mettre en œuvre et à promouvoir les principes éthiques, le respect des droits de l'homme et des pratiques sociales de manière transparente et responsable, en adoptant un modèle de production qui respecte et protège les droits de l'homme, la capacité de régénération de la Terre et le bien-être des communautés. La Société garantit la traçabilité des métaux précieux utilisés dans sa chaîne de production, en veillant à n'utiliser que des matériaux provenant de sources responsables (ne provenant pas d'activités illicites ou de zones de conflit armé financées par la vente de métaux précieux). Cela se fait conformément au « Guide de l'OCDE sur le devoir de diligence pour des chaînes d'approvisionnement responsables en minerais provenant de zones de conflit ou à haut risque » et par le biais d'un suivi constant des fournisseurs concernés par la transformation. Le Groupe prend toutes les mesures nécessaires pour sensibiliser à l'importance d'une chaîne d'approvisionnement responsable, durable et gérée avec soin et use de son influence pour promouvoir des relations fondées sur le respect des principes éthiques.

Honnêteté et transparence

La Société fournit des informations transparentes et correctes, en communiquant de manière claire, transparente, précise et opportune, non seulement dans les relations externes, mais aussi dans les relations internes entre toutes les personnes qui travaillent en son sein. De plus, Promotion Group ne tolère aucune forme de corruption ou de blanchiment d'argent et s'engage à effectuer un contrôle minutieux et constant afin que toute pratique suspecte soit révélée et contrée. Dans le cadre des relations avec les tiers, publics ou privés, tous les membres du Groupe doivent s'abstenir d'offrir ou d'accepter des avantages, des cadeaux, des actes de courtoisie ou d'hospitalité susceptibles de compromettre l'objectivité du processus décisionnel. Tout avantage, direct ou indirect, doit être évité s'il est susceptible d'influencer les choix et les activités du Groupe.

Technologie et innovation

L'innovation et la recherche technique constante sont la force motrice qui assure le développement durable du Groupe, qui croit fermement que l'évolution technologique est un élément essentiel pour créer et fournir à ses clients des produits innovants, avec une valeur ajoutée qui les distingue sur le marché et avec un niveau de qualité de plus en plus élevé.
C'est pourquoi la Société recherche constamment à optimiser ses processus d'entreprise afin d'atteindre l'efficacité et l'efficience les plus élevées, tout en garantissant le niveau de qualité de ses produits au fil du temps et en respectant toujours soigneusement les normes du secteur. L'innovation, la recherche de nouvelles solutions et la créativité doivent être des valeurs à adopter comme des objectifs fondamentaux, en les faisant nôtres et en les diffusant également parmi les collaborateurs externes.
Le Groupe a entamé une transition générationnelle et managériale dans le but de commencer à se structurer et à s'ouvrir dynamiquement à la nouveauté, sans toutefois altérer son identité. La transition se fait à travers un processus organisationnel précis qui vise à donner une continuité aux valeurs historiques de Promotion Group, remodelées en fonction de l'évolution du contexte culturel, social et économique que le monde a connu au fil des ans.

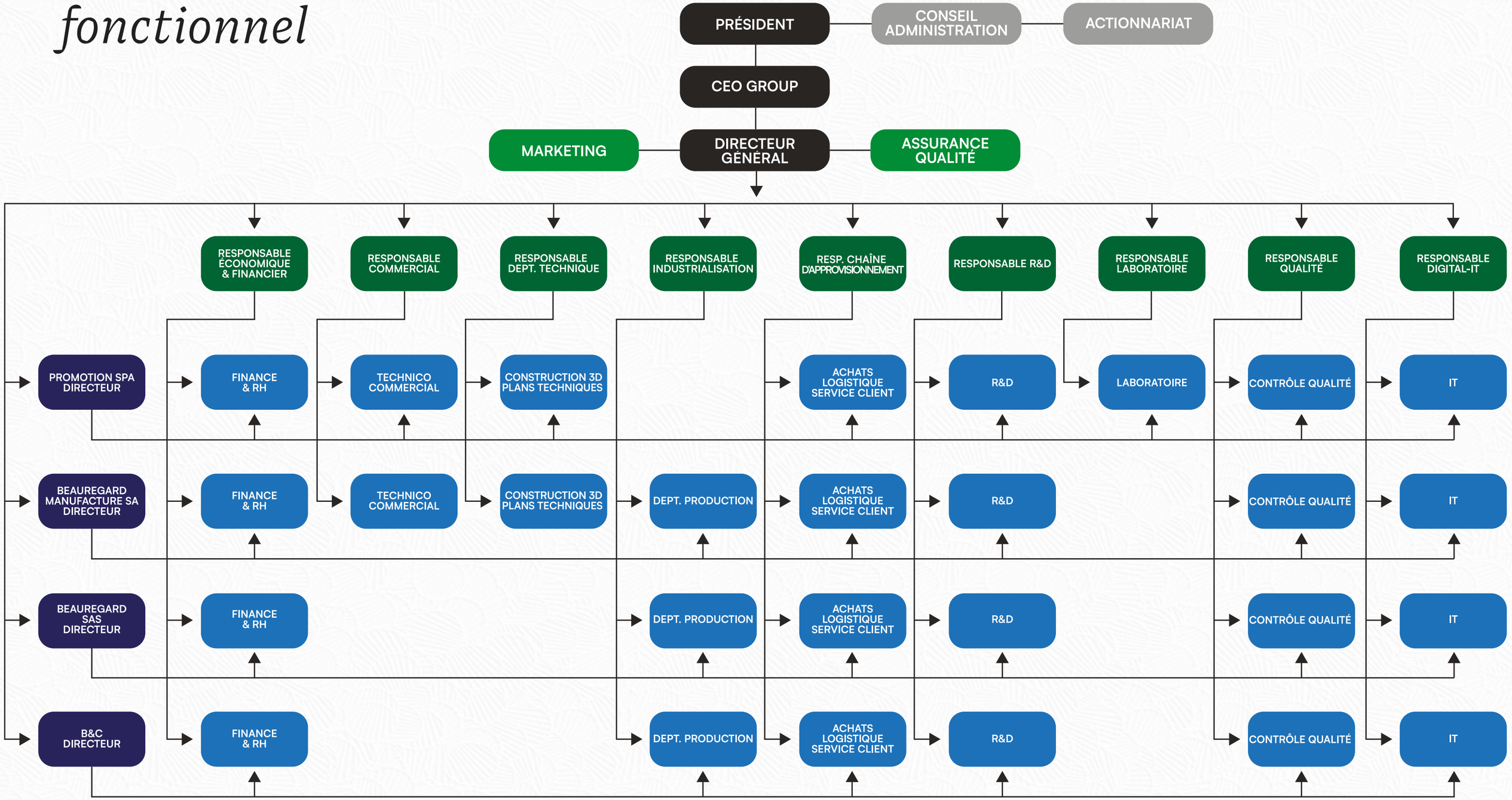


Gouvernance

La gouvernance d'entreprise est un élément essentiel pour le succès d'une entreprise, définie comme l'ensemble des règles et des processus qui façonnent les stratégies, les objectifs et les mécanismes de fonctionnement d'une société. Elle sert de guide dans le processus de prise de décision et dans la définition des lignes stratégiques à suivre.

Nous présentons ci-dessous la structure de gouvernance actuelle et les acteurs clés actuellement en exercice:

Promotion Group : Organigramme fonctionnel



COMITÉ DE DIRECTION

L'organe de gouvernance est chargé de définir les objectifs stratégiques, les politiques d'entreprise et les plans d'investissement, en veillant à ce qu'ils soient alignés sur la vision et la croissance durable de l'entreprise. Il est également chargé d'approuver les processus liés aux services offerts, de définir et de superviser les fonctions de contrôle de la société, d'approuver et de contrôler la structure organisationnelle et la définition des tâches et des responsabilités, de contrôler le système de flux d'informations et de veiller à ce que la structure des rémunérations et des primes n'augmente pas les risques pour l'entreprise. L'organe de gouvernance est le principal responsable de la gestion de l'entreprise et du contrôle de ses activités. Il est chargé de veiller à ce que l'entreprise soit en mesure de s'adapter aux changements du marché et de maintenir sa compétitivité.

Composition du conseil d'administration

Rasia Giovanni	Président du conseil d'administration	Représentant de l'entreprise
Buise Pierre	Administrateur délégué	Représentant de l'entreprise
Rasia Angelo	Administrateur délégué	
De Lorenzo Maurizio	Administrateur délégué	

COMMISSAIRES AUX COMPTES, MEMBRES DES ORGANES DE SURVEILLANCE

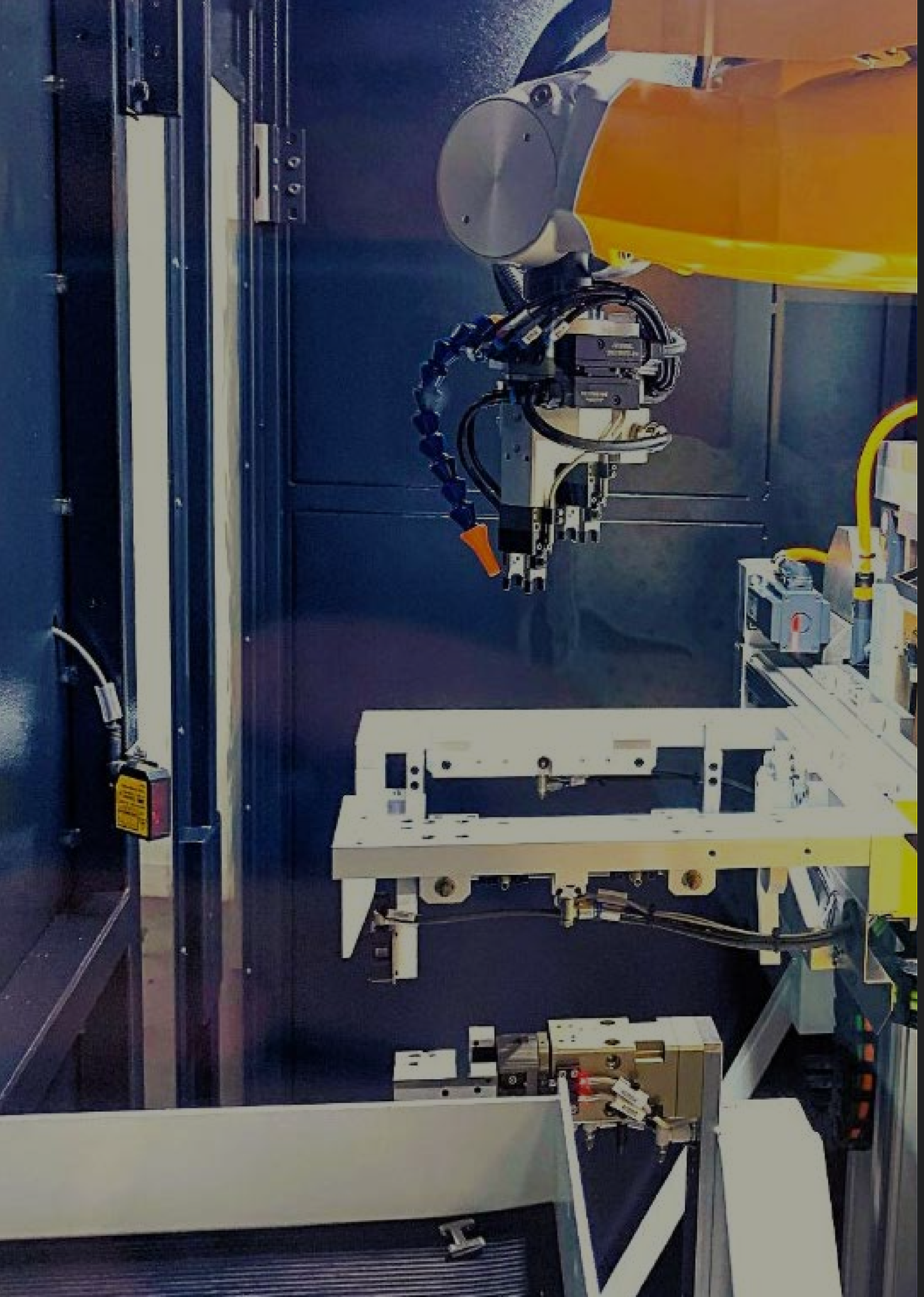
Le comité de direction de Promotion Group est l'organe chargé de définir les stratégies et les politiques de l'entreprise, de coordonner les activités des différents secteurs fonctionnels, de contrôler les résultats économiques et financiers et de gérer les relations avec les parties prenantes internes et externes. En d'autres termes, le comité de direction est responsable de la gestion opérationnelle de l'entreprise.

Composition des commissaires aux comptes, membres des organes de surveillance

Camporiondo Marta	Présidente du collège des commissaires aux comptes
Bruttomesso Alida	Commissaire aux comptes
Zanetti Gianluca	Commissaire aux comptes
Sgevano Francesca	Commissaire aux comptes suppléant
Castegnaro Roberto	Commissaire aux comptes suppléant
Tedone Carlo	Auditeur légal

Composition des directeurs de siège

Promotion SPA	Maurizio De Lorenzo
Beauregard SAS	Didier Desfonds
Beauregard Manufacture SA	Romain Klaye
B&C SA	Pedro Calçada



Les traits distinctifs

Les traits distinctifs de Promotion Group

Le développement durable

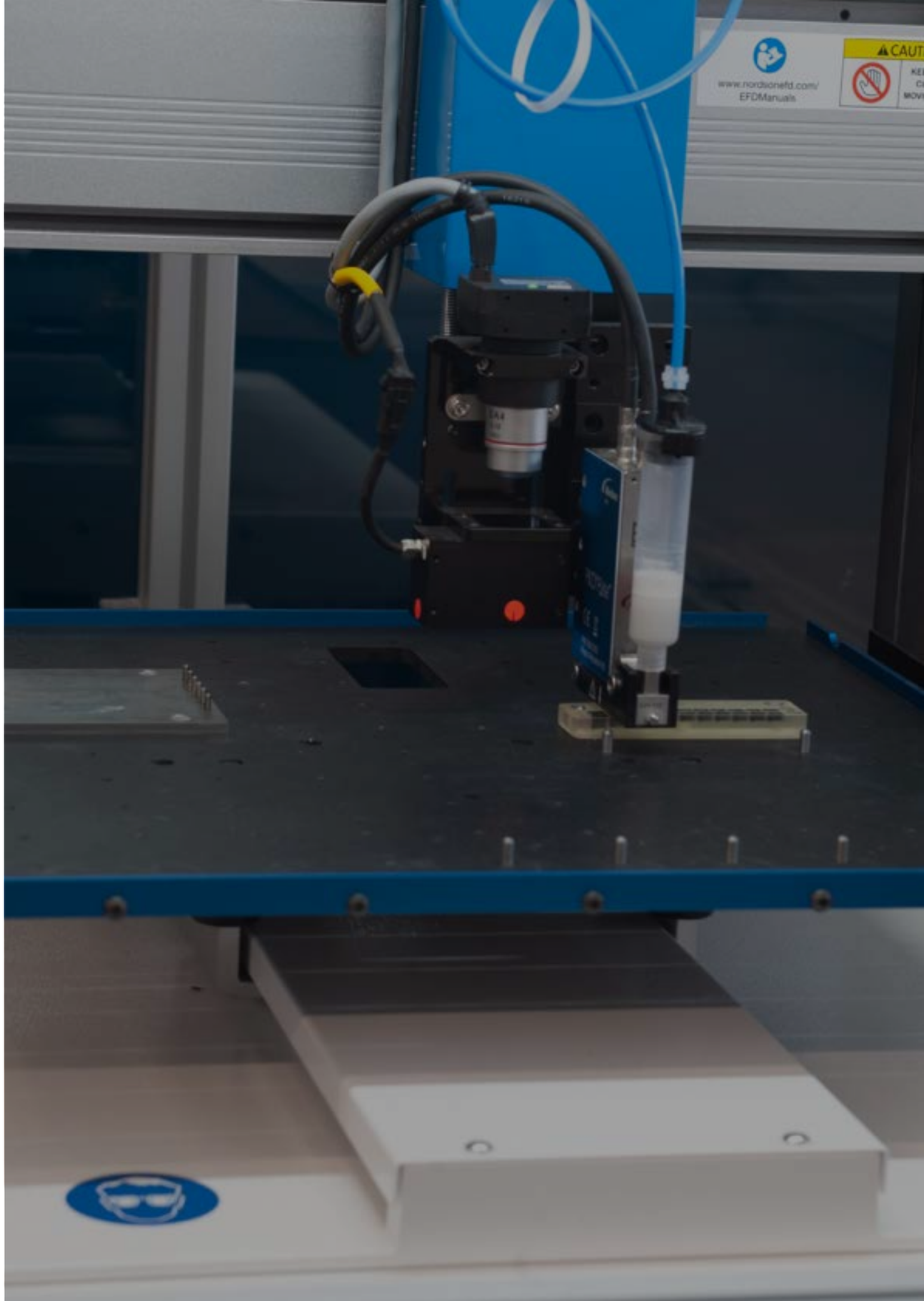
Le développement durable en entreprise est une approche stratégique et responsable de la gestion des activités entrepreneuriales, qui prend en compte les impacts économiques, sociaux et environnementaux générés tout au long du cycle de vie d'une entreprise. Pour nous, le développement durable n'est pas seulement l'adoption d'un modèle d'entreprise qui vise le succès économique et financier. Cela va bien au-delà. Cela signifie créer de la valeur pour toutes nos parties prenantes, en prenant soigneusement en compte l'ensemble de leurs attentes et de leurs besoins. Dans le même temps, cela implique d'assumer la responsabilité à l'égard de l'environnement, de réduire notre impact et de promouvoir des solutions respectueuses de l'environnement.
Pour nous, le développement durable suppose également un engagement social tangible, en contribuant activement au développement du territoire et à l'épanouissement des personnes. Intégrer le développement durable dans les opérations de l'entreprise signifie incorporer des considérations économiques, sociales et environnementales dans les décisions quotidiennes et les pratiques de gestion de l'entreprise. Les opérations de l'entreprise sont le terrain fertile sur lequel appliquer des stratégies durables liées aux facteurs ESG (environnementaux, sociaux et de gouvernance), et ce, de façon quotidienne. L'essence d'une stratégie durable axée sur les facteurs ESG fait des entreprises, des parties prenantes et de tous les acteurs concernés un centre de création de valeur pour l'ensemble de la société.

Les personnes

Nous considérons les personnes comme notre ressource la plus précieuse et notre principal facteur de différenciation. Ce sont nos collaborateurs qui assurent la qualité de nos services et la fidélisation à nos produits. C'est pourquoi nous nous engageons à valoriser leurs compétences, à les motiver, à les former et à veiller à leur bien-être. La satisfaction de nos collaborateurs est un objectif stratégique pour nous, au même titre que la satisfaction de nos clients.

La relation avec nos clients

Notre entreprise est basée sur la confiance, une valeur que nous essayons de gagner et de maintenir par notre professionnalisme, notre expertise et notre transparence. Nous nous considérons comme des partenaires de nos clients, que nous accompagnons au cours de leur gestion quotidienne. Notre objectif est d'identifier les meilleures opportunités pour nos clients et de les aider à prévenir et à gérer les risques dans un environnement de marché qui



est de nos jours de plus en plus complexe et dynamique. En outre, nous nous engageons à fournir un service de qualité et personnalisé pour répondre aux besoins spécifiques de chaque client. Nous sommes convaincus que notre souci du détail et notre dévouement au travail sont essentiels pour créer des relations solides et durables.

Règlement d'entreprise pour l'utilisation du système informatique

La diffusion croissante des nouvelles technologies de l'information, ainsi que le libre accès à Internet par les ordinateurs personnels, exposent Promotion Group à des risques financiers et criminels. Ces risques peuvent avoir un impact négatif sur la sécurité et l'image de l'entreprise. Afin de garantir une utilisation diligente et correcte des ressources informatiques, Promotion Group a établi le règlement relatif à l'utilisation des ressources informatiques.
Le règlement vise à définir les règles d'utilisation des ressources informatiques d'une manière sûre et responsable. Le règlement établit notamment les procédures d'accès aux ressources informatiques, la gestion des données de l'entreprise, la sécurité de l'information, la confidentialité des données, la protection des systèmes informatiques et la responsabilité de l'utilisateur.

Utilisation des ordinateurs personnels

L'ordinateur personnel est un outil de travail et son utilisation doit être strictement limitée aux activités professionnelles. L'accès est protégé par des mots de passe, qui doivent être conservés avec diligence et ne jamais être divulgués. Le responsable du traitement a le droit d'accéder aux données traitées par chaque utilisateur, en garantissant le respect de la réglementation et la sécurité du système.

Gestion des mots de passe

Les mots de passe doivent être changés régulièrement, être composés d'au moins huit caractères et ne doivent pas contenir de références permettant de remonter facilement jusqu'à l'utilisateur.
Le partage des mots de passe est strictement interdit.

Autres : ordinateurs portables, réseau internet, courrier électronique

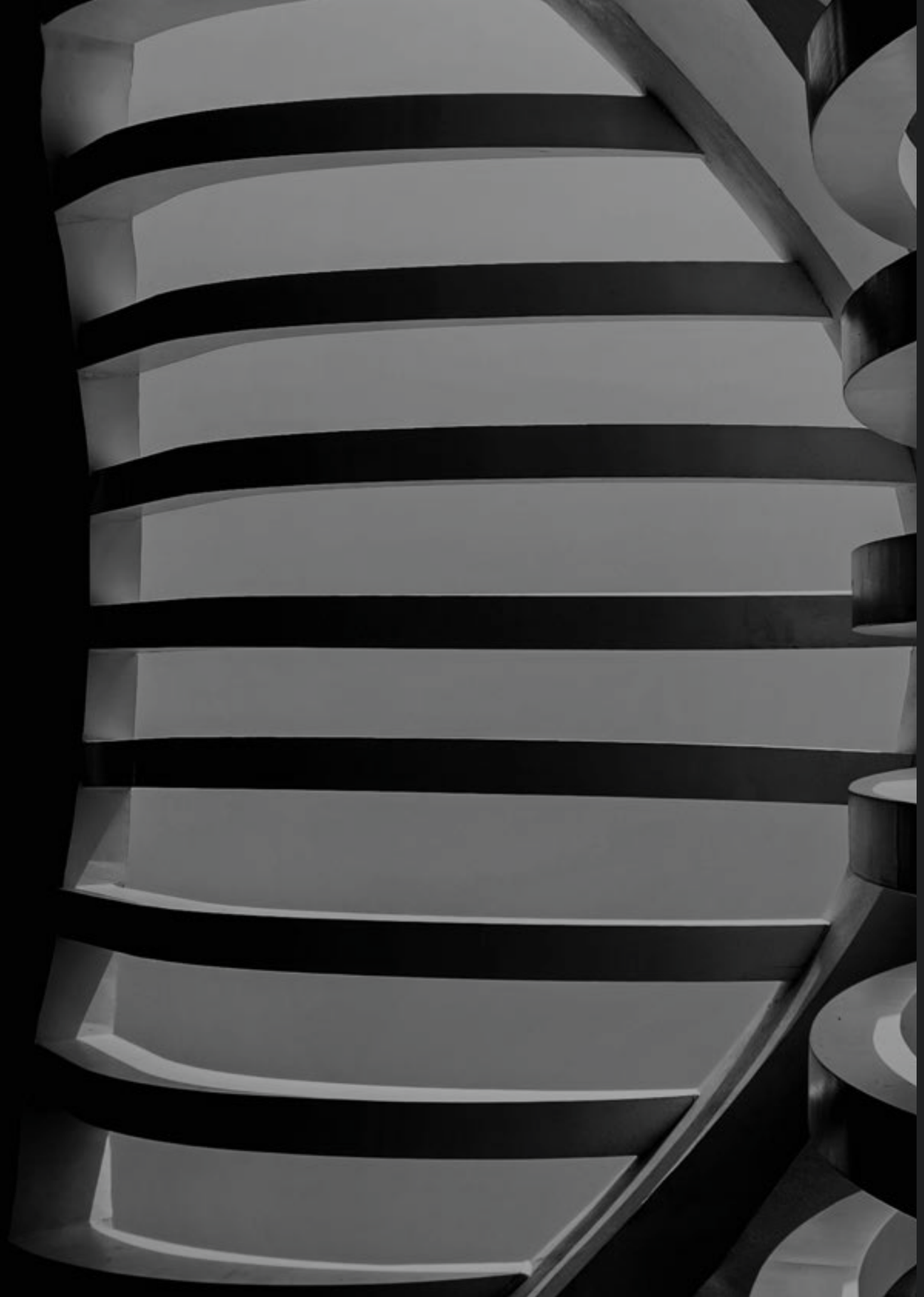
Pour des raisons de sécurité, l'utilisation non autorisée de programmes et de dispositifs externes est interdite. L'utilisation d'Internet n'est autorisée qu'à des fins professionnelles, les transactions financières et les activités non professionnelles étant interdites. L'utilisation du courrier électronique de l'entreprise est strictement professionnelle, avec l'obligation de le maintenir bien organisé.

Respect de la vie privée

Il est obligatoire de se conformer aux dispositions en matière de protection de la vie privée et de suivre les mesures de sécurité.

Sanctions en cas de non-respect

Le non-respect des règles de l'entreprise peut donner lieu à des mesures disciplinaires et à des poursuites civiles et pénales en vertu de la loi.



Impact social

Formation et valorisation
Santé et sécurité des employés et des collaborateurs

Promotion Group reconnaît l'importance des ressources humaines pour le développement de la Société : des collaborateurs adéquatement formés, valorisés, motivés et concernés par l'esprit de l'entreprise représentent la condition nécessaire à la réalisation des objectifs de l'entreprise.

La gestion des ressources humaines est orientée vers le bien-être de l'individu et l'épanouissement professionnel, guidé par le critère du mérite et visant à développer les aptitudes, tout en tenant compte des aspirations professionnelles de chaque collaborateur. Les décisions relatives à l'attribution de postes ou de rôles à plus grande responsabilité sont prises sur la base du profil professionnel et de la compétence et de la capacité réelles de l'employé à contribuer à la réalisation des objectifs individuels et de l'entreprise.

Promotion Group promeut une gestion du personnel visant à prévenir toute discrimination fondée sur le sexe, l'appartenance ethnique, la foi religieuse, l'état civil, l'orientation sexuelle, l'âge, le handicap et les convictions politiques de ses collaborateurs. Le respect des droits de l'homme est une valeur fondamentale pour la société, qui s'engage à garantir la dignité, la liberté et l'égalité de tous ses collaborateurs et à s'opposer à toute forme de violation ou d'abus.

L'organisation des ressources humaines est une tâche fondamentale pour toute entreprise, car le succès d'une entreprise dépend en grande partie de la qualité du travail de ses employés. Cette section traite de toutes les activités liées à la gestion du personnel, y compris la sélection, la formation, l'évaluation des performances, la planification des carrières, la gestion des salaires et des avantages sociaux, la gestion des conflits et la gestion du changement.

Nous pensons qu'il est fondamental de faire participer les employés et de favoriser leur développement professionnel pour assurer la continuité des rôles et des fonctions et maintenir les valeurs enracinées dans le contexte culturel et générationnel du Groupe. Au cours des deux dernières années, nous avons développé un parcours de formation régulier et planifié, visant à ce que les travailleurs s'impliquent dans des expériences éducatives et professionnelles qui stimulent leur participation et leur intérêt pour l'ensemble du cycle de l'entreprise. Pour mettre en œuvre cette formation interne, nous avons confié l'initiative à des professionnels expérimentés, qui ont entamé un « parcours maïeutique » en septembre 2022, concernant dans un premier temps les titulaires et la direction. Ce projet est axé sur l'individu et vise à promouvoir un processus de connaissance de soi qui se traduit par une amélioration individuelle, un renforcement des compétences relationnelles, une consolidation des compétences non techniques et un renforcement du sentiment d'appartenance au Groupe. Au cours de l'année 2022, nous avons mis en place un « plan de welfare en entreprise » axé sur des événements personnels spécifiques, en accordant une attention particulière au bien-être des employés aussi bien sur le plan personnel que familial. Nous renforçons le lien entre l'entreprise et la famille, en offrant des contributions qui soutiennent la croissance éducative au sein des familles de nos employés.

Recrutement et sélection

Promotion Group recherche les meilleurs talents pour ses activités et évalue soigneusement plusieurs qualités au cours du processus de recrutement. Les plus importantes sont sans aucun doute les suivantes:

- **Compétences**: des personnes ayant une solide préparation professionnelle et capables d'appliquer leurs connaissances et leurs compétences aux différentes situations et défis qui se présentent dans ce monde en constante évolution.

- **Dynamisme**: des personnes flexibles et proactives, qui souhaitent s'épanouir, savent s'adapter au changement et saisir les opportunités offertes par le marché.

- **Motivation**: des personnes dotées d'une forte motivation personnelle et professionnelle, qui partagent la même vision et les mêmes valeurs que le Groupe, et qui sont orientées vers la réalisation des mêmes objectifs.

- **Passion**: des personnes passionnées par leur travail, enthousiastes et curieuses, désireuses de s'impliquer et de donner le meilleur d'elles-mêmes face à tous les défis que l'avenir leur réserve.

- **Engagement**: des personnes ayant un sens élevé des responsabilités et du dévouement, fiables et précises, qui respectent les délais et les attentes des clients et des collègues.

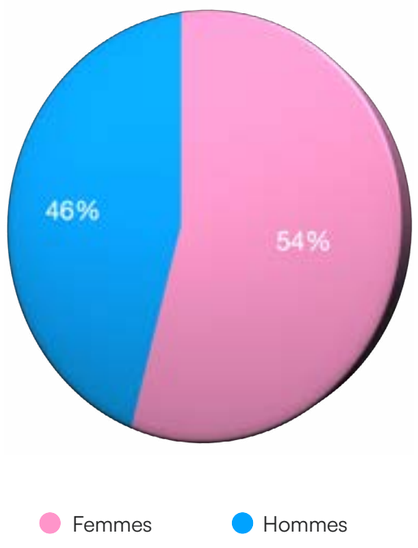
- **Capacité à travailler en équipe**: la capacité à établir des relations et à communiquer avec tous les acteurs concernés. Le fait de collaborer avec les autres personnes de manière constructive et respectueuse et l'ouverture au dialogue et au partage d'idées sont des qualités essentielles pour travailler dans notre entreprise.

Enfin, en signant le contrat de travail, le nouvel employé s'engage à respecter tous les principes et règles de conduite énoncés dans le règlement intérieur.

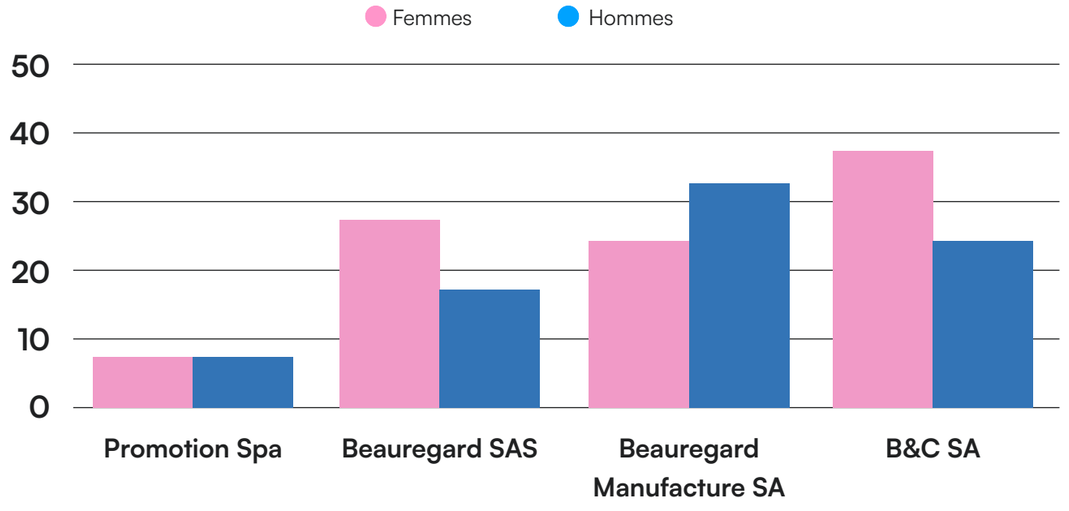
Données sur le personnel

GENRE	TOTAL
Femme	**96**
Homme	**81**
Total général	**177**

DONNÉES DU PERSONNEL



SIÈGE	GENRE	EMPLOYÉS	TOTAL
Promotion Spa	Femme	7	14
	Homme	7	
Beauregard SAS	Femme	27	44
	Homme	17	
Beauregard Manufacture SA	Femme	24	56
	Homme	32	
B&C SA	Femme	38	63
	Homme	25	
TOTAL	**Femme**	**96**	**177**
	Homme	**81**	



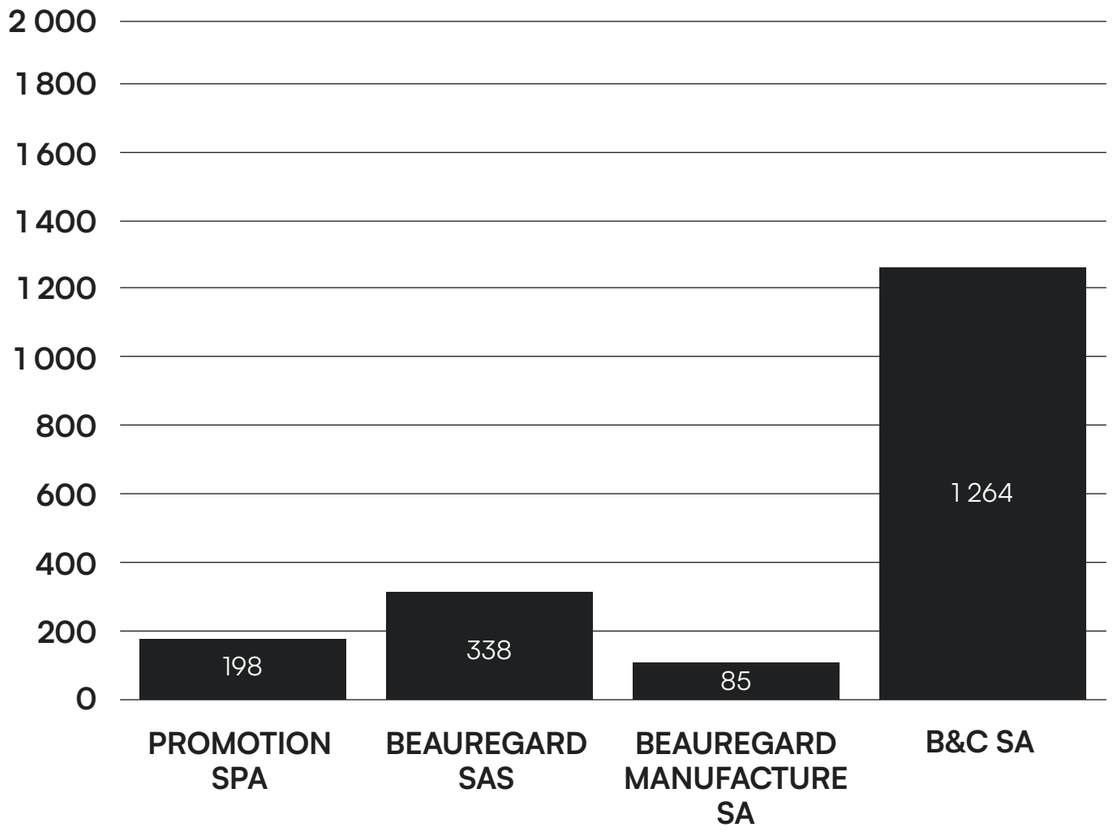
Formation et valorisation

L'investissement dans la formation est un pilier fondamental pour stimuler la productivité et valoriser le capital humain, tout en contribuant à former des professionnels qualifiés prêts à soutenir la croissance et la stratégie de l'entreprise. Au cours de l'année 2023, des cours de remise à niveau ont été organisés, dans la continuité des années précédentes. La formation continue est essentielle pour rester au fait des nouvelles technologies et des tendances du marché, et pour améliorer les compétences et la productivité du personnel. Il s'agit d'un investissement à la fois dans la réussite professionnelle des employés et dans l'amélioration des performances globales de l'entreprise.

Notre entreprise a une longue tradition de cours de formation axés sur des sujets essentiels tels que la sécurité au travail et l'utilisation correcte de la technologie. En outre, nous sommes toujours attentifs aux nouvelles tendances du marché et nous proposons des cours pour nous assurer que notre personnel reste toujours informé des derniers développements.
Nous sommes convaincus que la communication est un élément crucial pour le succès de l'entreprise. C'est pourquoi nous proposons également des cours de langues afin d'éliminer les barrières de communication au sein de l'entreprise.

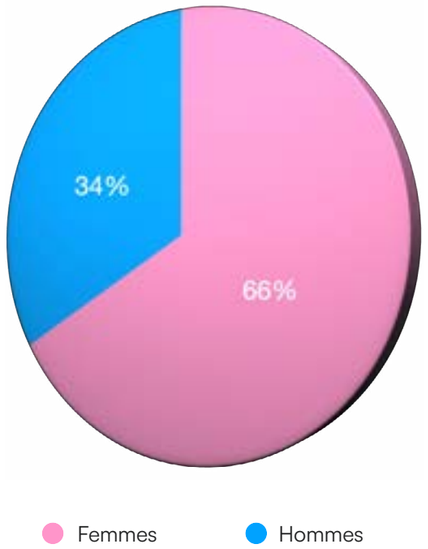
Les cours de formation sont conçus afin que les collaborateurs puissent acquérir les compétences nécessaires pour contribuer de manière significative au succès de l'entreprise. L'objectif de la participation aux cours de formation est de promouvoir un environnement de travail sûr, efficace et technologiquement avancé.

SIÈGE	HEURES HOMME	HEURES FEMME	TOTAL
Promotion Spa	56	142	**198**
Beauregard SAS	128	210	**338**
Beauregard Manufacture SA	30	55	**85**
B&C SA	423	841	**1 264**
Total Groupe	**637**	**1 248**	**1 885**



GENRE	TOTAL HEURES DE FORMATION
Hommes	637
Femmes	1 248

TOTAL HEURES DE FORMATION



Santé et sécurité des employés et des collaborateurs

Sécurité des travailleurs

Promotion Group considère qu'il est fondamental de protéger la santé psychophysique de ses employés et collaborateurs. À cette fin, le Groupe s'engage à garantir des environnements de travail sûrs, sains et confortables, conformément aux réglementations en vigueur en matière de santé et de sécurité. Il adopte une approche qui prévoit la responsabilisation des fonctions de l'entreprise chargées des questions de sécurité au travail. Afin de garantir une supervision et un suivi constants, la gestion de la sécurité au travail s'articule autour d'un système de délégations qui attribue des pouvoirs cohérents de disposition organisationnelle.

L'une des principales tâches de la Direction est de fournir des points d'amélioration en matière de gestion de la santé et de la sécurité au travail.

Le **Responsable du Service de Prévention et de Protection** (RSPP) a plusieurs missions, notamment:

1. **Identifier les facteurs de risque**
Il doit identifier les facteurs de risque présents sur le lieu de travail, tels que la présence de substances dangereuses, de machines dangereuses ou de situations susceptibles de provoquer des accidents.

2. **Évaluer les risques et identifier les mesures de sécurité, de prévention et de protection, ainsi que les systèmes de contrôle de ces mesures**
Il doit évaluer les risques identifiés et proposer les mesures nécessaires pour assurer la sécurité des travailleurs. Ces mesures peuvent être préventives ou protectrices et doivent être vérifiées régulièrement pour s'assurer de leur efficacité.

3. **Proposer des programmes d'information et de formation des travailleurs**
Il doit développer des programmes de formation et d'information pour les travailleurs, afin qu'ils soient conscients des risques présents sur le lieu de travail et des mesures de sécurité prises pour les prévenir.

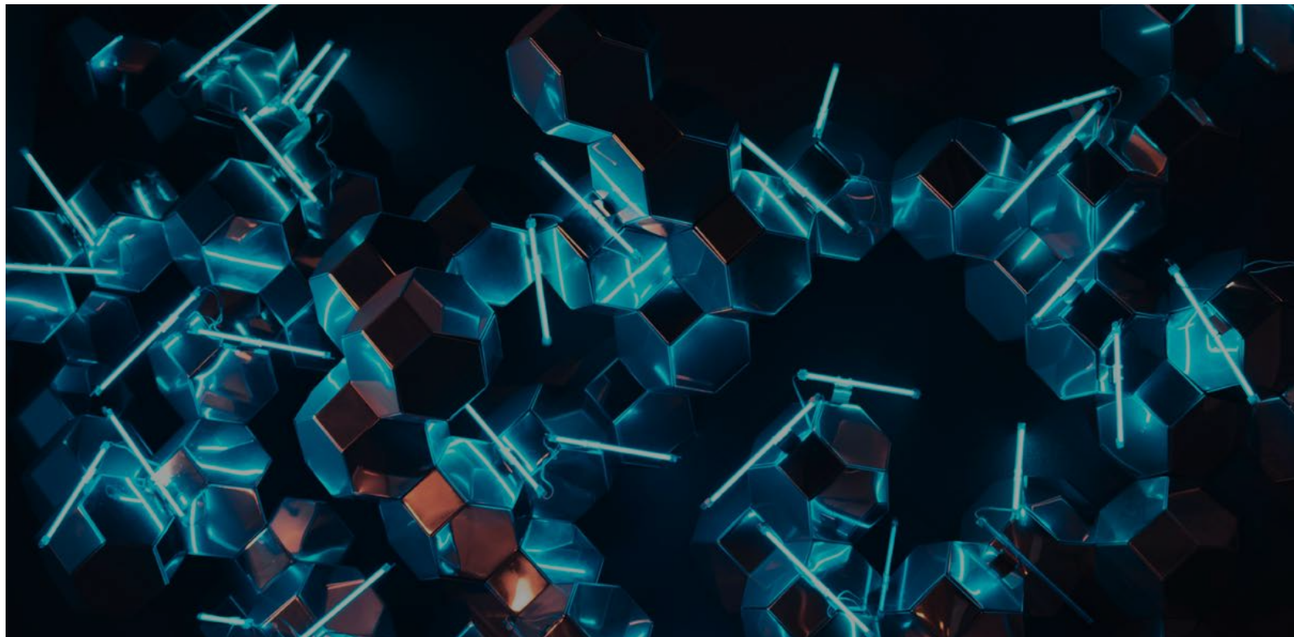
La **Direction de l'entreprise**, quant à elle, a pour principales missions de:

1. **Collaborer à l'évaluation des risques**
Elle a pour mission de collaborer avec le Service de Prévention et de Protection (SPP) pour identifier les risques présents sur le lieu de travail et prendre les mesures nécessaires pour les prévenir ou les minimiser.

2. **Planifier et réaliser la surveillance de la santé des travailleurs**
Elle a pour mission de planifier et d'effectuer les contrôles de santé nécessaires pour vérifier l'aptitude du travailleur à la tâche professionnelle spécifique.

3. **Informer l'entreprise de l'aptitude du travailleur à la tâche professionnelle spécifique**
Elle doit fournir à l'entreprise les informations nécessaires pour garantir que le travailleur est employé d'une manière adaptée à ses capacités et à ses compétences.

4. **Visiter les lieux de travail pour vérifier et évaluer leur adéquation avec la santé et l'intégrité psychophysique des travailleurs**
Elle a pour mission de vérifier et d'évaluer l'adéquation des lieux de travail avec la santé et l'intégrité psychophysique des travailleurs. La Direction de l'entreprise doit notamment vérifier que les lieux de travail sont conformes aux réglementations en vigueur en matière de santé et de sécurité au travail.



Risques potentiels liés aux activités professionnelles chez Promotion Group

Promotion Group attache la plus grande importance à la sécurité et au bien-être de ses travailleurs. Afin d'identifier et d'atténuer les risques potentiels liés aux activités professionnelles, nous avons mis en place des mesures de prévention et de protection.
Les principaux risques identifiés sont les suivants:

Risque ergonomique
Les blessures peuvent être causées par des postures incorrectes ou des efforts physiques prolongés.
Mesures de prévention : pour prévenir ces blessures, il est important de former les travailleurs à l'utilisation correcte des outils et des équipements, et d'aménager des postes de travail ergonomiques. Cela permet de réduire les tensions musculaires et de prévenir les blessures liées aux postures..

Risque chimique
Au cours de la transformation, il est possible d'être exposé à des produits chimiques dangereux.
Mesures de prévention : pour éviter l'exposition à ces substances, il est nécessaire d'utiliser des équipements de protection individuelle (EPI) et de suivre les protocoles appropriés pour la manipulation et le stockage des produits chimiques. Il est également important de recevoir une formation adéquate sur les risques associés aux produits chimiques et sur les méthodes de prévention de l'exposition.

Risque lié au bruit
Le lieu de travail peut présenter des niveaux de bruit élevés, qui peuvent avoir des effets néfastes sur la santé des travailleurs.
Mesures de prévention : afin de prévenir les risques liés à l'exposition au bruit, il est nécessaire d'utiliser des protections auditives pour les travailleurs et de limiter les heures d'exposition au bruit. De cette manière, il est possible de réduire le risque de maladies professionnelles telles que l'hypoacousie due au bruit.

Risque d'incendie
Le lieu de travail peut présenter un risque potentiel d'incendie.
Mesures de prévention : pour prévenir le risque d'incendie, il est important d'installer des systèmes de lutte contre l'incendie et de former en permanence les employés aux procédures d'évacuation. De cette manière, il est possible de réduire le risque d'incendie et d'assurer la sécurité des travailleurs.

Risque de stress au travail
Le stress peut résulter d'une charge de travail excessive ou de facteurs organisationnels. Certaines mesures peuvent être prises pour garantir un environnement de travail sain : assurer un équilibre entre vie professionnelle et vie privée, fournir un environnement confortable et sûr, promouvoir la communication et la collaboration entre les employés, fournir des services de conseil et un soutien psychologique, etc. Notre entreprise s'engage à surveiller constamment les risques, à les actualiser et à mettre en œuvre de nouvelles mesures préventives si nécessaire. La sécurité de nos employés est une priorité absolue et nous travaillons sans relâche pour assurer un environnement de travail sûr et sain.

Santé et sécurité au travail

Les projets de croissance sont étroitement liés au bien-être de nos collaborateurs et c'est en toute conscience que nous protégeons leur santé et leur sécurité, encourageons l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée et offrons des possibilités de formation sur le lieu de travail.
Promotion Group considère que la santé et la sécurité de ses collaborateurs revêtent une importance fondamentale. L'entreprise a adopté un système de règles et de procédures basé sur les meilleures normes internationales afin de pouvoir gérer ce point de la meilleure façon possible. L'objectif de ce système est de minimiser les accidents du travail et de garantir le respect des lois, règlements et directives, nationales et européennes.

Le système qualité de Promotion Group

Promotion Group s'engage à maintenir des normes élevées de qualité, de sécurité et de durabilité dans toutes ses activités. L'entreprise a adopté des politiques environnementales strictes et des mesures afin de minimiser l'impact de ses activités sur l'environnement, contribuant ainsi à une gestion responsable des ressources. La politique de gestion des déchets est respectueuse de l'environnement et suit des pratiques d'élimination et de recyclage conformes aux réglementations écologiques en vigueur.

Dans le domaine de la sécurité, l'entreprise a mis en œuvre des actions conformes à la réglementation du Texte unique sur la sécurité au travail, garantissant des conditions sûres pour les employés, les collaborateurs et les tiers. Les résultats de cette attention à la sécurité se reflètent dans le faible taux d'accidents du travail enregistré et l'absence de cas de blessures graves ou de décès. Promotion Group n'a reçu aucune allégation de maladie professionnelle ou de harcèlement moral, ce qui témoigne d'un environnement de travail sain et respectueux. L'entreprise a obtenu des certifications importantes, telles que l'adhésion au Responsible Jewellery Council (RJC) et les certifications Cop et CoC. À cela s'ajoute la certification ISO 9001, qui confirme l'engagement de l'entreprise à maintenir des normes de qualité élevées. Outre le respect des normes, Promotion Group investit en permanence dans l'innovation technologique.

L'entreprise a développé des projets de recherche et développement axés sur des technologies de pointe, telles que les lasers, l'impression 3D de matériaux précieux et l'utilisation de robots anthropomorphes. Au cours de l'exercice 2023, elle a engagé des dépenses éligibles pour ces projets, bénéficiant ainsi du Crédit d'impôt pour les activités de recherche, de développement, d'innovation technologique et de design. Ces efforts visent à renforcer la compétitivité de l'entreprise et à générer des retombées économiques positives.

Un élément central du succès de Promotion Group est le laboratoire situé à Altavilla Vicentina. Ce laboratoire est le cœur battant des activités de recherche, de développement et de contrôle de la qualité des bracelets, qui sont principalement produits en acier, en titane et en métaux précieux. Le laboratoire effectue des tests approfondis sur les matériaux de base, les composants et les assemblages afin de s'assurer que chaque produit répond aux normes de qualité requises.

Le département de recherche et développement étudie et expérimente en permanence de nouveaux matériaux et de nouvelles technologies. L'objectif est d'innover constamment, en introduisant des solutions avancées qui améliorent les performances et la fiabilité des produits, tout en conservant un design élégant et fonctionnel.

La qualité des produits est garantie par des contrôles rigoureux, y compris des tests chimiques et physiques sur les matériaux et des tests d'endurance pour évaluer la résistance des bracelets dans différentes conditions. Le laboratoire s'occupe également du développement et de l'optimisation des processus de production, et travaille en étroite collaboration avec les services de production et les fournisseurs afin d'améliorer l'efficacité, de réduire les coûts et de maintenir des normes élevées.

Avant d'être mis sur le marché, tous les nouveaux modèles sont soumis à des tests fonctionnels afin de s'assurer qu'ils répondent aux exigences d'une utilisation quotidienne et qu'ils sont sûrs pour les consommateurs. Parmi les tests les plus importants figurent les tests environnementaux, qui évaluent la résistance du produit à des facteurs tels que la température, l'humidité et la corrosion, afin de s'assurer que les matériaux conservent leurs caractéristiques, y compris dans des conditions extrêmes. Outre les activités internes, le laboratoire de Promotion Group collabore avec des centres de recherche pour le développement de nouveaux matériaux et de nouvelles technologies. Ces collaborations permettent de transférer les découvertes scientifiques directement dans la production, ce qui donne à l'entreprise un avantage concurrentiel et permet de réaliser des produits innovants et de haute qualité.

Le savoir-faire, notre atout

Après avoir défini la construction la plus appropriée, Promotion Group s'appuie sur différents centres de production, en propre ou en partenariat, répartis dans le monde entier, chacun disposant d'une expertise et d'équipements spécifiques. C'est pourquoi Promotion Group peut garantir un flux de production optimal et un bon rapport qualité/prix, ainsi que le respect de l'origine souhaitée, avec une transparence totale et un acheminement parfaitement traçable. L'objectif est de réaliser le produit fini le mieux adapté aux besoins spécifiques de chaque client.

La norme ROHS
Sur la dispersion dans la nature de métaux lourds tels que le mercure et le cadmium.

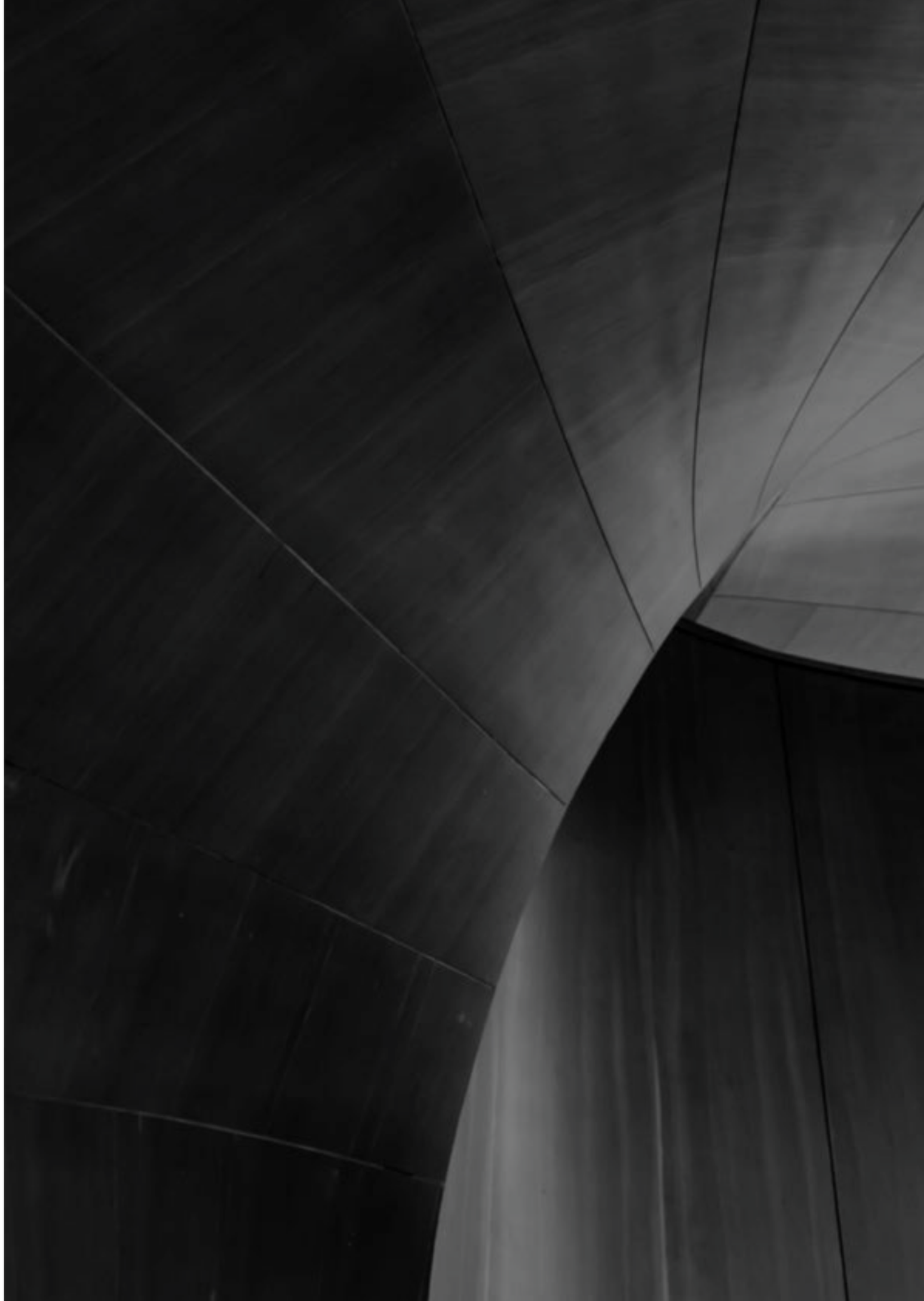
Le REACH
Permet l'enregistrement, évaluation et autorisation des substances chimiques dans nos différents sites de production.

L'UNI EN ISO 9001:2015
Promotion SpA a une gestion conforme à l'UNI EN ISO 9001 :2015, norme internationale qui spécifie les exigences relatives au système de Management.

La norme EN1811
Concernant le taux de relargage du nickel. La société emploie des matériaux adaptés et a également revu son processus de production.

Le Responsible Jewelry Council RJC – COP – COC
Permet de certifier les bonnes pratiques en matière d'approvisionnement de l'or ou des diamants, de la mine jusqu'à la distribution, en permettant une traçabilité tout au long du flux.

Le Coq Vert
La Communauté du Coq Vert, lancée par Bpifrance en partenariat avec l'ADEME et le ministère de la Transition écologique, rassemble les Sociétés convaincues de l'importance d'agir pour la transition écologique et énergétique. Beauregard SAS fait partie de cette communauté, affirmant son engagement en faveur d'un développement durable et responsable.



Contributions caritatives et engagement social de Promotion Groupt

Promotion Group a toujours reconnu l'importance de son rôle dans la société et s'est engagé à soutenir activement diverses organisations et initiatives humanitaires. Au fil des ans, l'entreprise a renforcé son engagement éthique, en promouvant des actions concrètes et des dons ciblés pour soutenir des causes d'une grande importance sociale. Nous sommes profondément fiers d'avoir contribué à améliorer la qualité de vie de nombreuses personnes et d'avoir soutenu des projets qui ont eu un impact tangible sur la collectivité.

Au cours de l'année 2023, nous avons continué à soutenir des causes pertinentes, aussi bien à l'échelle nationale qu'internationale. Parmi les initiatives dont nous sommes particulièrement fiers figure notre soutien à des projets tels que EMO-CASA ETS, une association engagée dans la lutte contre la leucémie et d'autres hémopathies malignes par le biais de la recherche clinique et de la thérapie à domicile. Nous avons également renouvelé notre engagement dans la lutte contre le cancer en faisant un don à l'ANVOLT, l'Association nationale des volontaires pour la lutte contre le cancer.

Un autre moment fort a été le soutien apporté à la Croix-Rouge italienne pour les opérations de secours après le tremblement de terre en Émilie-Romagne, une situation d'urgence qui nous a profondément touchés. Nous avons soutenu la ville suisse de La Chaux-de-Fonds, frappée par une tornade dévastatrice, soulignant ainsi notre engagement à répondre rapidement aux situations d'urgence.

Outre ces interventions d'urgence, Promotion Group a soutenu diverses initiatives de solidarité et de développement local. Il s'agit notamment de l'achat de cartes de vœux de l'UNICEF pour soutenir les enfants dans le besoin. Nous avons également parrainé plusieurs associations sportives, telles que le Football Club Sagne et PLUSPORT Sport Handicap, démontrant ainsi notre engagement permanent en faveur de l'inclusion sociale par le biais du sport. Sur le plan culturel, notre contribution a favorisé des événements tels que le Festival Le Chant du Gros et des initiatives de solidarité en faveur de l'association Des Soleils pour Princesse Mimi.

Notre soutien s'étend également à la France, avec des dons à l'Harmonie de Paulhaguet et aux pompiers locaux, confirmant notre intérêt à soutenir non seulement les urgences, mais aussi les communautés à travers de petites actions qui améliorent la vie de tous les jours. L'objectif de Promotion Group n'est pas seulement d'être une entreprise prospère, mais aussi d'être une entreprise qui apporte des avantages concrets à la société, conformément aux valeurs de solidarité, de développement durable et de responsabilité sociale. Nous continuons à croire que chaque geste de solidarité, aussi grand ou petit soit-il, peut contribuer à la construction d'un monde meilleur. Nous souhaitons que cet engagement soit une source d'inspiration pour d'autres, dans l'espoir qu'ensemble, nous puissions créer un avenir plus juste et plus solidaire pour tous.

Commune la Chaux-de-Fonds

Croce Rossa Italiana

Partenariat stratégique pour le développement durable : Promotion Group et Treesition

Dans le cadre de son engagement constant en faveur de la durabilité environnementale et de la responsabilité sociale des entreprises, Promotion Group a conclu un partenariat passionnant avec Treesition, une start-up innovante spécialisée dans la culture durable du Paulownia. Ce partenariat stratégique vise à réduire de manière significative notre empreinte carbone, à soutenir l'agriculture durable, à générer un impact environnemental positif et mesurable, et à engager activement nos employés et nos parties prenantes dans des initiatives environnementales concrètes.

Au cœur de cette collaboration se trouve le projet Treesition, basé sur un modèle agroforestier innovant qui utilise le Paulownia, un arbre aux caractéristiques extraordinaires. Ce « super arbre » pousse rapidement, atteignant 20 mètres en seulement 7 ans, et possède une capacité exceptionnelle d'absorption du CO2, jusqu'à 55 kg par arbre et par an. En outre, il produit un bois précieux qui peut être utilisé dans diverses industries, offrant ainsi une solution durable à la demande de bois.

La première action concrète de Promotion Group a été de parrainer 10 000 paulownias. L'impact de cette action est considérable : nous prévoyons une absorption de 550 tonnes de CO2 par an, ce qui équivaut à la suppression des émissions annuelles d'environ 120 voitures. Non seulement cette action contribue directement à la réduction du CO2 dans l'atmosphère, mais elle soutient également la régénération des sols agricoles et favorise la production durable de bois, réduisant ainsi la pression sur les forêts naturelles.

L'impact de ce partenariat va au-delà de l'aspect environnemental. Nous soutenons activement l'économie rurale et les agriculteurs locaux, en créant de nouvelles opportunités économiques dans les zones de plantation. Dans le même temps, nous diversifions notre portefeuille d'entreprises avec des actifs verts, démontrant ainsi que le développement durable et le succès économique peuvent aller de pair.

Ce partenariat avec Treesition représente une étape importante dans notre stratégie de développement durable, démontrant l'engagement concret de Promotion Group en faveur de pratiques d'entreprise responsables et innovantes. Nous sommes enthousiastes à l'idée de ce voyage vert et nous continuerons à rechercher et à mettre en œuvre des solutions qui concilient la réussite économique et la responsabilité environnementale et sociale. Avec chaque arbre planté, nous cultivons littéralement un avenir plus durable pour notre entreprise, nos parties prenantes et notre planète.

Impact sur l'environnement

Consommation d'énergie
Consommation d'eau
Consommation de carburant
Gestion des déchets

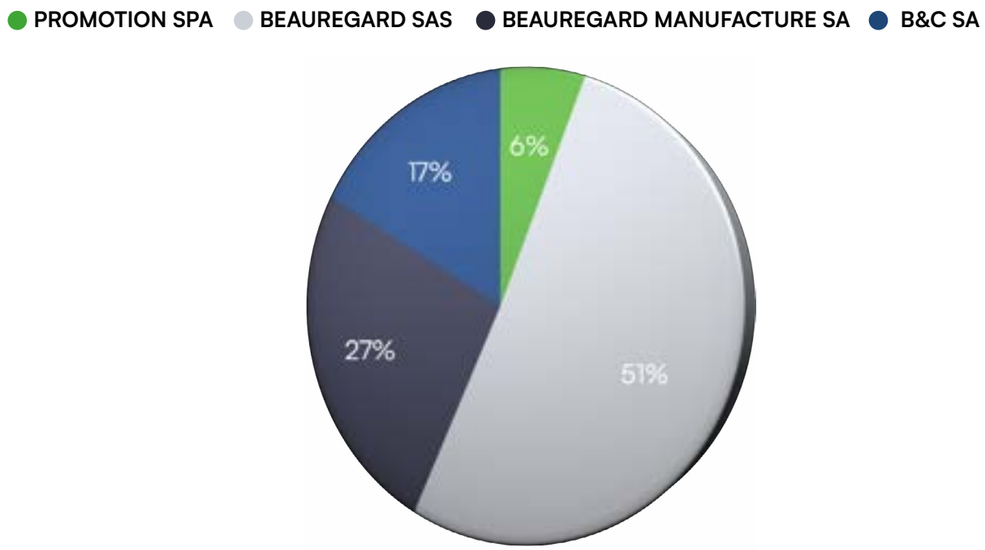
Consommation d'énergie

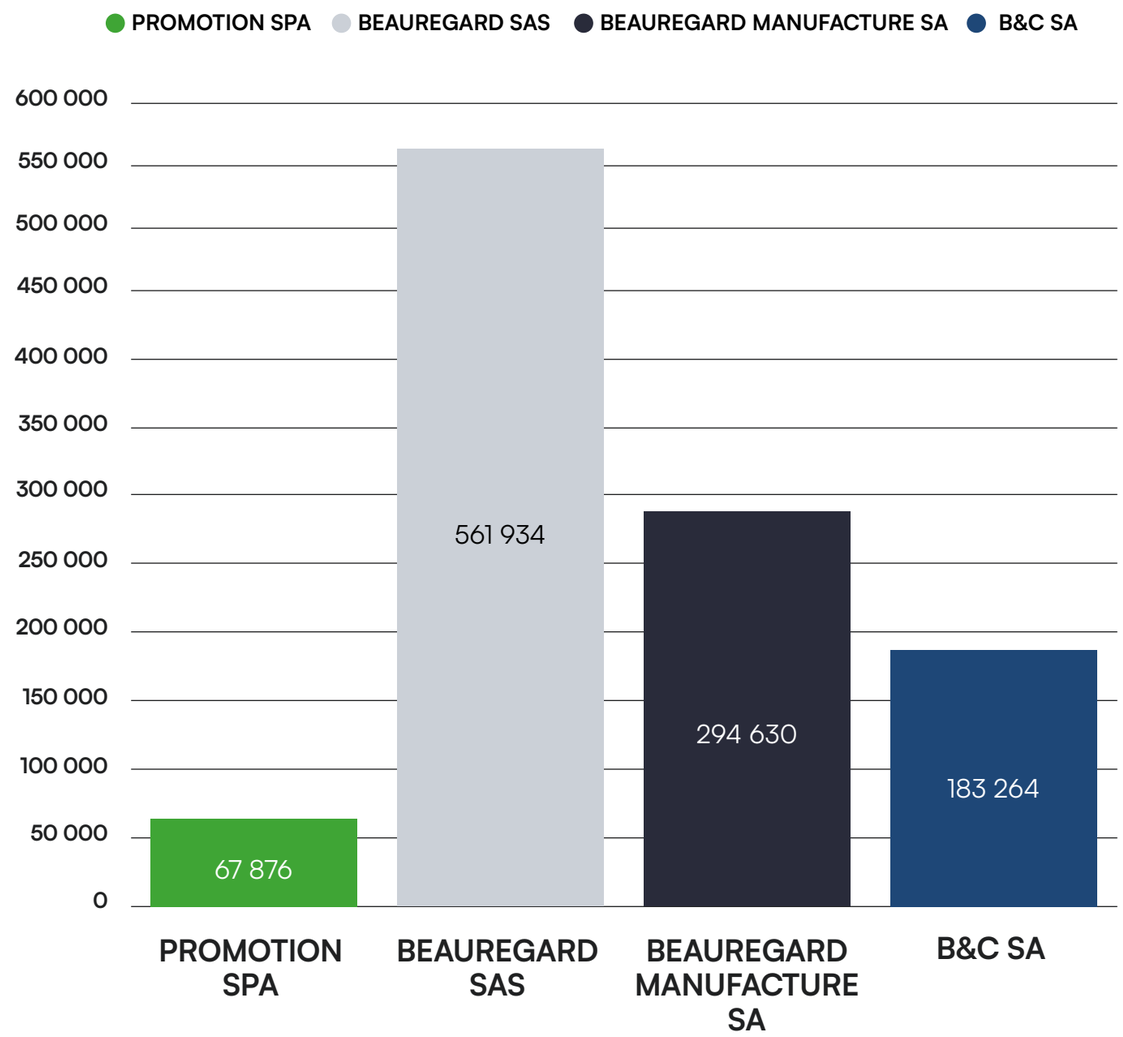
La consommation d'énergie, champ d'application 2 de 2023 sur les différents sites est exprimée en (kWh):

- Promotion Spa: 67 876 kWh
- Beauregard SAS: 561 934 kWh
- Beauregard Manufacture SA: 294 630 kWh
- B&C SA: 183 264 kWh

Ces chiffres mettent en évidence la possibilité de continuer à travailler sur l'efficacité énergétique au sein de tous les sites de Promotion Group, qui a déjà fait preuve d'un fort engagement dans ce domaine, considérant la réduction de la consommation non seulement comme une responsabilité environnementale, mais aussi comme un pilier stratégique du développement durable de l'entreprise.

PROMOTION SPA	BEAUREGARD SAS	BEAUREGARD MANUFACTURE SA	B&C SA
67 876 KWH	561 934 KWH	294 630 KWH	183 264 KWH





Consommation de gaz

La consommation de gaz naturel est actuellement mesurée en mètres cubes (m^3). Actuellement, nous enregistrons une consommation de 8 062,00 m^3 sur deux de nos sites, l'un en Portugal et l'autre en Suisse, ce dernier ayant une consommation de 9 125,00 m^3.

Ces valeurs, bien que suivies en permanence, doivent être améliorées progressivement dans les années à venir. L'objectif est de réduire progressivement la consommation de gaz jusqu'à l'éliminer complètement, comme cela a déjà été fait dans d'autres sites du Groupe, notamment en Portugal et au Portugal. Nous travaillons à la mise en place de solutions plus vertes et à faibles émissions au sein de toutes nos structures. Ce processus de transition énergétique est un engagement clé pour réduire notre impact environnemental et encourager l'adoption de sources d'énergie renouvelables.

PROMOTION SPA
8 062,00 M3

BEAUREGARD MANUFACTURE SA
9 125,00 M3

Consommation d'eau

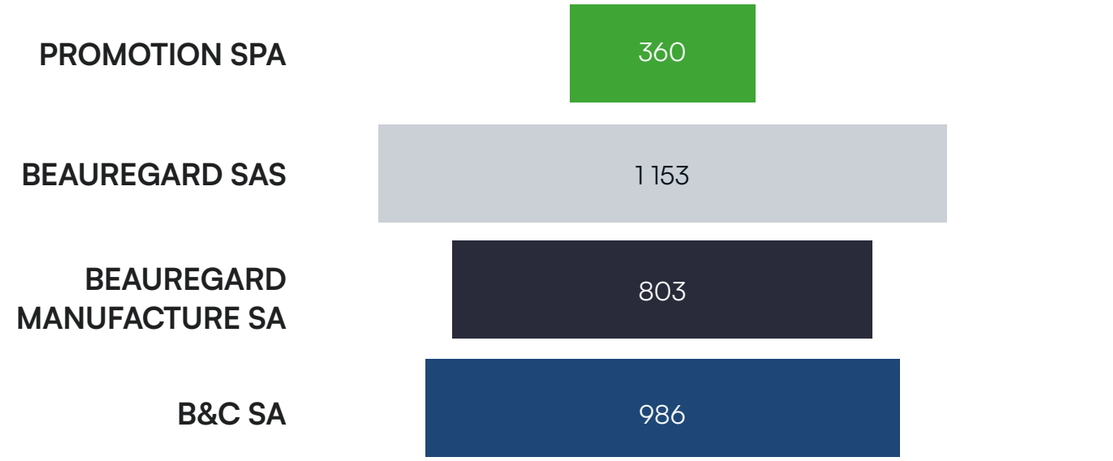
La consommation d'eau en 2023 pour les sites de Promotion Group a été mesurée en mètres cubes (m^3):

- Promotion Spa: 360,00 m^3
- Beauregard SAS: 1 53,00 m^3
- Beauregard Manufacture SA: 803,00 m^3
- B&C SA: 986,00 m^3

Ces chiffres attirent l'attention sur un élément crucial de notre époque : l'utilisation responsable des ressources en eau. Selon les Nations unies, environ 5 milliards de personnes pourraient être confrontées à une pénurie d'eau d'ici à 2050, ce qui rend encore plus urgent l'engagement des entreprises en faveur du développement durable. L'entreprise ne se contente pas de surveiller sa consommation, elle s'engage à la réduire progressivement en adoptant des solutions innovantes et des processus efficaces. La réduction de la consommation d'eau n'est pas seulement un objectif environnemental, mais aussi un élément stratégique de sa politique d'entreprise. Chaque année, elle s'efforcera d'accroître la sensibilisation de ses employés pour qu'ils participent activement au changement. Par le biais d'initiatives internes, l'entreprise promouvra une culture du développement durable et encouragera les comportements vertueux ainsi qu'une plus grande prise de conscience de l'importance de la conservation de l'eau.

CONSOMMATION D'EAU M3

M3	PROMOTION SPA	BEAUREGARD SAS	BEAUREGARD MANUFACTURE SA	B&C SA
Consommation M3	360 M3	1 153 M3	803 M3	986 M3



Consommation de carburant

À l'échelle mondiale, selon l'Agence internationale de l'énergie, les transports sont responsables d'environ 24 % des émissions totales de CO2, ce qui souligne l'urgence d'une action concrète. Dans ce contexte, Promotion Group s'est engagée dans une démarche d'amélioration de l'efficacité de sa consommation de gazole, en commençant par une analyse détaillée de ses opérations logistiques. Grâce à une approche structurée, l'entreprise est en mesure de suivre les progrès réalisés afin d'optimiser les résultats. Ces données ne guident pas seulement les décisions internes, mais représentent également un outil de transparence pour communiquer de manière claire et crédible avec les parties prenantes.

Champ d'application 1 : Émissions directes de carburant

En 2023, les émissions de CO2 liées à la consommation de gasoil et d'essence ont été importantes, notamment pour les sites en Italie et en Suisse.

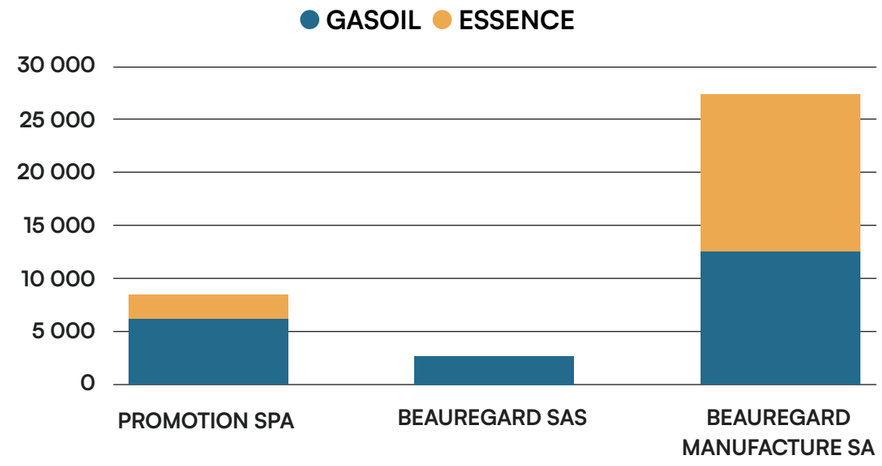
- Italie: 16 800 kg de CO2
- France: 5 038 kg de CO2
- Suisse: 67 088 kg de CO2

Champ d'application 3 : Transport et émissions indirectes le long de la chaîne de valeur

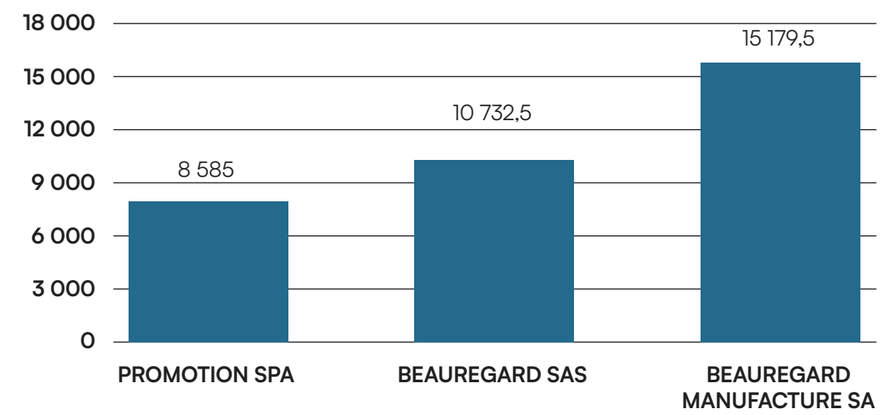
Les émissions du champ d'application 3, qui comprennent le transport de marchandises, sont tout aussi importantes. Avec près de 276 000 km parcourus par des véhicules n'appartenant pas à l'entreprise, les émissions associées au transport routier ont été les suivantes:

- Italie: 17 093 kg de CO2
- Suisse: 30 229 kg de CO2
- France: 21 375 kg de CO2

CONSOMMATION DIRECTE - LITRES	PROMOTION SPA	BEAUREGARD SAS	BEAUREGARD MANUFACTURE SA
Gasoil	5 544	1 880	13 411
Essence	836	0	13 821
Total	**6 380**	**1 880**	**27 232**



CONSOMMATION INDIRECTE - LITRES	TYPE DE TRANSPORT	KM	KM/L
Promotion Spa	Véhicules	68 664	8 585
Beauregard SAS	Véhicules	85 860	100 732,5
Beauregard Manufacture SA	Véhicules	121 436	15 179,5
TOTAL	**Véhicules**	**275 960**	**34 495**



Gestion des déchets

Pour Promotion Group, la gestion des déchets n'est pas seulement une obligation, mais une réelle opportunité d'amélioration continue. Entre 2021 et 2023, le Groupe a obtenu des résultats significatifs en matière de réduction de la consommation de papier sur l'ensemble de ses sites.
En Italie, par exemple, la consommation de rames de papier est passée de 200 en 2021 à 100 en 2023, soit une réduction de 50 % en seulement trois ans. En Suisse, la consommation a également chuté de façon spectaculaire, passant de 303 rames en 2022 à 100 en 2023. Dans l'ensemble, la consommation totale de rames entre 2021 et 2023 s'est élevée à 1 768 unités, dont 884 000 unités pour les paquets de 500 feuilles. Bien que ces chiffres puissent sembler importants, ils représentent une réduction progressive et constante, obtenue grâce à une stratégie ciblée et à un contrôle continu. Notre engagement en faveur de la réduction des déchets et de l'efficacité de la consommation renforce notre position d'entreprise responsable et innovante, prête à construire un avenir de plus en plus durable.

SIÈGE	CONSOMMATION PAPIER	2021	2022	2023	TOT
Promotion Spa	Rames	200	170	100	470
	Paquets de 500 feuilles	100 000	85 000	50 000	235 000
Beauregard SAS	Rames	240	240	240	720
	Paquets de 500 feuilles	120 000	120 000	120 000	360 000
Beauregard Manufacture SA	Rames	75	303	100	478
	Paquets de 500 feuilles	37 500	151 500	50 000	239 000
B&C SA	Rames	34	33	33	100
	Paquets de 500 feuilles	17 000	16 500	16 500	50 000
TOTAL	**Rames**	**549**	**746**	**473**	**1 768**
	Paquets de 500 feuilles	**274 500**	**373 000**	**236 500**	**884 000**

Index GRI

GRI 1 : FONDATION 2021 — 12

GRI 2: INFORMATIONS GÉNÉRALES 2021 — 12

L'ORGANISATION ET SES PRATIQUES DE REPORTING

	2-1 Détails sur l'organisation	
12-14		
	2-2 Entités incluses dans le reporting de durabilité de l'organisation	
12-17		
	2-3 Période, fréquence et point de contact du reporting	
12		
	2-4 Reformulations d'informations	
-		
	2-6 Activités, chaîne de valeur et autres relations d'affaires (activités, produits, services et marchés desservis, chaîne d'approvisionnement, etc.)	
22-26		
	2-7 Employés (nombre d'employés par contrat de travail - permanents, temporaires, à temps plein, à temps partiel - répartition par sexe et par région)	
70-74		
	2-8 Travailleurs qui ne sont pas des employés (nombre de travailleurs qui ne sont pas des employés et dont le travail est contrôlé par l'organisation, en décrivant les types de relations contractuelles les plus courants et le type de travail qu'ils effectuent)	
70-74		
	2-9 Structure et composition de la gouvernance (y compris les comités de l'organe de gouvernance le plus élevé, les membres exécutifs et non exécutifs, etc.)	
55-58		
	2-10 Nomination et sélection des membres de l'organe de gouvernance le plus élevé (en décrivant les critères utilisés, l'indépendance, les compétences, etc.)	
58		
	2-11 Présidence de l'organe de gouvernance le plus élevé (communiquer si le/la président(e) est également un cadre supérieur, expliquer sa fonction au sein de la direction de l'organisation, les raisons de cet arrangement et la manière dont les conflits d'intérêts sont prévenus et atténués)	
58		
	2-12 Rôle de l'organe de gouvernance le plus élevé dans la supervision de la gestion des impacts (dont le rôle de l'organe de gouvernance le plus élevé et des cadres supérieurs dans l'élaboration, l'approbation et la mise à jour des stratégies, des politiques et des objectifs en matière de développement durable, etc.)	
58		
	2-13 Délégation de la responsabilité de la gestion des impacts (comment l'organe de gouvernance le plus élevé délègue la responsabilité de la gestion des impacts de l'organisation sur l'économie, l'environnement et les personnes, etc.)	
58		
	2-14 Rôle de l'organe de gouvernance le plus élevé dans le reporting de durabilité	
-		
	2-15 Conflits d'intérêts (décrire les processus qui permettent à l'organe de gouvernance le plus élevé de s'assurer que les conflits d'intérêts sont prévenus et atténués, etc.)	
-		
	2-16 Communication des préoccupations majeures (si et comment les préoccupations majeures sont communiquées à l'organe de gouvernance le plus élevé, etc.)	
-		
	2-17 Connaissance partagée de l'organe de gouvernance le plus élevé (mesures prises pour faire progresser les connaissances et l'expérience en matière de développement durable)	
-		
	2-18 Évaluation de la performance de l'organe de gouvernance le plus élevé (dans la supervision de la gestion des impacts de l'organisation sur l'économie, l'environnement et les personnes)	
-		
	2-19 Politiques de rémunération (des membres de l'organe de gouvernance le plus élevé et des cadres supérieurs)	
-		
	2-20 Processus de détermination de la rémunération	

2-21 Ratio de rémunération totale annuelle (ratio entre la rémunération annuelle totale de la personne la mieux payée de l'organisation et la rémunération annuelle totale médiane de tous les employés — à l'exclusion de la personne la mieux payée ; ratio entre le pourcentage médian d'augmentation de la rémunération annuelle de la personne la mieux payée de l'organisation et le pourcentage moyen d'augmentation de la rémunération annuelle totale de tous les employés — à l'exclusion de la personne la mieux payée)

STRATÉGIE, POLITIQUES ET PRATIQUES

12 2-22 Déclaration sur la stratégie de développement durable (déclaration de l'organe de gouvernance le plus élevé ou du plus haut cadre supérieur de l'organisation sur la pertinence du développement durable pour l'organisation et sa stratégie de contribution au développement durable)

65 2-23 Engagements politiques

62-65 2-24 Intégration des engagements politiques

76-79 2-25 Processus de remédiation des impacts négatifs

76-79 2-26 Mécanismes permettant de demander conseil et de soulever des préoccupations (description des mécanismes permettant de demander des conseils sur la mise en œuvre des politiques et des pratiques de l'organisation en matière de conduite responsable des affaires ; soulever des préoccupations concernant la conduite des affaires de l'organisation)

- 2-27 Conformité aux législations et aux réglementations (dont le nombre total de cas significatifs de non-conformité aux législations et aux réglementations ; nombre total et la valeur monétaire des amendes payées pour les cas de non-conformité)

- 2-28 Adhésions à des associations (sectorielles, professionnelles ou autres associations dans lesquelles l'organisation joue un rôle important)

ENGAGEMENT DES PARTIES PRENANTES

30 2-29 Approche de l'engagement des parties prenantes (y compris la description des catégories de parties prenantes et la manière dont elles sont identifiées ; l'objectif de l'engagement et comment l'organisation assure leur engagement)

- 2-30 Négociations collectives (communiquer le pourcentage d'employés couverts par des négociations collectives ; pour les employés non couverts par des négociations collectives, indiquer comment l'organisation détermine leurs conditions de travail)

GRI 3: THÈMES PERTINENTS 2021

22 3-1 Processus pour déterminer les thèmes pertinents

46-52 3-2 Liste des thèmes pertinents

NORMES SPÉCIFIQUES ET INFORMATIONS PERTINENTES

GRI 201: PERFORMANCE ÉCONOMIQUE 2016

- 201-1 Valeur économique directe générée et distribuée (y compris recettes, coûts opérationnels, salaires et avantages des employés, paiements à l'administration publique et investissements en faveur de la communauté)

62 201-2 Implications financières et autres risques et opportunités dus au changement climatique

68-69 201-3 Obligations liées au régime à prestations déterminées et autres Régimes de retraite

86 201-4 Aide financière publique

GRI 203: IMPACTS ÉCONOMIQUES INDIRECTS 2016

86-88 203-1 Investissements dans les infrastructures et mécénat (communiquer l'étendue du développement d'investissements significatifs dans les infrastructures et du mécénat ; les impacts actuels ou attendus sur les économies locales, notamment les impacts positifs et négatifs ; si ces investissements et services sont des engagements financiers, en nature ou fournis gratuitement)

86-88 203-2 Impacts économiques indirects significatifs (fournir des exemples d'impacts économiques indirects identifiés significatifs de l'organisation, notamment les impacts positifs et négatifs, etc.)

GRI 204: PRATIQUES D'ACHATS 2016

- 204-1 Part de dépenses auprès de fournisseurs locaux (en lien avec les sites d'activité importants)

GRI 205: LUTTE CONTRE LA CORRUPTION 2016

- 205-1 Activités évaluées en termes de risque lié à la corruption (indiquer le nombre et le pourcentage d'activités évaluées en termes de risque lié à la corruption)
- 205-2 Communication et formation relatives aux politiques et procédures de lutte contre la corruption (indiquer le nombre et le pourcentage de membres de l'organe de gouvernance et d'employés auprès de qui les politiques et procédures de lutte contre la corruption ont été communiquées)
- 205-3 Cas avérés de corruption et mesures prises (indiquer le nombre total et la nature des cas avérés de corruption, etc.)

GRI 206: COMPORTEMENT ANTICONCURRENTIEL 2016

- 206-1 Actions en justice contre le comportement anticoncurrentiel et les pratiques antitrust (nombre d'actions en justice en cours ou achevées pendant la période de reporting concernant un comportement anticoncurrentiel et des violations de la législation relative aux pratiques antitrust)

GRI 301: MATIÈRES 2016

- 301-1 Matières utilisées par poids ou par volume (matières qui sont utilisées pour produire et emballer les produits et services primaires, en distinguant les matières non renouvelables et les matières renouvelables)
- 301-2 Matières recyclées utilisées

GRI 302: ÉNERGIE 2016

92-93 302-1 Consommation énergétique au sein de l'organisation

92-93 302-2 Consommation énergétique en dehors de l'organisation

92-93 302-3 Intensité énergétique

92-93 302-4 Réduction de la consommation énergétique

92-93 302-5 Réduction des besoins énergétiques des produits et des services

GRI 303: EAU ET EFFLUENTS 2018

96-97 303-1 Interactions avec l'eau en tant que ressource partagée

96-97 303-2 Gestion des impacts liés au rejet d'eau

96-97 303-3 Prélèvement d'eau

96-97 303-4 Rejet d'eau

96-97 303-5 Consommation d'eau

GRI 304: BIODIVERSITÉ 2016

- 304-1 Sites d'activité détenus, loués ou gérés, situés dans ou bordant des aires protégées et des zones riches en biodiversité à l'extérieur des aires protégées

88-89 304-2 Impacts significatifs des activités, produits et services sur la biodiversité

88-89 304-3 Habitats protégés ou restaurés

- 304-4 Espèces sur la liste rouge de l'UICN et sur la liste de conservation nationale dont les habitats sont situés dans des zones affectées par les opérations

GRI 305: ÉMISSIONS 2016

94	305-1 Émissions directes de GES (Champ d'application 1)

GRI 306: EFFLUENTS ET DÉCHETS 2016

96-97	306-2 Déchets par type et méthode d'élimination

GRI 306: DÉCHETS 2020

100	306-1 Génération de déchets et impacts significatifs liés aux déchets
100	306-2 Gestion des impacts significatifs liés aux déchets
100	306-3 Déchets générés
100	306-4 Déchets non destinés à l'élimination
100	306-5 Déchets destinés à l'élimination

GRI 308: ÉVALUATION ENVIRONNEMENTALE DES FOURNISSEURS 2016

-	308-1 Nouveaux fournisseurs analysés à l'aide de critères environnementaux (indiquer le pourcentage)
-	308-2 Impacts environnementaux négatifs dans la chaîne d'approvisionnement et mesures prises

GRI 401: EMPLOI 2016

70-79	401-1 Recrutement de nouveaux employés et rotation du personnel (indiquer le nombre total d'employés et le taux de rotation du personnel et des nouveaux employés, par groupe d'âge, sexe et région)

70-79	401-2 Avantages accordés aux salariés à temps plein et non aux employés temporaires ou à temps partiel
70-79	401-3 Congé parental (y compris le taux de reprise du travail et de Rétention des employés ayant pris un congé parental, par sexe)

GRI 402: RELATIONS EMPLOYÉS/DIRECTION 2016

-	402-1 Périodes minimales de préavis pour les modifications opérationnelles (indiquer si ces conditions sont précisées dans les accords de négociation collective)

GRI 403: SANTÉ ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL 2018

70-79	403-1 Système de gestion de la santé et de la sécurité au travail
70-79	403-2 Identification des dangers, évaluation des risques et investigation des événements indésirables
70-79	403-3 Services de santé au travail
70-79	403-4 Participation et consultation des travailleurs et communication relative à la santé et à la sécurité au travail
72-74	403-5 Formation des travailleurs à la santé et à la sécurité au travail
76-79	403-6 Promotion de la santé des travailleurs
-	403-8 Travailleurs couverts par un système de gestion de la santé et de la sécurité au travail
-	403-9 Accidents du travail
-	403-10 Maladies professionnelles

GRI 404: FORMATION ET ÉDUCATION 2016

76-78	404-1 Nombre moyen d'heures de formation par an par employé
76-78	404-2 Programmes de mise à niveau des compétences des employés et programmes d'aide à la transition
-	404-3 Pourcentage d'employés bénéficiant de revues de performance et d'évolution de carrière

GRI 405: DIVERSITÉ ET ÉGALITÉ DES CHANCES 2016

56-57	405-1 Diversité des organes de gouvernance et des employés (indiquer le pourcentage d'individus présents dans les organes de gouvernance et d'employés par genre, groupe d'âge et, le cas échéant, selon d'autres indicateurs de diversité)
-	405-2 Ratio du salaire de base et de la rémunération des femmes et des hommes (pour chaque catégorie professionnelle)

GRI 406: LUTTE CONTRE LA DISCRIMINATION 2016

-	406-1 Cas de discrimination et mesures correctives prises

GRI 413: COMMUNAUTÉS LOCALES 2016

86-89	413-1 Activités impliquant la communauté locale, évaluation des impacts et programmes de développement (indiquer le pourcentage)
86-89	413-2 Activités générant des impacts négatifs substantiels, réels ou potentiels sur les communautés locales

GRI 414: ÉVALUATION SOCIALE DES FOURNISSEURS 2016

-	414-1 Nouveaux fournisseurs analysés à l'aide de critères sociaux (indiquer le pourcentage)
-	414-2 Impacts sociaux négatifs sur la chaîne d'approvisionnement et mesures prises

GRI 416: SANTÉ ET SÉCURITÉ DES CONSOMMATEURS 2016

76-79	416-1 Évaluation des impacts des catégories de produits et de services sur la santé et la sécurité (indiquer le pourcentage de catégories de produits et de services significatives pour lesquelles les impacts sont évalués)
76-79	416-2 Cas de non-conformité concernant les impacts des produits et des services sur la sécurité et la santé (en précisant s'ils ont entraîné une amende, une pénalité ou un avertissement)

GRI 417: COMMERCIALISATION ET ÉTIQUETAGE 2016

84	417-1 Exigences relatives à l'information sur les produits et les services et l'étiquetage
-	417-2 Cas de non-conformité concernant l'information sur les produits et services et l'étiquetage (en précisant s'ils ont entraîné une amende, une pénalité ou un avertissement)
-	417-3 Cas de non-conformité concernant la communication marketing (en précisant s'ils ont entraîné une amende, une pénalité ou un avertissement)

GRI 418: CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES DES CLIENTS 2016

65	418-1 Plaintes fondées relatives à l'atteinte à la confidentialité des données des clients et aux pertes de données des clients (reçues de la part de tiers et confirmées par l'organisation ou par des autorités de régulation)

PROMOTION SPA
Via Brenta, 44 - 36077
Altavilla Vicentina (VICENZA) IT

Phone (+39) 0444 343 434
promotion@promotion-group.it

AMP CONSULTING SRL
Via dell'Industria 37,
Vicenza (VI) - 36100

+39 0444 925950
info@ampconsulting.it

Dott. Daniele Mazzonetto
Tommaso D'Este

Promotion Group

Promotion SpA | BEAUREGARD MANUFACTURE SA | BEAUREGARD SAS | B&C S.A.

PROMOTION-GROUP.CH