



Promotion Group



Promotion SpA



BEAUREGARD MANUFACTURE SA



BEAUREGARD SAS



B&C S.A.

**BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ
2023**

Indice

4 LETTERA DEL CEO

7 LETTERA DEL DIRETTORE GENERALE GROUP

8 PERIMETRO DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

11 COME LEGGERE QUESTO BILANCIO

12 LINEE GUIDA ADOTTATE
14 NOTA METODOLOGICA
17 I NOSTRI NUMERI
18 LA SOSTENIBILITÀ PER PROMOTION GROUP
20 SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs)
22 I NOSTRI STAKEHOLDER
26 RAPPORTI CON L'INTERNO E L'ESTERNO
28 NORME E STANDARD DI COMPORTAMENTO

37 PROFILO AZIENDALE

38 LA NOSTRA STORIA
42 VISION E MISSION
46 I NOSTRI VALORI
54 GOVERNANCE

61 I TRATTI DISTINTIVI

67 IMPATTO SOCIALE

72 FORMAZIONE E VALORIZZAZIONE
76 SALUTE E SICUREZZA DEI DIPENDENTI E COLLABORATORI
81 IL SISTEMA DI QUALITÀ DI PROMOTION GROUP
86 CONTRIBUTI BENEFICI E IMPEGNO SOCIALE DI PROMOTION S.P.A.

91 IMPATTO AMBIENTALE

92 CONSUMO ENERGETICO
94 CONSUMO GAS
95 CONSUMO IDRICO
98 CONSUMO COMBUSTIBILE
100 GESTIONE RIFIUTI

102 INDICE GRI

Lettera del CEO

Il 2023 è stato un anno di importanza strategica per la nostra azienda. Nonostante le sfide legate alla complessità macroeconomica e alla volatilità dei mercati, il settore dell'orologeria ha registrato risultati eccezionali, con numeri significativamente più positivi rispetto agli anni precedenti. In questo contesto, il nostro team ha lavorato con impegno e determinazione, ispirato dalla nostra lunga storia e dai valori che continuano a guidarci verso il futuro. Questi valori non solo rafforzano la nostra identità, ma ci permettono anche di costruire un'organizzazione capace di cogliere il grande potenziale del nostro Gruppo. Preserviamo il nostro prezioso patrimonio di conoscenze e tradizioni, mentre allo stesso tempo promuoviamo un'innovazione costante e orientata al futuro.

Un ringraziamento speciale va ai nostri soci fondatori, Giovanni Rasia e Pierre Jean Marie Buise, la cui visione e dedizione hanno rappresentato le fondamenta del nostro successo attuale. Fin dall'inizio, i soci fondatori hanno promosso l'innovazione e la qualità, non solo nei prodotti, ma anche nei processi, ponendo al centro la "soddisfazione del cliente", un valore imprescindibile per il nostro Gruppo.

Guidati da un Management appassionato, abbiamo intrapreso un cammino deciso verso la sostenibilità. Siamo certi che questo progetto ci permetterà di raggiungere traguardi significativi, valorizzando al contempo il capitale umano che distingue la nostra azienda.

Un ringraziamento va a tutti Collaboratori che, con competenza e passione, hanno contribuito costantemente a garantire e promuovere questa evoluzione fondamentale.

Oggi, la nostra strategia è chiara e il Gruppo è unito da uno scopo e valori condivisi. Continueremo a lavorare con visione, dedizione e determinazione, aspirando a essere un punto di riferimento per le generazioni a venire.

Angelo Manuel Rasia
CEO Promotion Group




Promotion group

Lettera del Direttore Generale Group

Nel corso del 2023, il nostro mercato di riferimento ha reagito positivamente, permettendoci di cogliere importanti opportunità. Tuttavia, come sottolineato in precedenza dal nostro CEO, siamo consapevoli che tali condizioni favorevoli potrebbero non ripetersi in futuro.

Questo ci spinge ad essere ancora più attenti e proattivi, continuando ad innovare e a consolidare la nostra posizione nel settore, a prescindere dall'evoluzione delle dinamiche esterne. L'azienda ha, infatti, dimostrato capacità di adattamento e resilienza, rafforzando il proprio impegno verso la sostenibilità, ormai parte integrante della cultura aziendale e guida costante nelle decisioni operative.

Un aspetto rilevante di questo percorso è la transizione generazionale, considerata una leva strategica per garantire la continuità e il successo a lungo termine del Gruppo.

Questo processo permette di innovare mantenendo un equilibrio tra tradizione e innovazione, in linea con il nostro storico motto: "Promotion, your solution!". Equilibrare questi due aspetti è essenziale per affrontare le sfide di un mercato in continua evoluzione.

Attraverso questo primo bilancio, l'azienda avvia una rendicontazione strutturata dei propri impatti in ambito ESG (Environmental, Social, Governance), con l'obiettivo di assicurare una comunicazione chiara e trasparente a tutti gli stakeholder. L'intento è consolidare il ruolo di Promotion Group come azienda responsabile, capace di coniugare risultati economici e attenzione alla sostenibilità, creando valore duraturo per la comunità e l'ambiente.

Un ulteriore ringraziamento va a tutte le persone che hanno contribuito al raggiungimento di questo traguardo. Questo risultato rappresenta uno stimolo per continuare con determinazione nello sviluppo di soluzioni innovative e sostenibili.

Maurizio De Lorenzo

Direttore Generale Promotion Group

Perimetro del bilancio della sostenibilità

Il Bilancio di Sostenibilità di Promotion Group è un documento che sintetizza i risultati ottenuti dall'azienda nei campi economico, sociale e ambientale durante l'anno, oltre a delineare gli obiettivi di miglioramento che si propone di raggiungere in futuro. Attraverso un'analisi approfondita, sono stati individuati gli aspetti materiali per Promotion Group, ovvero quelli che influenzano in modo significativo l'attività aziendale e le aspettative degli stakeholder. Questi aspetti includono:

- **Soddisfazione dei clienti e dei collaboratori:** Promotion Group si impegna a fornire servizi di eccellenza ai propri clienti e a creare un ambiente lavorativo positivo e stimolante per i propri collaboratori, basato su fiducia, rispetto, formazione e benessere.
- **Riduzione dell'impatto ambientale:** l'impegno riguarda la riduzione del consumo di risorse naturali ed energetiche, la prevenzione e gestione dei rifiuti, la minimizzazione delle emissioni di gas serra e l'adozione di soluzioni ecocompatibili nelle proprie attività.
- **Sviluppo e promozione del territorio:** Promotion Group agisce come attore sociale partecipando a iniziative di solidarietà, cultura e sport a favore della comunità.

La pubblicazione del Bilancio della Sostenibilità aiuta l'azienda a misurare, comprendere e comunicare le prestazioni ambientali, sociali e di governance, fissare obiettivi e gestire i cambiamenti in modo più efficace.



Come leggere questo bilancio

Linee guida adottate
Nota metodologica
Processi di rendicontazione
Perimetro di analisi

Linee guida adottate

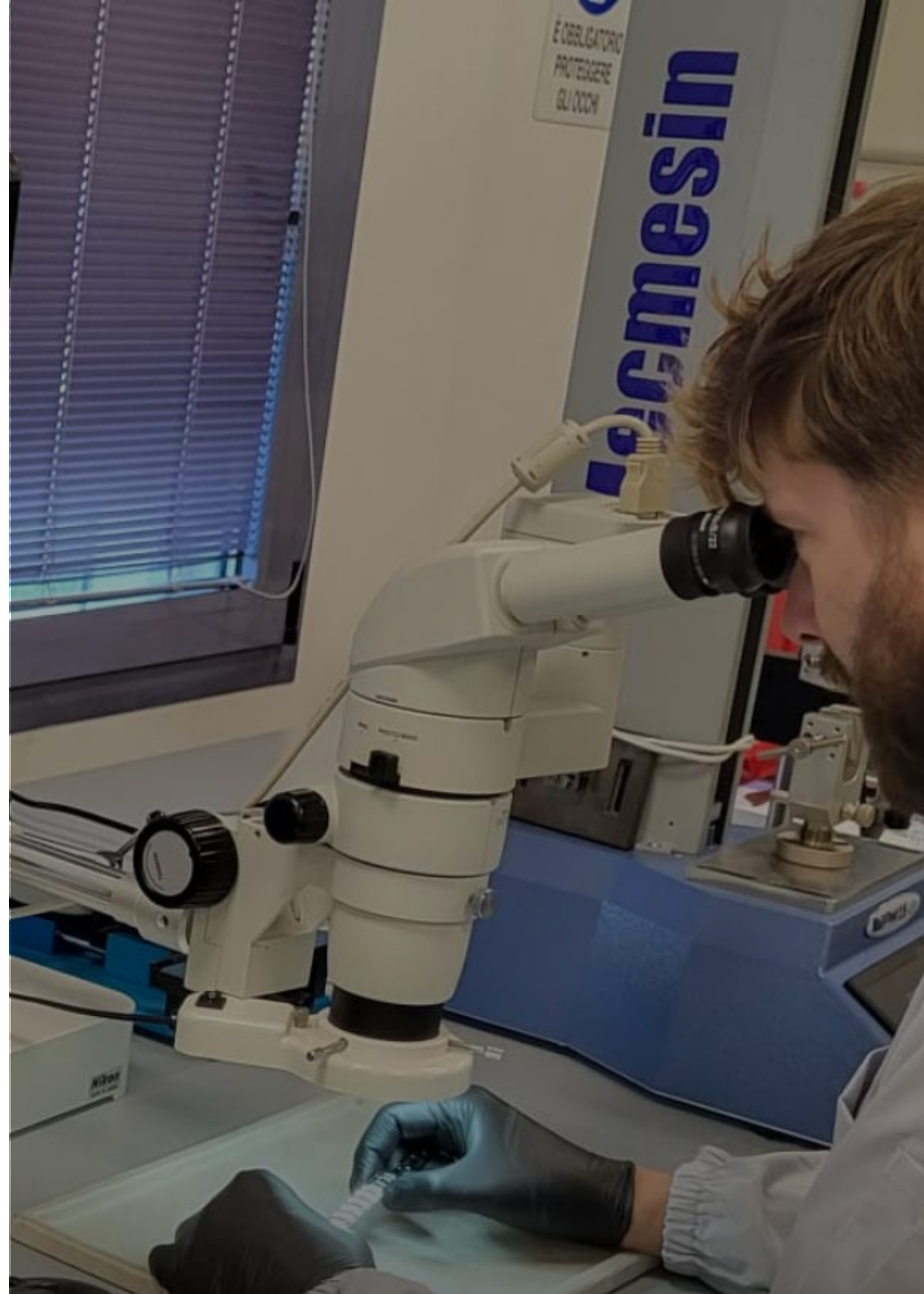
Siamo lieti di presentarvi il nostro primo Bilancio di Sostenibilità, un documento che illustra le attività che abbiamo svolto nel 2023 in termini ambientali e sociali. Il bilancio riflette il nostro impegno a gestire le nostre attività in modo responsabile e trasparente, tenendo conto degli impatti che esse generano sulle persone, sull'ambiente e sul territorio in cui operiamo.

Il documento è stato elaborato in conformità con le “Linee guida per il reporting della sostenibilità” del GRI (Global Reporting Initiative), il principale framework internazionale per la comunicazione della performance sostenibile delle organizzazioni.

Il bilancio sarà distribuito in occasione di eventi pubblici dedicati alla sostenibilità, mentre una versione digitale gratuita sarà consultabile sul nostro sito web all'indirizzo **<https://promotion-group.ch/>**.

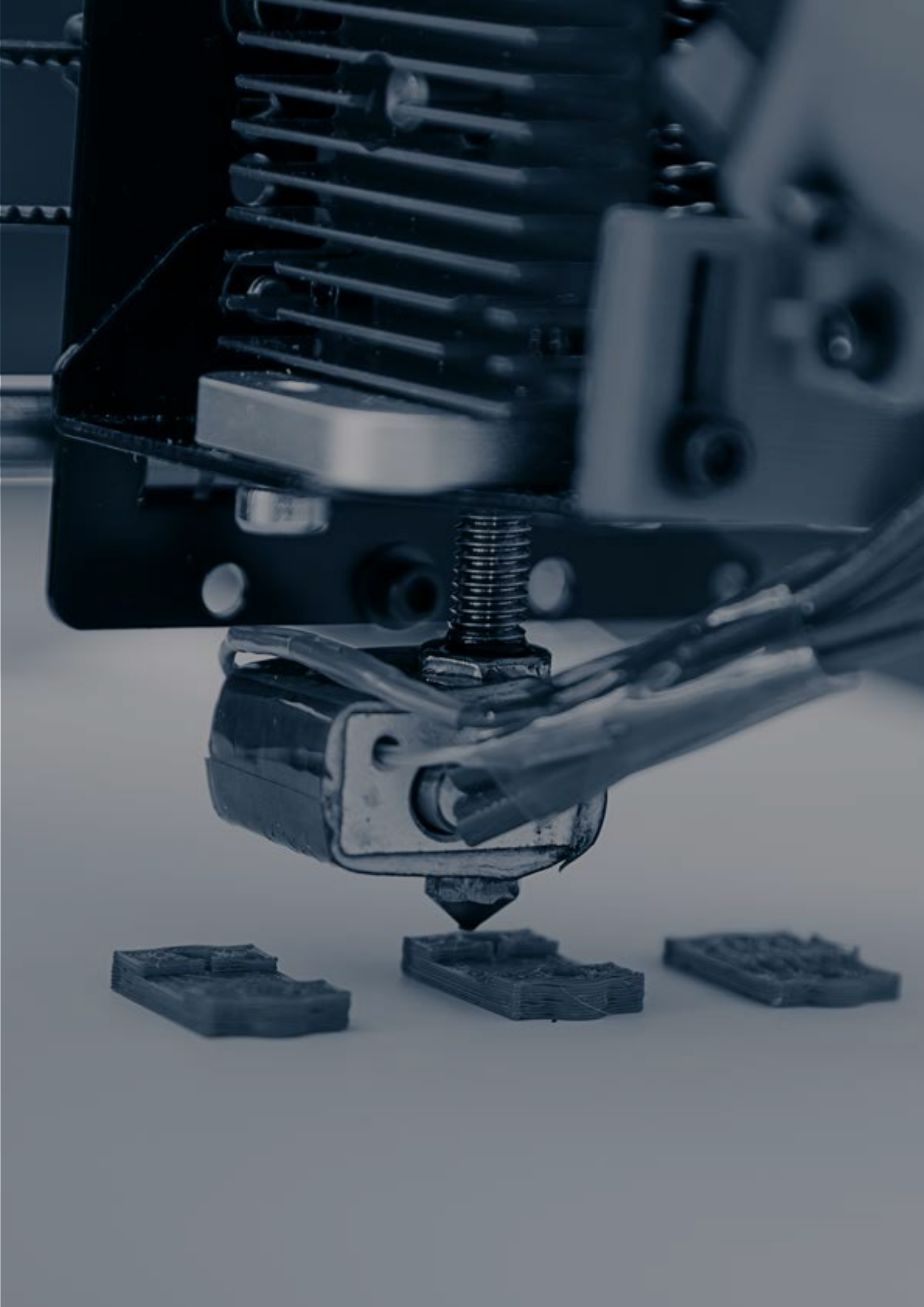
Per qualsiasi domanda, suggerimento o richiesta di approfondimento, potete contattarci all'indirizzo E-mail: **promotion@promotion-group.it**.

Saremo felici di ricevere il vostro feedback e di dialogare con voi sui temi della sostenibilità.



Nota metodologica

Il processo di rendicontazione che abbiamo seguito si basa sullo standard AA1000AP, una guida internazionale per le organizzazioni che vogliono integrare la responsabilità aziendale in tutti gli aspetti della loro gestione e comunicazione. L'AA1000AP è stato sviluppato per essere utilizzato dalle organizzazioni di qualsiasi dimensione o settore, e fornisce un insieme pratico di principi guida accettati a livello internazionale con cui le organizzazioni possono modellare e gestire efficacemente la propria strategia e prestazioni di sostenibilità. Gli obiettivi di sostenibilità sociale ed ambientale che ci siamo posti sono stati definiti utilizzando gli strumenti che già adottiamo nelle nostre sedi aziendali, come il codice etico, che esprime i nostri valori e principi, il regolamento per l'iscrizione all'albo dei fornitori, che stabilisce i criteri di selezione e valutazione dei nostri partner, i budget dei singoli dipartimenti, che orientano le nostre scelte economiche e finanziarie, e i report dedicati, che monitorano i nostri impatti e le nostre performance.



I nostri numeri



Promotion Spa

14 Le nostre risorse
198 Ore di formazione

Beauregard SAS

44 Le nostre risorse
338 Ore di formazione

Beauregard Manufacture SA

56 Le nostre risorse
85 Ore di formazione

B&C SA

63 Le nostre risorse
1.264 Ore di formazione

La sostenibilità per Promotion Group

Promotion Group ha adottato la sostenibilità come un valore fondamentale e lo ha integrato nella sua governance aziendale, nelle attività quotidiane e nei servizi offerti. La società si impegna a perseguire una crescita economica sostenibile e inclusiva, che valorizzi le risorse attuali preservandole per le generazioni future. Il fulcro dell'approccio di Promotion Group è il contributo attivo agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) delle Nazioni Unite, attenendosi alle aspettative e alle esigenze dei suoi stakeholder. La società dedica particolare attenzione alla qualità dei servizi forniti ai clienti e agli impatti generati dal business sulle persone, sulla comunità e sull'ambiente. La strategia di sviluppo consiste nel perseguire un'espansione del business in modo innovativo e competitivo, senza compromettere il suo impegno per la sostenibilità.



Le politiche di sostenibilità

Abbiamo delineato una strategia che poggia su cinque pilastri fondamentali.

Questi pilastri fungono da guida per le decisioni e le azioni dell'azienda, prendendo in considerazione gli impatti del business sull'ambiente, sulla società e sull'economia, oltre alla capacità di innovare e creare valore nel lungo periodo, tenendo conto dei rischi e delle opportunità emergenti dal mercato.

I **pilastri fondamentali** della strategia di Promotion Group includono:

- **Gestione responsabile della catena di fornitura:** rendere la filiera progressivamente più virtuosa dal punto di vista degli impatti sociali ed ambientali, attraverso l'adozione di pratiche sostenibili e trasparenti.
- **Tutela dell'ambiente e utilizzo efficiente delle risorse:** ridurre gli impatti ambientali lungo tutta la catena del valore, attraverso l'adozione di tecnologie e processi sostenibili, il ricorso a fonti energetiche rinnovabili e la riduzione degli sprechi.
- **Benessere dei dipendenti e sviluppo dei talenti:** favorire la crescita personale e professionale di tutti i dipendenti, considerati valore fondamentale e strategico dell'impresa.
- **Attenzione verso il cliente:** garantire l'eccellenza del prodotto e del servizio offerto al cliente in ogni fase della sua esperienza.
- **Supporto e coinvolgimento della collettività:** creare valore per le persone e il territorio in cui l'azienda opera, attraverso il coinvolgimento attivo della comunità locale e la promozione di iniziative sociali e culturali.

Sustainable Development Goals (SDGs)

Nella redazione del bilancio ci siamo fatti condurre dai 17 obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs) del Global Compact delle Nazioni Unite, che fungono da guida per le nostre azioni e che rappresentano una sfida globale per il raggiungimento di un mondo migliore. L'azienda è riuscita a concentrarsi in particolare su 5 Sustainable Development Goals dell'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile, per i quali ritiene di poter contribuire sia attraverso iniziative di mitigazione dei propri impatti sia attraverso iniziative di sviluppo.



1. Benessere dei dipendenti e collaboratori

In merito agli obiettivi n.3 e n.8 dell'Agenda 2030, ci impegniamo a migliorare la qualità della vita lavorativa dei nostri dipendenti e collaboratori, riconoscendo il loro ruolo fondamentale nell'evoluzione positiva della nostra organizzazione. Siamo consapevoli che il benessere dei nostri dipendenti e collaboratori è un fattore chiave per il successo dell'azienda e per il raggiungimento dei nostri obiettivi di beneficio comune. Per questo motivo, adottiamo politiche e iniziative che promuovono un ambiente di lavoro sano, sicuro e inclusivo, dove ogni individuo è valorizzato e rispettato. Inoltre, offriamo programmi di formazione e sviluppo professionale per aiutare i nostri dipendenti e collaboratori a raggiungere il loro pieno potenziale e a crescere insieme all'azienda.



Con l'obiettivo di promuovere una reciproca influenza positiva tra i nostri dipendenti, ci poniamo dei traguardi che riescono a cogliere e sviluppare al meglio elementi diversi:

- **Utilizzare la modalità di lavoro agile** (Smart Working) al fine di favorire il bilanciamento vita-lavoro e migliorare la produttività.
- **Migliorare la qualità degli spazi di lavoro**, al fine di creare un ambiente di lavoro più confortevole e sicuro per i dipendenti.
- **Integrazione fra le diverse sedi**, sviluppo continuo con una linea coesa.
- **Incoraggiare la buona cura e la sicurezza dell'ambiente di lavoro** per i lavoratori, al fine di garantire un ambiente di lavoro sano e sicuro per tutti i dipendenti.

2. Approvvigionamento da fornitori locali

In merito agli obiettivi n.8 e n.9 dell'Agenda 2030, riteniamo che sia importante mantenere saldo il rapporto con le aziende appartenenti alle nostre comunità locali, nonostante la nostra espansione territoriale e l'opportunità di effettuare economie di scala.

Questo ci permette di sostenere la crescita delle nostre comunità dove operiamo con le sedi locali e di creare un impatto positivo sulla loro economia.



I nostri stakeholder

Per stabilire obiettivi strategici sia a breve che a lungo termine, Promotion Group valuta con attenzione tutte le figure che possono influenzare le decisioni aziendali. Al fine di mantenere un dialogo costante e un confronto efficace, **l'azienda ha sviluppato un processo strutturato di coinvolgimento degli stakeholder, articolato in fasi specifiche:**

1

Identificazione dei soggetti coinvolti

Promotion Group individua i soggetti coinvolti nel processo di interazione con gli stakeholder, ossia coloro che possono influenzare le decisioni aziendali.

2

Gestione dei rapporti

Il Gruppo gestisce i rapporti con gli stakeholder attraverso un costante dialogo e confronto, al fine di costruire relazioni solide e durature.

3

Valutazione dei risultati

Promotion Group valuta i risultati degli stakeholder, al fine di comprendere l'efficacia del processo e individuare eventuali aree di miglioramento.

4

Analisi di possibili miglioramenti

Infine, si analizzano i risultati ottenuti e si individuano possibili miglioramenti per consolidare le relazioni.



Lo stakeholder engagement è un processo sistemico di dialogo che integra le principali figure dell’azienda nelle decisioni politiche o nelle strategie aziendali. Questo approccio permette di interagire con gli interlocutori chiave su tematiche rilevanti, con l’obiettivo di creare una collaborazione costruttiva e sostenibile.

Il metodo adottato da Promotion Group per interagire con gli stakeholder mira a identificare le loro esigenze e aspettative, sia interne che esterne, anticipando eventuali problematiche nella gestione delle relazioni. Le modalità di interazione sono diverse e flessibili, massimizzando l’efficacia del dialogo in base alla categoria di stakeholder. Queste modalità includono sondaggi interni per i dipendenti, iniziative di team building, newsletter, comunicazioni su canali social e sul sito web, organizzazione di eventi e incontri, partecipazione ad associazioni, fondazioni e altre forme di partnership o sponsorizzazioni.

	COMUNI		CITTADINI
	CLIENTI DI SERVIZIO	SOCI	COMUNITÀ LOCALE
CATEGORIE	Clienti	Soci, Partner, Collaboratori	Associazioni di categoria e Enti di rappresentanza
ARGOMENTI	Sviluppo servizi	Politiche sviluppo, budget previsionale, bilancio d’esercizio, relazioni semestrali, governance aziendale	Comunicazione e rapporto esterni, responsabilità e promozione sociale
INIZIATIVE	Workshop, mailing list, sito web	Indicatori economico - finanziari d’esercizio	Attività di informazione, bilancio di sostenibilità, piano trasparenza

Promotion Group si impegna a mantenere l’etica aziendale e la trasparenza nella governance, insieme a flessibilità, innovazione ed eccellenza, che rappresentano l’obiettivo di apportare cambiamenti significativi e sfidare lo status quo. I membri dell’organizzazione esaminano le tendenze di mercato e le sfide emergenti da diverse prospettive, cercando nuove metodologie e approcci per risolvere le complessità del presente, con un marcato impegno per l’etica e la trasparenza.

FORNITORI		DIPENDENTI	AMBIENTE
FORNITORI BENI, SERVIZI E LAVORI	FINANZIATORI	DIPENDENTI DIRETTI E DIPENDENTI DI IMPRESE TERZE	AMBIENTE FUTURO
Fornitori di beni strumentali, di servizi in outsourcing, imprese per lavori, consulenti e professionisti	Banche, istituti di leasing finanziario, campagne assicurative	Lavoratori dipendenti a tempo determinato ed indeterminato, rappresentanze sindacali	Rifiuti urbani gestiti, consumo risorse, impatto ambientale, territorio servito
Politiche di approvvigionamento, Territorialità, volume d’affari, tempestività di pagamento	Linee di credito, indebitamento, territorialità	Composizione, attività, assenteismo, salute e sicurezza, formazione, relazioni industriali	Indicatori monitorati e gestiti, responsabilità sociale d’impresa
Gestione albo fornitori, sostegno alla cooperazione sociale, piano anticorruzione, codice etico	Responsabilità sociale d’impresa, bilancio di sostenibilità, bilancio del bene comune	Premio produzione, accordi sindacali, piano anticorruzione, piano formazione, piano miglioramento salute e sicurezza	Audit qualità, salute, sicurezza, ambiente ed energia

Rapporti con l'interno e con l'esterno

Rapporti con i Fornitori

Promotion Group ha l'obiettivo di costruire con i propri fornitori rapporti solidi e duraturi, basati sulla fiducia e l'affidamento reciproci. L'azienda si impegna a collaborare con i fornitori per offrire ai propri clienti prodotti di altissima qualità e promuovere un comportamento responsabile per tutta la catena di fornitura. La scelta dei fornitori è basata su principi di obiettività, competenza ed economicità, nonché sui principi di trasparenza e nel rispetto delle più rigorose norme ambientali e sociali.

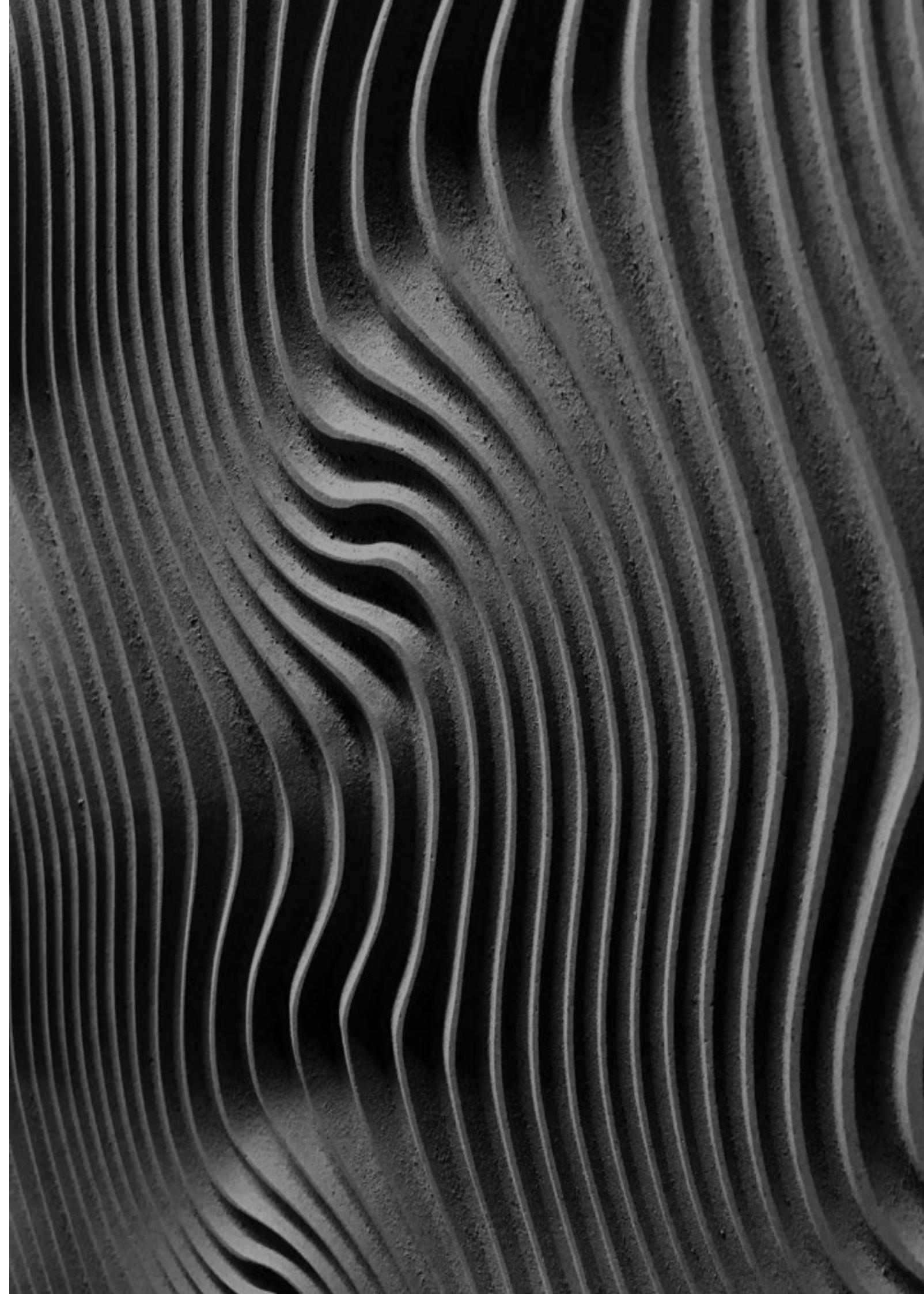
Ogni rapporto di fornitura è subordinato al rispetto delle leggi sul lavoro vigenti nel Paese in cui è prestato e all'applicazione, da parte di tutti i soggetti della filiera di produzione, dei principi espressi nel Codice Etico adottato dalla Società. Questo garantisce che i fornitori di Promotion Group operino in modo etico e responsabile e che i prodotti siano realizzati in modo sostenibile.

Rapporti con i Clienti

Le relazioni con i clienti sono essenziali per qualsiasi azienda che desideri fidelizzare i propri clienti e favorire la propria crescita. Per raggiungere questo obiettivo, è indispensabile che l'azienda si impegni a soddisfare le esigenze dei clienti e a costruire un rapporto solido e stabile basato su valori quali correttezza, onestà, efficacia e professionalità.

Promotion Group si dedica all'ascolto proattivo delle necessità dei clienti, con l'obiettivo di fornire il prodotto più adatto a ciascuno. Ci impegniamo a comprendere profondamente le esigenze dei nostri clienti e a offrire loro soluzioni che rispondano alle loro aspettative.

Il nostro motto, "Promotion is your solution", riflette pienamente questo impegno.



Norme e standard di comportamento

Contabilità

La contabilità di tutte le transazioni commerciali deve essere tenuta in conformità con la legge e i principi contabili nazionali, in base ai principi di trasparenza, chiarezza e veridicità. Ogni dipendente è tenuto a collaborare per garantire che le informazioni registrate nella contabilità siano veritiere, accurate e complete, nonché sempre verificabili attraverso una documentazione di supporto precisa e cronologicamente ordinata. Promotion Group ritiene di fondamentale importanza che ogni dipendente assicuri correttezza e trasparenza nella tenuta dei registri e della documentazione contabile, assicurandosi che nessuna scrittura contabile non corrispondente a verità possa esservi inclusa.

Contributi e sponsorizzazioni

Promotion Group è impegnata a sostenere solo attività che possano essere utilizzate per lo sviluppo e l'innovazione tecnologica del prodotto e che siano finalizzate al miglioramento degli aspetti sociali e ambientali o che provengano da enti di promozione culturale o sociale. Siamo orgogliosi di contribuire alla creazione di un futuro sostenibile e di un mondo migliore per tutti.

Informazioni riservate

Tutte le informazioni riservate raccolte da Promotion Group saranno trattate in conformità alla legge e nel massimo rispetto dei diritti di chi fornisce le informazioni. Per informazioni riservate si intendono tutti i “dati sensibili” riguardanti la persona e la sua vita privata, e tutto il Know-How, i disegni, le formule e i brevetti di proprietà di terzi portati a conoscenza dell'azienda. La Società si impegna ad osservare i principi di integrità e disponibilità dei dati, proteggendo altresì i propri sistemi informativi da accessi e utilizzi non autorizzati e dal rischio di una illegittima divulgazione dei dati trattati.

La nostra competenza

Una volta individuata la costruzione più idonea, Promotion Group utilizza una rete globale di centri di produzione, sia di proprietà che in collaborazione, ciascuno dotato di attrezzature e competenze specifiche. Grazie a questa rete, garantiamo un flusso di produzione ottimale in termini di rapporto qualità/prezzo, rispettando l'origine desiderata con totale trasparenza e tracciabilità impeccabile. Il nostro obiettivo è fornire il miglior prodotto possibile, personalizzato per le esigenze specifiche di ogni cliente.

Se un cliente ha richieste particolari, suggeriamo una serie di alternative adeguate al servizio finale desiderato. Inoltre, forniamo assistenza nella progettazione, nella scelta dei materiali e nella definizione dei requisiti di produzione. Ci impegniamo a garantire la massima qualità dei prodotti e dei servizi offerti, soddisfacendo le esigenze di ogni cliente in modo efficiente e professionale.

Dinamismo e reattività

La rapidità nella ricerca di soluzioni tecniche e produttive che soddisfino le esigenze dei clienti e del mercato è cruciale per il successo di qualsiasi attività. Abbiamo fatto della tempestività la nostra filosofia, basandoci sull'ideazione di soluzioni innovative e sulla loro implementazione tramite metodi avanzati. Questa caratteristica è essenziale per soddisfare i requisiti specifici di ogni cliente e garantire la massima efficienza in ogni fase del processo produttivo.

Superare i limiti tecnici

Inventare e scoprire la tecnologia del futuro per soddisfare criteri di qualità sempre più elevati e ottenere prodotti all'altezza delle richieste di una clientela esigente è una sfida che richiede costante innovazione e ricerca. Promotion Group, con la sua competenza e determinazione, non esita a varcare i limiti tecnici esistenti per restare all'avanguardia. In un mondo in cui le tecniche di produzione, i sistemi di gestione e la tecnologia si evolvono rapidamente, Promotion Group adotta soluzioni provenienti anche da settori industriali diversi dall'orologeria per garantire prodotti di alta qualità e soddisfare le esigenze dei propri clienti.

La costante evoluzione e l'approccio innovativo permettono di affrontare nuove sfide.



Protezione della salute e sostenibilità

La vera innovazione si realizza solo quando si rispettano le persone e l'ambiente. A confermarlo sono gli stessi consumatori moderni, sempre più esigenti riguardo alle qualità ipoallergeniche dei prodotti, soprattutto quelli che vengono a contatto diretto con la pelle. I nostri numerosi standard e certificazioni dimostrano il nostro impegno costante per l'ecologia e la tutela dell'umanità; in particolare, ci dedichiamo a garantire che i nostri prodotti siano sicuri e rispettosi dell'ambiente, senza comprometterne la qualità. Siamo orgogliosi dell'impegno costante che mettiamo nel migliorare e garantire i più alti standard possibili di qualità e sicurezza della nostra offerta.

Condivisione degli obiettivi

Ogni anno il Gruppo definisce obiettivi economici, qualitativi e di efficienza per ciascun reparto. Riunioni periodiche tra la Direzione, i responsabili di reparto e altri collaboratori consentono di monitorare i progressi, affrontare eventuali criticità e introdurre nuovi standard di servizio, assicurando un raggiungimento degli obiettivi in modo puntuale ed efficace.

Politica assunzioni e retribuzioni

L'impegno costante a ridurre il tasso di turnover è un'azione importante per qualsiasi azienda. Per raggiungere questo obiettivo, Promotion Group promuove numerose attività legate allo sviluppo professionale dei collaboratori, al rafforzamento del senso di appartenenza, alla condivisione dei valori aziendali e al miglioramento del clima aziendale. Queste attività includono programmi di formazione, opportunità di crescita professionale, eventi aziendali, team building e molto altro ancora. In sintesi, l'azienda adotta una serie di misure per ridurre il tasso di turnover e migliorare il clima aziendale. Queste misure possono aiutare a mantenere i dipendenti soddisfatti e motivati, migliorare la produttività e la qualità del lavoro e promuovere la crescita dell'organizzazione.

Parità di genere

L'implementazione di sistemi a favore della parità di genere rappresenta un elemento cruciale per il conseguimento del successo e della competitività all'interno di un'azienda. Durante le fasi di selezione, le competenze e le esperienze individuali sono valutate in modo imparziale, senza alcuna discriminazione di genere, garantendo un processo equo e meritocratico.

Promotion Group dimostra una forte apertura nei confronti delle donne che necessitano di conciliare l'avanzamento professionale con gli eventi della vita privata, come la maternità o il tempo trascorso in famiglia in generale. Questa prospettiva riflette l'impegno dell'azienda verso la promozione di una cultura aziendale inclusiva, rispettosa e consapevole delle esigenze individuali, contribuendo a costruire un contesto lavorativo che valorizza e supporta ogni membro del team indipendentemente dal genere.

Comunicazione interna

La comunicazione all'interno dell'azienda avviene in modo costante e trasparente ed è un aspetto fondamentale per garantire il corretto funzionamento e il successo dell'organizzazione. L'azienda utilizza diversi strumenti per favorire la condivisione di informazioni chiave con tutti i Collaboratori. Ecco come avviene:

- **Comunicazioni Interne:** ogni eventuale aggiornamento sugli standard di prodotto o modifiche alle procedure interne viene comunicato a tutti i capi reparto e condiviso con tutti i Collaboratori. Questo assicura un flusso informativo uniforme e una comprensione condivisa delle evoluzioni aziendali. Questo processo di comunicazione è essenziale per assicurare che tutti i Collaboratori siano informati sulle ultime novità e si sentano coinvolti e motivati ad adattarsi efficacemente alle nuove procedure.
- **Riunioni Periodiche:** periodicamente, vengono organizzate riunioni di reparto e trasversali per discutere novità, eventi e l'andamento gestionale complessivo. Questo forum di discussione promuove la partecipazione attiva e la condivisione di prospettive tra i membri del team. Le riunioni di reparto sono incontri che coinvolgono i membri di un singolo reparto o team, mentre le riunioni trasversali coinvolgono membri di diversi reparti o team. Le riunioni di reparto sono utili per discutere questioni specifiche del reparto, come la pianificazione delle attività, la valutazione delle prestazioni, la definizione degli obiettivi e la risoluzione dei problemi. Le riunioni trasversali, d'altra parte, sono utili per discutere questioni che riguardano l'intera organizzazione, come la strategia aziendale,

le politiche e le procedure, e la condivisione delle migliori pratiche. In entrambi i casi, le riunioni offrono l'opportunità di scambiare idee, condividere informazioni e prendere decisioni in modo collaborativo.

- **Comunicazione Istituzionale:** la Direzione dell'azienda condivide i successi aziendali e i riscontri stampa derivanti dalle attività di pubbliche relazioni attraverso comunicazioni tempestive. Questo contribuisce a mantenere tutti i Collaboratori informati sui risultati positivi dell'azienda e a consolidare un senso di appartenenza e fiducia nell'organizzazione. In questo modo, i dipendenti si sentono coinvolti e motivati a lavorare per il bene dell'azienda. La condivisione di informazioni positive sui successi dell'azienda può anche aiutare a migliorare la reputazione dell'azienda e ad attirare nuovi clienti. Inoltre, la condivisione di informazioni sui successi dell'azienda permette ai dipendenti di capire meglio il loro ruolo all'interno dell'organizzazione e di comprendere come il loro lavoro contribuisce allo sviluppo dell'azienda.





Profilo aziendale

La nostra storia
I nostri valori
Governance

La nostra storia

Promotion S.p.A. è stata fondata nel 1978 a Vicenza, principale centro italiano legato alla produzione di oreficeria e gioielli in oro.

L'azienda si è specializzata nella commercializzazione di componenti per orologi con l'obiettivo di offrire ai propri clienti soluzioni chiavi in mano pur non essendo direttamente coinvolta nella produzione.

In questi quarantacinque anni, la struttura aziendale si è sviluppata significativamente, con cambiamenti strategici di vasta portata, che hanno avuto implicazioni dirette nella produzione.

Questi sviluppi hanno reso Promotion S.p.A. un importante punto di riferimento internazionale per il mondo dell'orologeria, che controlla l'intero processo di produzione di cinturini in acciaio, acciaio-oro, oro, titanio e altre leghe.

Dagli inizi degli anni 2000: l'azienda si è dotata di un dipartimento di "Ricerca e Sviluppo" interno per migliorare la tecnologia produttiva (tecnologia laser/ricerca acciai speciali) ed offrire soluzioni innovative ai clienti.

A fianco di questo dipartimento l'azienda ha sviluppato un laboratorio interno dove testare tutti i bracciali prodotti internamente o da fornitori esterni in modo da poter sempre monitorare e garantire la produzione.

Il gruppo raggiunge una variabilità e tracciabilità significativa nel numero di addetti, con una forza lavoro che si adatta dinamicamente alle esigenze di mercato.

L'azienda attribuisce grande importanza alla formazione, offrendo opportunità di crescita e coinvolgendo anche i giovani in un ambiente di lavoro stimolante e in continua evoluzione.

In 45 anni di attività l'azienda è rimasta comunque giovane e moderna e ha sempre soddisfatto ogni richiesta da parte del cliente.





1978

Promotion Spa
Vicenza - Italia

Sede centrale del gruppo, attiva da oltre 45 anni nella produzione di componenti di alta qualità per orologi.
“Le origini dell’avventura di Promotion.”



1998

Beauregard SAS
Couteuges - Francia

Sito produttivo specializzato nella produzione “Made in Europe” di componenti per l’industria orologiera, con competenze specifiche nell’assemblaggio, finitura e saldatura laser di bracciali.



2007

Beauregard Manufacture SA
La Chaux-de-Fonds - Svizzera

Centro di eccellenza per la produzione “Swiss Made” e “preferenziale origine svizzera” di componenti per orologi, con particolare attenzione ai materiali preziosi.



2021

B&C SA
Canedo - Portogallo

Impianto dedicato alla lucidatura, finitura, assemblaggio e saldatura laser di una vasta gamma di prodotti per orologi.

Vision e Mission

In un mondo dove l'eleganza si fonde con l'innovazione e la tradizione abbraccia la modernità, Promotion Group emerge come un partner solido e affidabile nell'orologeria, distinguendosi con la sua devozione. La storia dell'azienda è intessuta di passione, savoir-faire artigianale e un impegno incrollabile verso l'innovazione.

La Visione, Missione e Valori di Promotion Group non sono solo pilastri fondamentali della nostra identità aziendale, ma sono il cuore pulsante che guida ogni creazione.

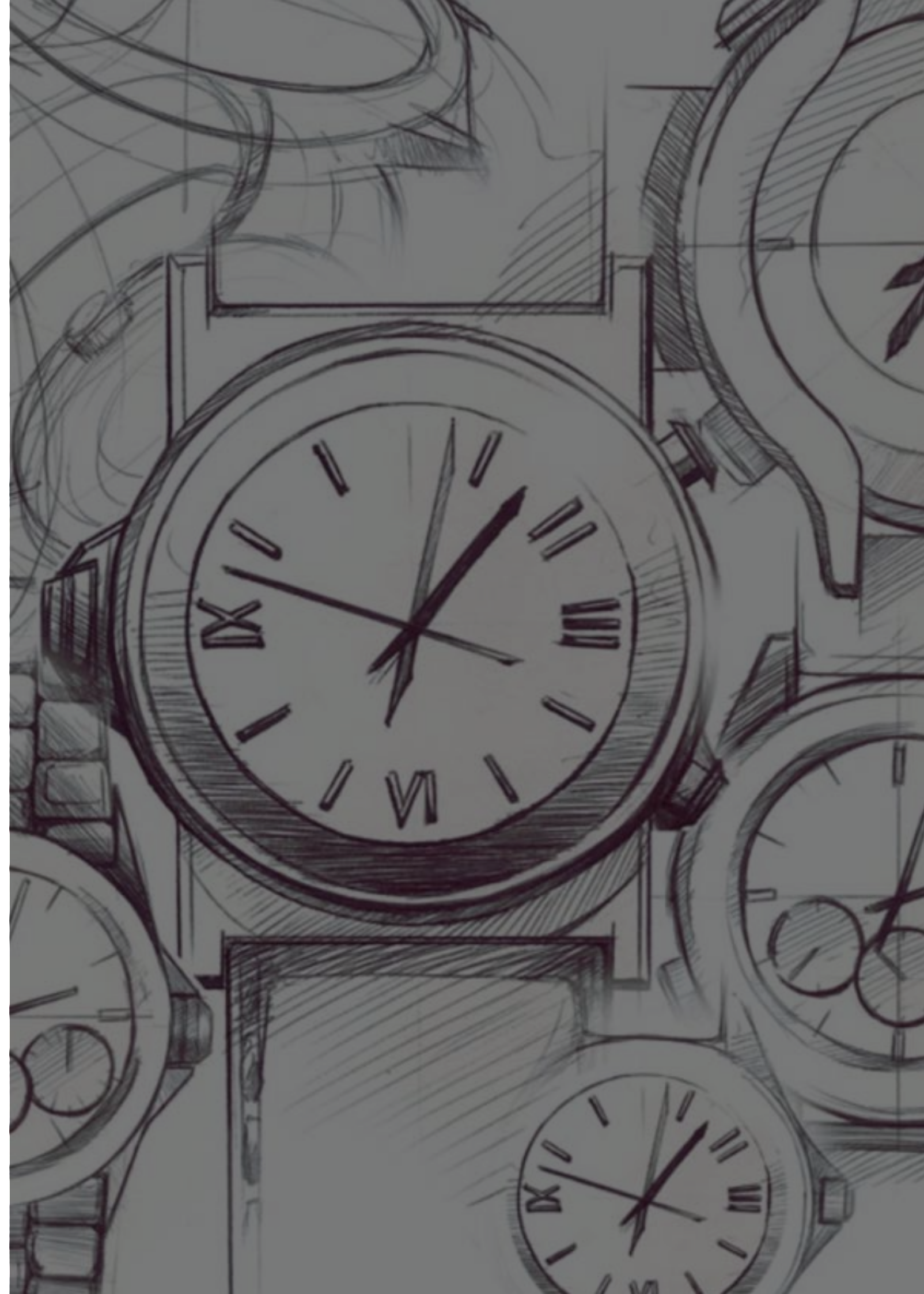
Vision

Promotion Group ritiene che l'orologeria vada oltre la semplice misurazione del tempo, rappresentando invece una sinfonia di artigianato e innovazione.

La nostra visione proietta nel futuro un palcoscenico in cui la tradizione danza con l'avanguardia, trasformando le idee e le esigenze dei nostri clienti in prodotti concreti.

La passione per l'orologeria si riflette nella qualità dei nostri prodotti, realizzati con materiali pregiati e una meticolosa attenzione ai dettagli.

L'arte dell'orologeria diventa una storia viva, intessuta di significato, eleganza e di un impegno duraturo verso la sostenibilità.



Mission

La missione di Promotion Group si concretizza in un impegno profondo a tradurre questa visione in tangibile realtà.

In questo viaggio, ci impegniamo a garantire:

- **Eccellenza senza compromessi:** ogni componente per orologio Promotion è il risultato di una ricerca incessante della perfezione. Dalla progettazione all'assemblaggio, ci impegniamo a superare gli standard qualitativi, garantendo che ogni dettaglio rifletta la nostra dedizione all'eccellenza.
- **Innovazione come faro:** 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.
- **Integrità nel processo creativo:** operiamo con eticità, trasparenza e coerenza in ogni fase del nostro processo creativo. Ogni prodotto è una promessa di integrità artigianale, dove la tradizione si fonde armoniosamente con la modernità.
- **Sostenibilità come impegno duraturo:** riconosciamo la nostra responsabilità verso l'ambiente e ci impegniamo a preservare la terra e le risorse naturali. La nostra produzione abbraccia pratiche sostenibili, dimostrando che l'eleganza e lo stile possono coesistere con la responsabilità ambientale.
- **Diversità come fonte di ispirazione:** valorizziamo la diversità come fonte di ispirazione e forza trainante della nostra crescita, ogni persona contribuisce attivamente alla ricchezza collettiva.
- **Responsabilità Sociale come impegno:** riconosciamo la nostra responsabilità nel plasmare positivamente le comunità. Ci impegniamo in iniziative che migliorino la qualità della vita e contribuiscano al benessere sociale.



I nostri valori

I principi contenuti nel Codice Etico sono alla base dell'organizzazione interna della Società, con l'auspicio che anche tutti gli attori esterni che vengono in contatto con Promotion Group condividano e implementino questi valori. Il nostro Codice Etico si rivolge a tutti gli organi sociali, dipendenti, amministratori, società collaboratrici e attori esterni. Quest'ultimo richiede che i destinatari agiscano sempre in conformità con i principi di onestà, lealtà, diligenza, imparzialità e rispettino le normative vigenti nei paesi in cui operano. Inoltre, il Codice Etico promuove la cooperazione e la collaborazione tra i destinatari, al fine di garantire un continuo e reciproco arricchimento umano e professionale che consentirà a questi ultimi di basare la loro condotta sulla mutua cooperazione e collaborazione.

La coerenza nel rispetto e nell'implementazione di questi valori è, da sempre, il miglior biglietto da visita della Società e la prova che, con la collaborazione di tutti, è possibile un continuo e reciproco arricchimento umano e professionale. In questo senso, Promotion Group e i suoi dipendenti si pongono l'uno al servizio dell'altro nonché al servizio di tutti i soggetti coinvolti, sia all'interno che all'esterno della Società.

Centralità della persona

Promotion Group è una società che da sempre pone al centro dei suoi sforzi la persona e che si impegna a rispettare la dignità umana e i diritti umani, come sancito dalla Dichiarazione Universale dei Diritti Umani delle Nazioni Unite. La dignità dell'Uomo è una condizione fondamentale sulla quale la Società si basa e si sviluppa e sulla quale plasma la propria attività, beneficiandone altresì come ispirazione per i propri progetti futuri.

La protezione dell'integrità fisica e morale e il sostegno all'arricchimento tecnico, professionale della persona sono risorse indispensabili per il successo. Inoltre, si promuove attivamente un comportamento basato sul rispetto reciproco, sulla gentilezza e sul trattamento equo e rispettoso di ogni dipendente e collaboratore, ripudiando qualsiasi forma di discriminazione fondata su caratteristiche quali età, stato di salute, disabilità, genere, religione, razza, etnia, nazionalità, orientamento sessuale, identità e/o espressione di genere, stato civile, gravidanza, opinioni politiche e culturali.

La società tutela i lavoratori che si trovino ad affrontare situazioni che limitino la loro operatività (quali lo stato di gravidanza, la maternità, gli incidenti sul lavoro, l'infermità ecc.) attraverso politiche attive. Adottando specifiche misure volte a preservare l'integrità fisica e morale delle persone, in conformità ai regolamenti in vigore.

Tutela del lavoro

Promotion Group adotta e implementa gli standard di sicurezza previsti dalla legislazione vigente in materia di lavoro per garantire la sicurezza e l'igiene sul posto di lavoro. Si ripudia il lavoro minorile, qualsiasi forma di lavoro forzato o coercitivo e ogni forma di discriminazione nelle politiche di assunzione e nella gestione delle risorse umane. Inoltre, assicura a tutti i lavoratori il diritto a una retribuzione equa e regolare, tutelandoli da qualsiasi tipo di trattamento discriminatorio o degradante. Il Gruppo si impegna ad impedire ogni forma di mobbing e di sfruttamento del lavoro, sia diretto che indiretto, e a riconoscere nel merito, nelle prestazioni di lavoro e nelle potenzialità professionali i criteri determinanti per gli sviluppi retributivi e di carriera. Il Gruppo promuove e garantisce anche la libertà di associazione dei lavoratori alle organizzazioni sindacali e riconosce il diritto alla contrattazione collettiva.

L'impegno costante a fornire ai propri dipendenti un ambiente di lavoro sano e sicuro, adottando e implementando gli standard di sicurezza previsti dalla legislazione vigente in materia di lavoro, a fornire ai propri dipendenti le attrezzature di protezione individuale necessarie per svolgere il proprio lavoro in sicurezza, promuovendo la formazione continua dei propri dipendenti, al fine di migliorare le loro competenze e di garantire un ambiente di lavoro sicuro e produttivo.

Tutela dell'ambiente

Il Gruppo si impegna a adottare criteri di cautela e a porre in essere le necessarie azioni per impedire che qualunque attività o pratica commerciale effettuata al suo interno o per suo conto comporti, direttamente o indirettamente, l'alterazione degli ecosistemi naturali.

Abbiamo adottato una serie di misure per ridurre l'impatto ambientale dei nostri servizi, come l'utilizzo di materiali riciclabili e l'implementazione di politiche di riduzione dei rifiuti e del consumo di carta. Inoltre, l'azienda ha avviato una serie di progetti per la tutela dell'ambiente, come la promozione di pratiche di riciclo e la partecipazione a programmi di sensibilizzazione ambientale. In ogni attività è necessario e fondamentale ricercare la soluzione operativa più efficace ed efficiente che consenta di ridurre il più possibile l'inquinamento dell'aria, dell'acqua e del suolo, l'accumulo di sostanze estratte dal sottosuolo o prodotte artificialmente, e lo spreco di risorse naturali (derivanti da acqua, piante, animali, minerali, ecc.) ed energetiche.

Promotion Group è impegnato a garantire che l'approvvigionamento di materiali preziosi avvenga in maniera etica, responsabile e rispettosa dell'ambiente. A tal fine, la Società aderisce al principio della certificazione del processo Kimberley per la fornitura di diamanti e a quello dell'approvvigionamento responsabile dell'oro per i metalli preziosi.

Inoltre, ci impegniamo a coinvolgere direttamente i Destinatari sopra indicati nel perseguimento degli scopi stabiliti dal Codice Etico, chiamandoli a rispettare scrupolosamente le normative vigenti in tema di salvaguardia dell'ambiente, ad adottare i criteri più rigorosi della normativa e, ove opportuno, a seguire le direttive internazionali.



Rispetto di leggi, regolamenti e responsabilità sociale

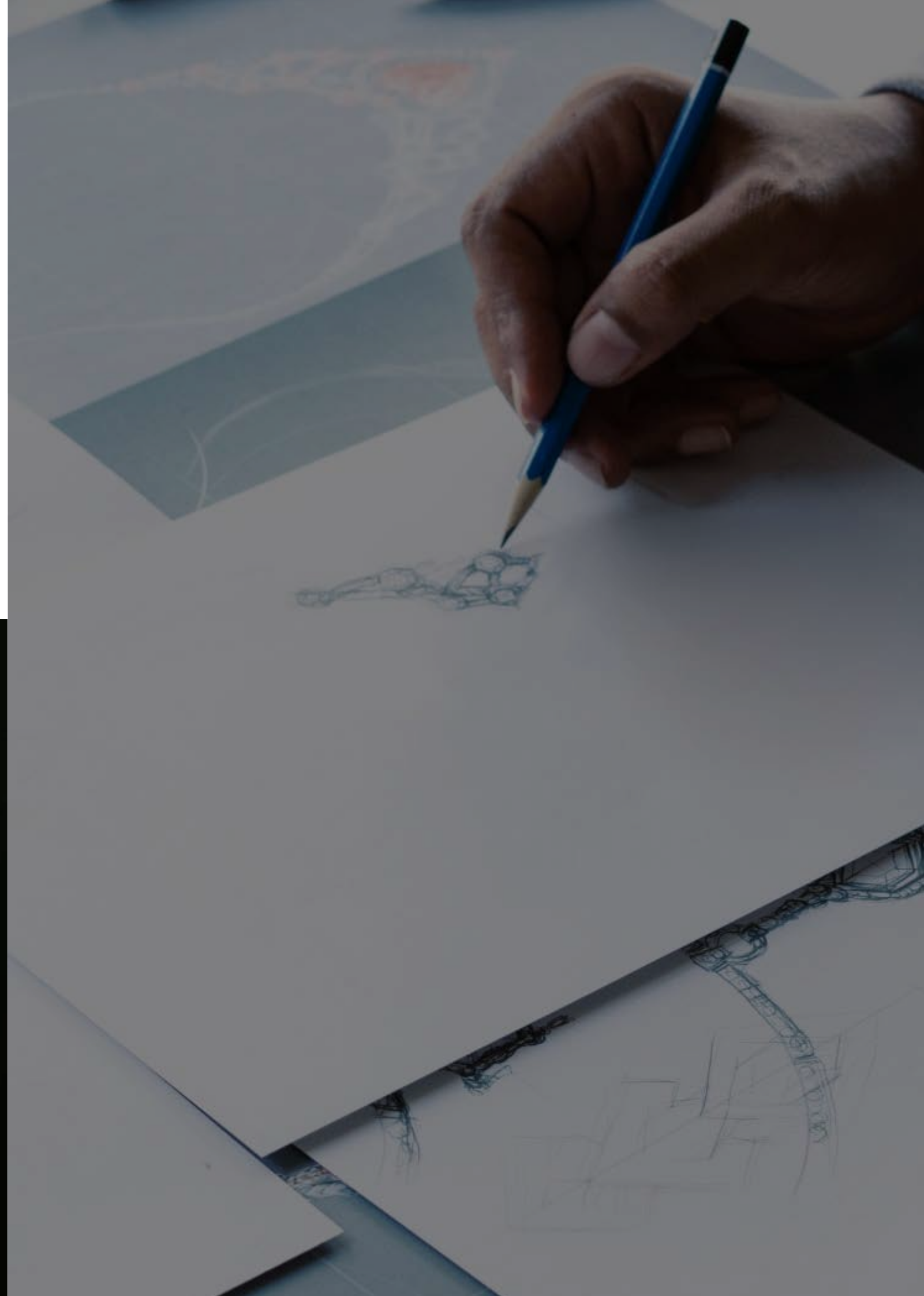
Promotion Group ritiene che il rispetto delle normative nazionali e internazionali sia una condizione vincolante e imprescindibile del proprio agire nel rispetto di tutte le normative e i regolamenti vigenti, attuando le necessarie opere di controllo ed applicando sanzioni ove necessario, investendo su appositi programmi di informazione e di prevenzione degli illeciti. Il Gruppo applicando i requisiti gestionali previsti dal Responsible Jewelry Council, si impegna ad attuare e promuovere i principi etici, il rispetto dei diritti umani e le pratiche sociali in modo trasparente e responsabile, perseguendo un modello di produzione che rispetti e salvaguardi i diritti umani, le capacità rigenerative della Terra e il benessere delle comunità. La Società garantisce la tracciabilità dei metalli preziosi utilizzati nella propria catena di produzione, assicurando l'impiego esclusivo di materiali provenienti da fonti responsabili (non derivanti da attività illecite o da zone di conflitto armato finanziate dalla vendita di metalli preziosi). Questo avviene in conformità alle linee guida "OECD Due Diligence Guidance for Responsible Supply Chains of Minerals from Conflict-Affected and High-Risk Areas" e tramite un costante monitoraggio dei fornitori coinvolti nelle lavorazioni. Il Gruppo adotta tutte le misure necessarie per diffondere la consapevolezza dell'importanza di una filiera responsabile, sostenibile ed attentamente gestita e utilizza la propria influenza per promuovere rapporti basati sul rispetto dei principi etici.

Onestà e trasparenza

La società mette a disposizione informazioni trasparenti e corrette, effettuando le proprie comunicazioni in modo chiaro, trasparente, accurato e tempestivo, non solo nei rapporti esterni ma anche nei rapporti interni tra tutti i soggetti che al suo interno svolgono la propria attività lavorativa. Inoltre, Promotion Group non tollera alcun tipo di corruzione e di riciclaggio di denaro e si impegna ad effettuare un attento e costante monitoraggio affinché qualunque pratica sospetta sia resa nota e contrastata. Nell'ambito dei rapporti con soggetti terzi, pubblici o privati, tutti i membri del gruppo devono astenersi dall'offrire o accettare vantaggi, omaggi, atti di cortesia o ospitalità che possano compromettere l'obiettività del processo decisionale. Qualsiasi vantaggio, sia diretto che indiretto, deve essere evitato se potrebbe influenzare le scelte e le attività del gruppo.

Tecnologia e innovazione

L'innovazione e la ricerca tecnica costante sono il motore che assicura lo sviluppo duraturo del Gruppo che crede fermamente che l'evoluzione tecnologica sia un elemento essenziale per creare e fornire ai propri clienti prodotti innovativi, con un valore aggiunto che li distingua all'interno del mercato e con un livello di qualità sempre più elevato. Pertanto, la Società si impegna a ricercare costantemente l'ottimizzazione dei processi aziendali per raggiungere il massimo livello di efficacia ed efficienza, assicurando nel tempo il livello qualitativo dei propri prodotti e rispondendo in maniera sempre performante agli standard del settore. L'innovazione, la ricerca di nuove soluzioni e la creatività devono essere valori da perseguire come scopi fondamentali, facendoli propri e diffondendoli anche tra i collaboratori esterni. Il Gruppo ha iniziato un percorso di transizione generazionale e di managerializzazione con l'obiettivo di iniziare a strutturarsi e ad aprirsi con dinamicità al nuovo, senza, però, snaturare la propria identità. La transizione avviene attraverso un preciso processo organizzativo che ha come scopo quello di dare continuità ai valori storici di Promotion Group rimodellati in base all'evoluzione del contesto culturale, sociale ed economico che il mondo ha vissuto nel corso degli anni.

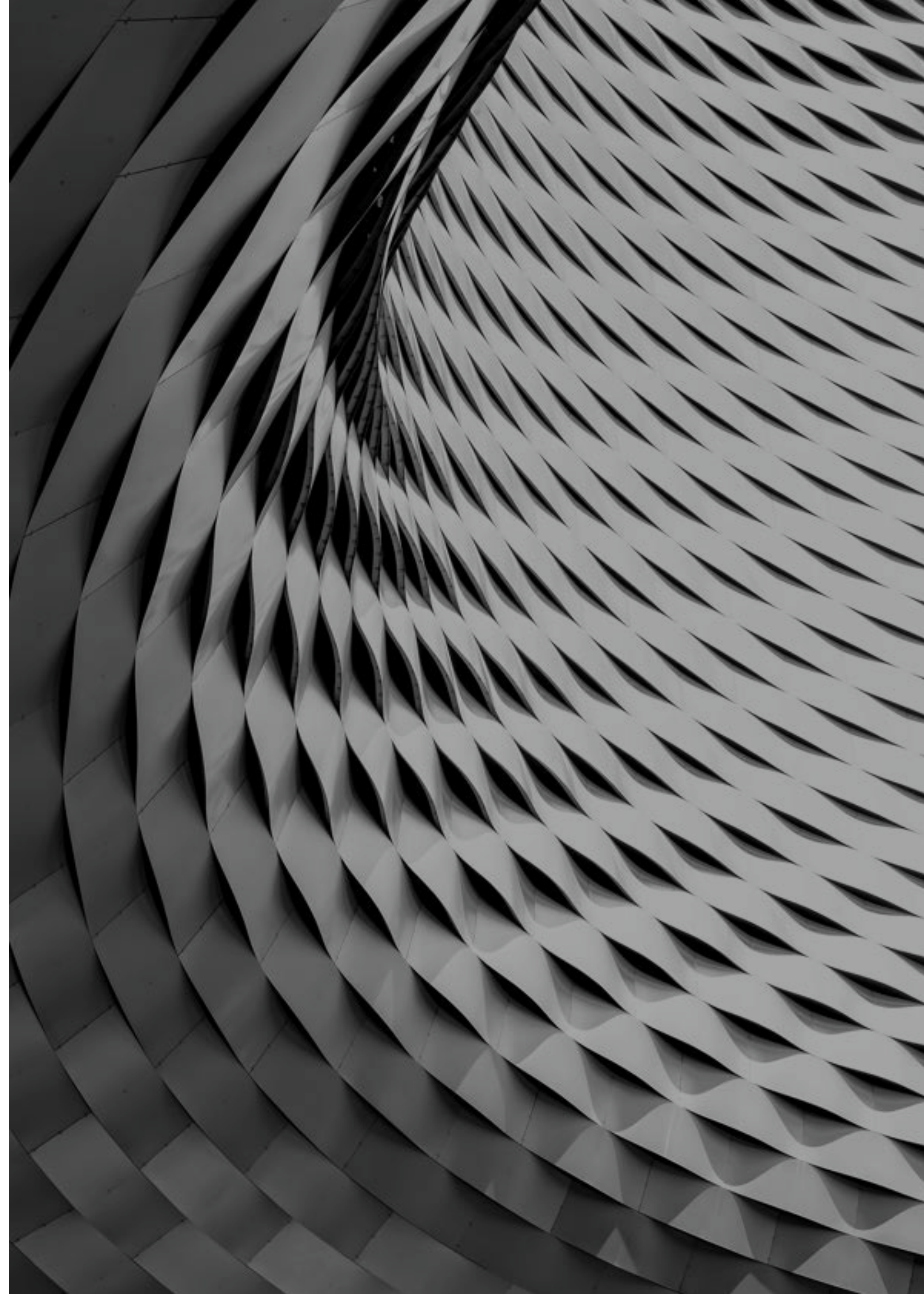


Governance

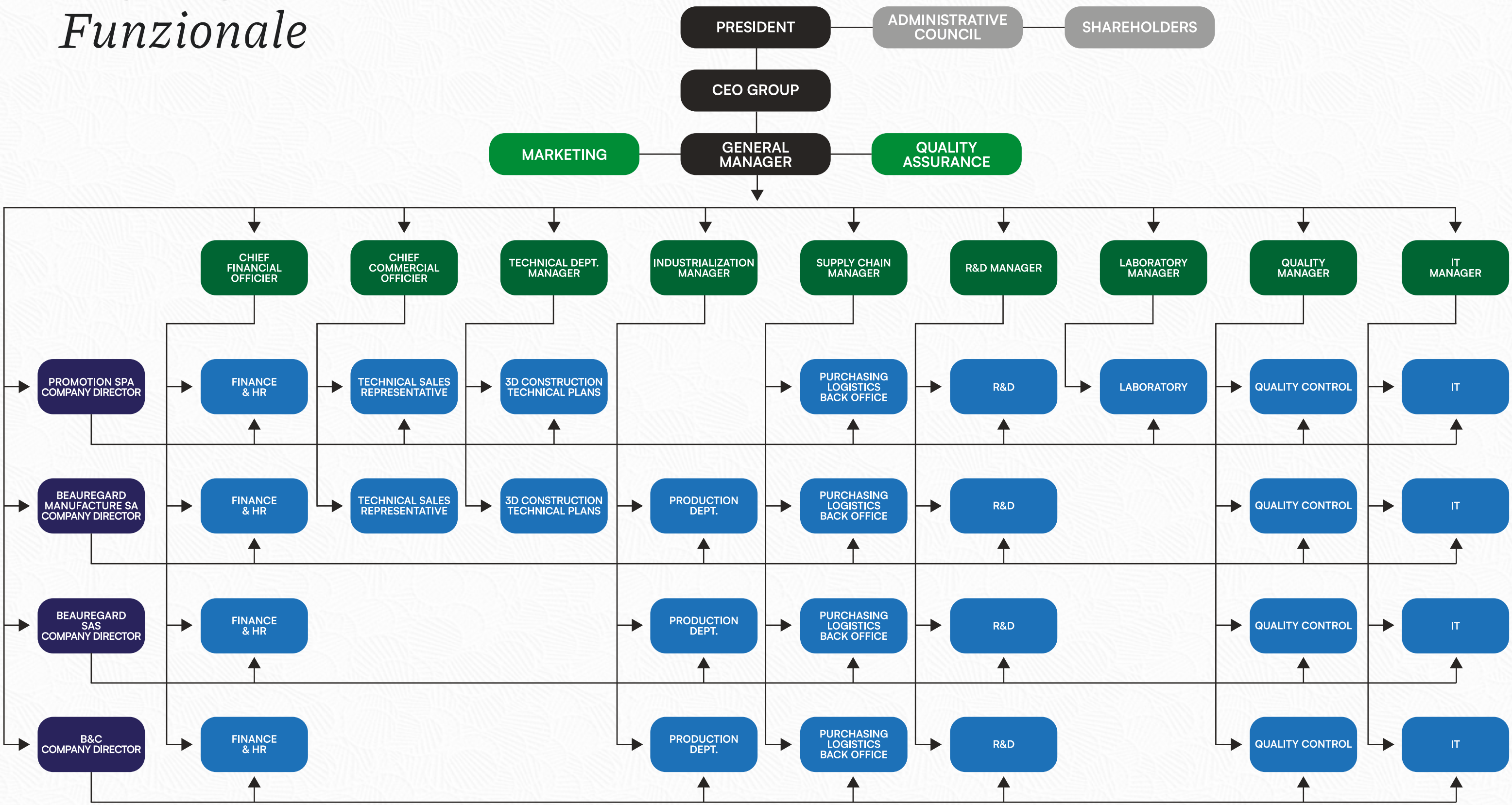


La Corporate Governance è un elemento cruciale per il successo aziendale, definita come l'insieme di regole e processi che plasmano le strategie, gli obiettivi e i meccanismi operativi di una società. Essa funge da guida nel processo decisionale e nella definizione delle linee strategiche da seguire.

A seguire, presentiamo la struttura attuale del governo e le figure chiave attualmente in carica:



Promotion Group:
Organigramma
Funzionale



COMITATO ESECUTIVO DIREZIONE

L’Organo di Governo è responsabile di definire gli obiettivi strategici, le politiche aziendali e i piani di investimento, assicurando che siano allineati alla visione e alla crescita sostenibile dell’azienda. Inoltre, è responsabile di approvare i processi relativi ai servizi offerti, definire e supervisionare le funzioni aziendali di controllo, approvare e monitorare la struttura organizzativa e la definizione dei compiti e delle responsabilità, controllare il sistema di flussi informativi, e garantire che la struttura di retribuzione e incentivi non aumenti i rischi aziendali. L’Organo di Governo è il principale responsabile della gestione aziendale e del controllo delle attività aziendali. Per garantire che l’azienda sia in grado di adattarsi ai cambiamenti del mercato e di mantenere la sua competitività.

Composizione deli Direttori delle sedi

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

Composizione del Consiglio di Amministrazione

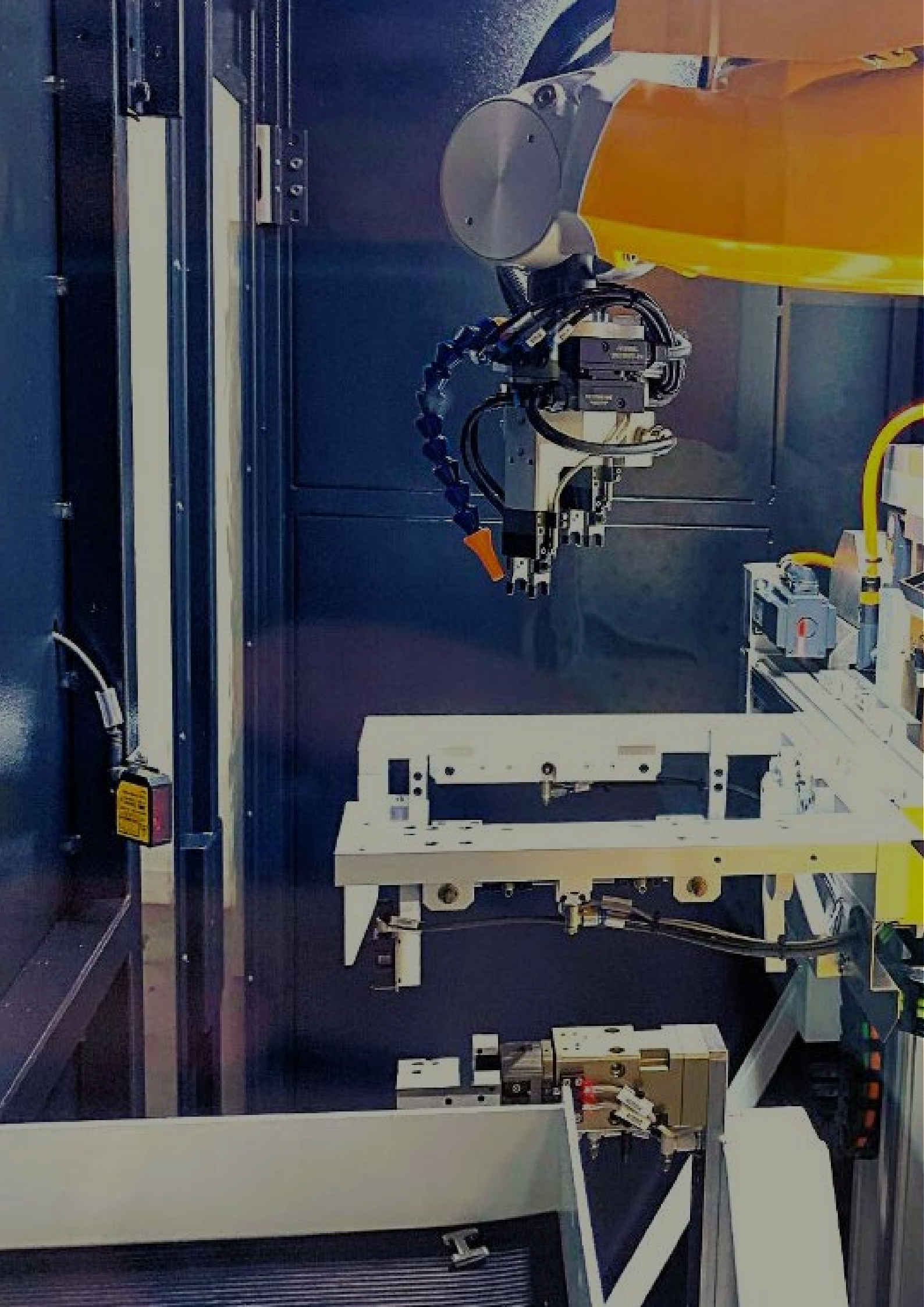
Rasia Giovanni	Presidente Consiglio Amministrazione	Rappresentante dell’impresa
Buisse Pierre	Amministratore Delegato	Rappresentante dell’impresa
Rasia Angelo	Amministratore Delegato	
De Lorenzo Maurizio	Amministratore Delegato	

SINDACI, MEMBRI ORGANI DI CONTROLLO

Il Comitato Esecutivo di Promotion Group è l’organo che si occupa di definire le strategie e le politiche aziendali, coordinare le attività delle diverse aree funzionali, monitorare i risultati economici e finanziari, e gestire le relazioni con gli stakeholder interni ed esterni. In altre parole, il Comitato Esecutivo è responsabile della gestione operativa dell’azienda.

Composizione dei Sindaci, membri organi di controllo

Camporiondo Marta	Presidente del Collegio Sindacale
Bruttomesso Alida	Sindaca
Zanetti Gianluca	Sindaco
Sgevano Francesca	Sindaca Supplente
Castegnaro Roberto	Sindaco Supplente
Tedone Carlo	Revisore Legale



I tratti distintivi

I tratti distintivi di
Promotion Group

Sostenibilità

La sostenibilità aziendale è un approccio strategico e responsabile alla gestione delle attività imprenditoriali, che tiene conto degli impatti economici, sociali e ambientali generati nel corso del ciclo di vita di un'azienda. Per noi, la sostenibilità non rappresenta solo l'adozione di un modello aziendale che mira al successo economico-finanziario, ma va oltre. Implica la creazione di valore per tutti i nostri stakeholder, considerando attentamente tutte le loro aspettative ed esigenze. Allo stesso tempo, ciò implica assumerci la responsabilità nei confronti dell'ambiente, riducendo il nostro impatto e promuovendo soluzioni ecocompatibili.

La sostenibilità per noi implica anche un impegno sociale tangibile, contribuendo attivamente allo sviluppo del territorio e alla crescita delle persone. Integrare la sostenibilità nelle operazioni aziendali significa incorporare considerazioni economiche, sociali e ambientali nelle decisioni quotidiane e nelle pratiche di gestione di un'azienda. Le operazioni aziendali rappresentano il terreno fertile sul quale adoperare quotidianamente strategie sostenibili che afferiscono ai fattori ESG (Environmental, Social, Governance). L'essenza di una strategia sostenibile esg-oriented rende le aziende, gli stakeholder e tutti gli attori coinvolti un centro di creazione di valore per l'intera società.

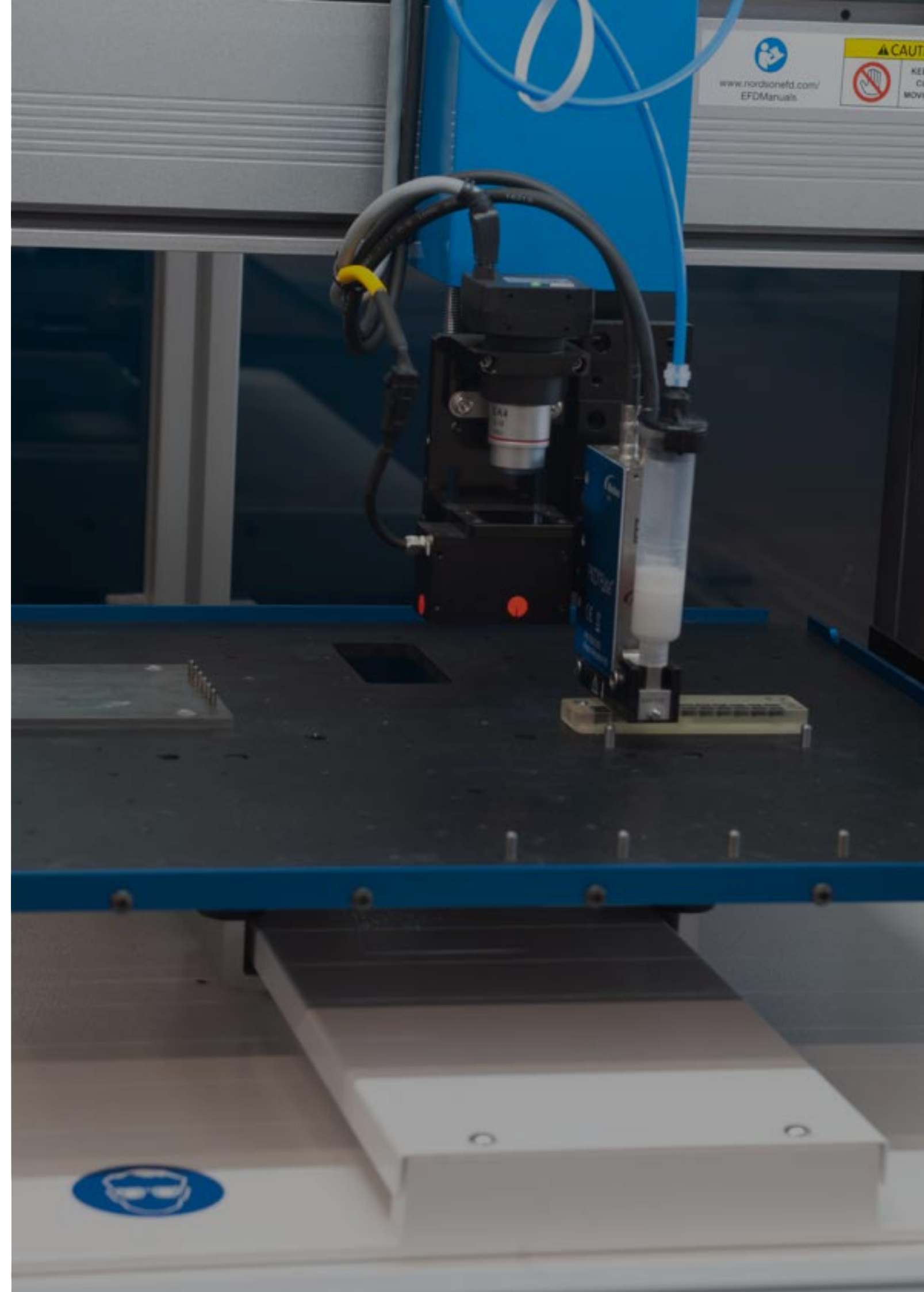
Le persone

Consideriamo le persone come la nostra risorsa più preziosa e il principale fattore di differenziazione. Sono i nostri collaboratori che consentono la qualità dei nostri servizi e la fidelizzazione dei nostri prodotti. Pertanto, ci impegniamo a valorizzare le loro competenze, motivarli, formarli e garantire il loro benessere. La soddisfazione dei nostri collaboratori rappresenta un obiettivo strategico per noi, equiparato alla soddisfazione dei nostri clienti.

La relazione con i nostri Clienti

La nostra azienda si basa sulla fiducia, un valore che cerchiamo di conquistare e mantenere attraverso la nostra professionalità, competenza e trasparenza. Ci consideriamo partner dei nostri clienti, affiancandoli nella gestione quotidiana.

Il nostro obiettivo è identificare le migliori opportunità per i nostri clienti e supportarli nella prevenzione e gestione dei rischi nel contesto sempre più complesso e dinamico del mercato odierno. Inoltre, ci impegniamo a fornire un servizio di qualità e personalizzato per soddisfare le esigenze specifiche di ogni cliente. Siamo convinti che la nostra attenzione ai dettagli e la dedizione al lavoro siano essenziali per creare rapporti solidi e duraturi.



Regolamento aziendale per l'utilizzo del sistema informatico

La crescente diffusione delle nuove tecnologie informatiche, unita al libero accesso a Internet da parte dei Personal Computer, espone Promotion Group a rischi patrimoniali e penali. Questi rischi potrebbero avere impatti negativi sulla sicurezza e sull'immagine aziendale. Per garantire un utilizzo diligente e corretto delle risorse informatiche, Promotion Group ha istituito il Regolamento per l'utilizzo delle risorse informatiche.

Il Regolamento ha lo scopo di definire le regole per l'utilizzo delle risorse informatiche in modo sicuro e responsabile. In particolare, il Regolamento stabilendo le procedure per l'accesso alle risorse informatiche, la gestione dei dati aziendali, la sicurezza delle informazioni, la riservatezza dei dati, la protezione dei sistemi informatici e la responsabilità degli utenti.

Utilizzo del personal computer

Il Personal Computer è uno strumento di lavoro, e l'utilizzo deve essere strettamente limitato alle attività lavorative. L'accesso è protetto da password, che devono essere custodite diligentemente e mai divulgate. Il titolare del trattamento ha il diritto di accedere ai dati trattati da ciascun utente, garantendo il rispetto del regolamento e la sicurezza del sistema.

Gestione delle password

Le password devono essere cambiate regolarmente, composte da almeno otto caratteri e non devono contenere riferimenti facilmente riconducibili all'utente. La condivisione delle password è assolutamente vietata.

Extra: pc portatili, rete internet, posta elettronica

Per garantire la sicurezza, è vietato l'uso non autorizzato di programmi e dispositivi esterni. L'uso della rete Internet è consentito solo per scopi lavorativi, con divieto di transazioni finanziarie e attività non professionali. L'utilizzo della posta elettronica aziendale è strettamente professionale, con l'obbligo di mantenerla in ordine.

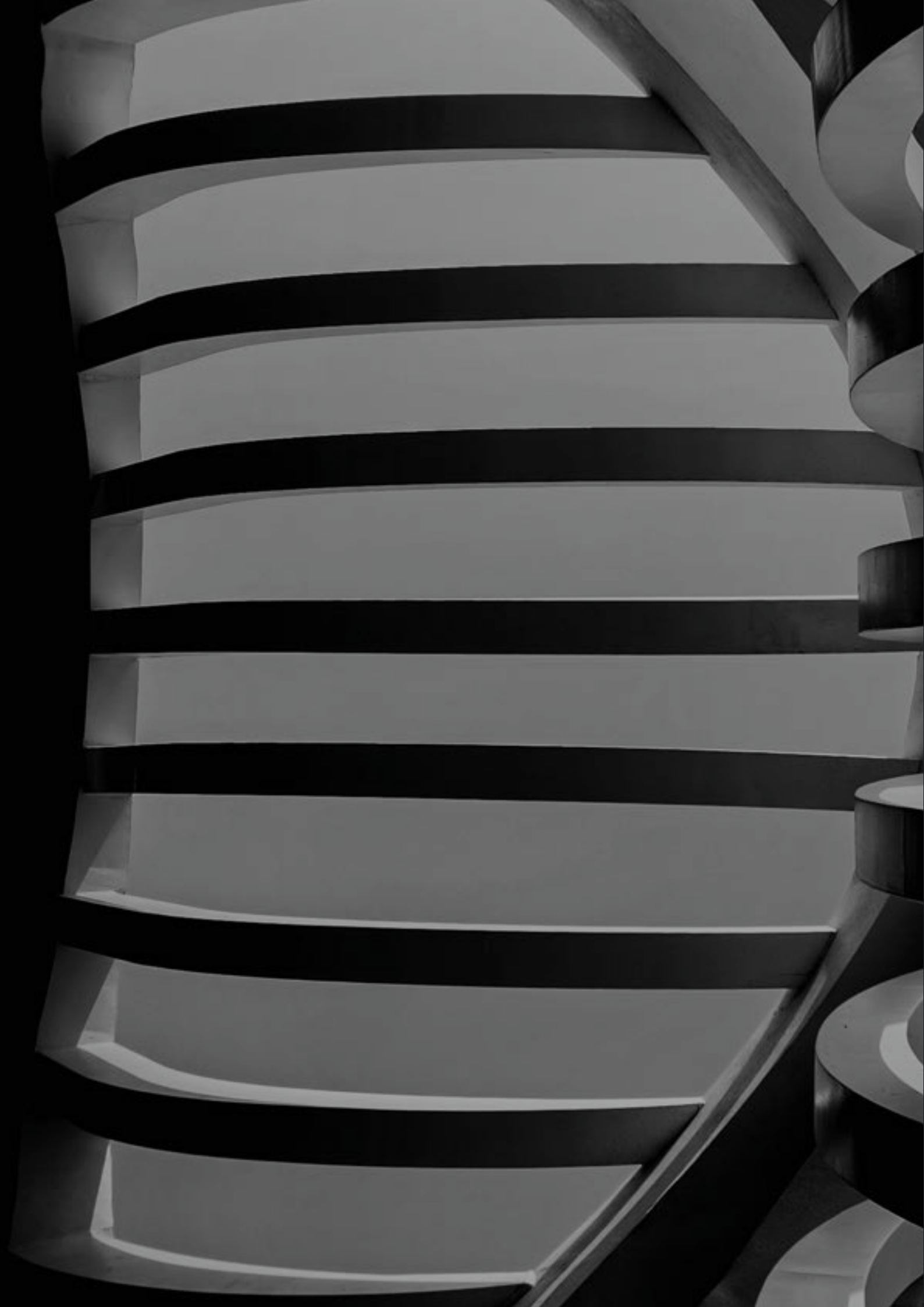
Osservanza della privacy

È obbligatorio rispettare le disposizioni in materia di privacy e seguire le misure di sicurezza.

Sanzioni per non osservanza

Il mancato rispetto delle norme aziendali può comportare provvedimenti disciplinari, azioni civili e penali secondo la legge.





Impatto sociale

Formazione e valorizzazione
Salute e sicurezza dei dipendenti
e collaboratori

Promotion Group riconosce l'importanza delle Risorse Umane per lo sviluppo della Società: collaboratori adeguatamente formati, valorizzati, motivati e coinvolti nello spirito aziendale rappresentano il presupposto per il raggiungimento degli obiettivi aziendali.

La Gestione delle risorse umane è orientata al benessere dell'individuo e ad un percorso di crescita professionale guidato dal criterio del merito e finalizzato a sviluppare le attitudini tenendo in conto le aspirazioni professionali di ciascun collaboratore. Le decisioni circa l'assegnazione di incarichi o ruoli di maggiore responsabilità vengono assunte sulla base del profilo professionale e dell'effettiva competenza e capacità del singolo dipendente nel contribuire al raggiungimento degli obiettivi individuali e aziendali.

Promotion Group promuove una gestione del personale volta alla prevenzione di qualsiasi discriminazione che possa trarre origine dal sesso, dall'etnia, dalla fede religiosa, dallo stato civile, dall'orientamento sessuale, dall'età, dalle disabilità e dalle convinzioni politiche dei propri Collaboratori. Il rispetto dei diritti umani è un valore fondamentale per la società, che si impegna a garantire dignità, libertà ed uguaglianza per tutti i suoi Collaboratori e a contrastare ogni forma di violazione o abuso.

L'organizzazione delle risorse umane è un compito fondamentale per ogni azienda, poiché il successo di un'azienda dipende in gran parte dalla qualità del lavoro svolto dai propri dipendenti. Questa sezione si occupa di tutte le attività legate alla gestione del personale, tra cui la selezione, la formazione, la valutazione delle prestazioni, la pianificazione delle carriere, la gestione dei salari e dei benefit, la gestione dei conflitti e la gestione del cambiamento. Riteniamo che coinvolgere i dipendenti e favorire la loro crescita professionale sia fondamentale per garantire continuità nei ruoli, nelle funzioni e nel mantenimento dei valori radicati nel background culturale e generazionale del Gruppo. Negli ultimi due anni, abbiamo sviluppato un percorso formativo regolare e pianificato, volto a coinvolgere i lavoratori in esperienze educative e professionali che stimolino la loro partecipazione e interesse nell'intero ciclo aziendale. Per implementare questo percorso formativo interno, abbiamo affidato l'iniziativa a figure professionali esperte, che hanno avviato un "percorso maieutico" nel settembre 2022, coinvolgendo inizialmente la proprietà e il management. Il focus di questo progetto è sull'individuo, mirando a promuovere un processo di autoconsapevolezza che si traduca in un miglioramento individuale, un potenziamento delle competenze relazionali, il consolidamento delle soft skills e un rafforzamento del senso di appartenenza al gruppo. Nel corso del 2022, abbiamo istituito un "Piano Welfare aziendale" focalizzato su eventi personali specifici, ponendo particolare attenzione al benessere dei dipendenti sia sul piano personale che familiare. Valorizziamo il legame tra Azienda e Famiglia, offrendo contributi che supportino la crescita formativa all'interno delle famiglie dei nostri dipendenti.

Reclutamento e selezione

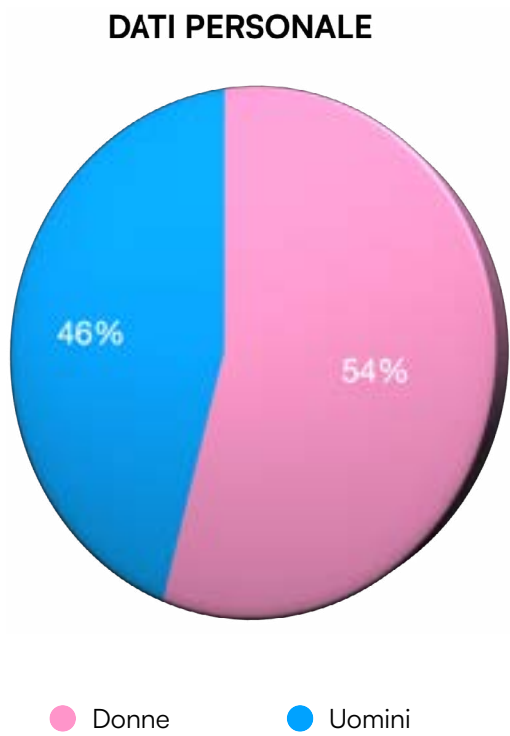
Promotion Group è alla ricerca dei migliori talenti per le sue attività e valuta attentamente diverse qualità durante il processo di reclutamento. Le più importanti sicuramente includono:

- **Competenze:** la ricerca di persone con una solida preparazione professionale e che siano in grado di applicare le proprie conoscenze e abilità alle diverse situazioni e sfide che si presentano in questo mondo sempre più mutevole.
- **Dinamismo:** persone che siano flessibili, proattive e in continua crescita, che sappiano adattarsi ai cambiamenti e cogliere le opportunità che il mercato offre.
- **Motivazione:** persone con una forte motivazione personale e professionale che condividano la stessa visione e gli stessi valori che il Gruppo fa propri, oltre ad essere orientate al raggiungimento degli stessi obiettivi.
- **Passione:** persone con la passione per il proprio lavoro, entusiaste e curiose, disposte a mettersi in gioco e a dare il meglio di sé a fronte di ogni sfida che il futuro le riserva.
- **Impegno:** persone con un alto senso di responsabilità e di dedizione, affidabili e precise che rispettano le scadenze e le aspettative di clienti e colleghi.
- **Capacità di lavorare in gruppo:** la capacità di relazionarsi e saper comunicare con tutti gli attori coinvolti. La collaborazione con gli altri in modo costruttivo e rispettoso e l'apertura al confronto e alla condivisione delle idee, sono qualità essenziali per poter lavorare nella nostra azienda.

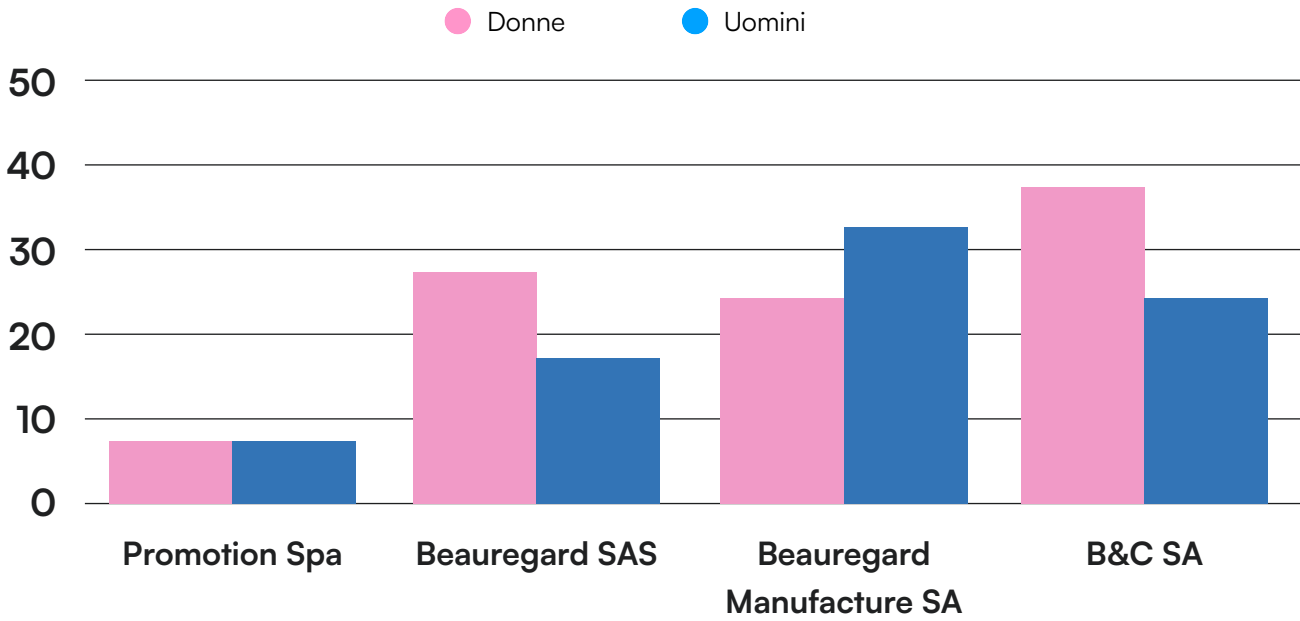
Infine, al momento della firma del contratto di assunzione, il neoassunto si impegna a rispettare tutti i principi e le norme di comportamento previsti dal Regolamento Interno.

Dati del personale

GENERE	TOTALE
Donna	96
Uomo	81
Totale complessivo	177



SEDE	GENERE	DIPENDENTI	TOTALE
Promotion Spa	Donna	7	14
	Uomo	7	
Beauregard SAS	Donna	27	44
	Uomo	17	
Beauregard Manufacture SA	Donna	24	56
	Uomo	32	
B&C SA	Donna	38	63
	Uomo	25	
TOTALE	Donna	96	177
	Uomo	81	



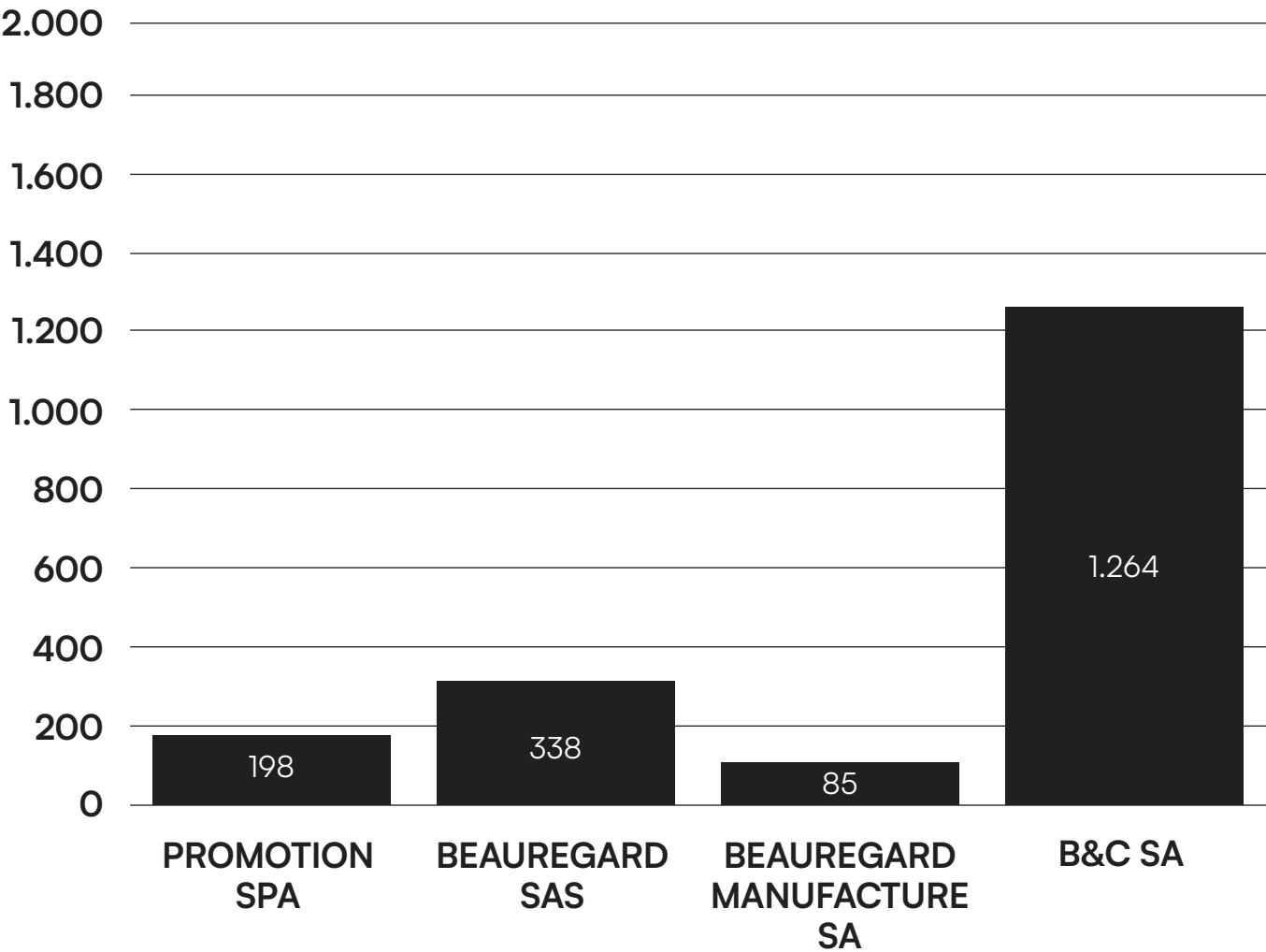
Formazione e valorizzazione

L'investimento nella formazione è un pilastro fondamentale per potenziare la produttività e valorizzare il capitale umano, contribuendo a plasmare figure professionali qualificate pronte a sostenere la crescita e la strategia aziendale. Nel corso del 2023 sono stati organizzati corsi di aggiornamento mantenendo la continuità con gli anni precedenti. La formazione continua è essenziale per rimanere al passo con le nuove tecnologie e le tendenze del mercato, migliorando le competenze e la produttività del personale. Questa si rivela essere un investimento sia per il successo professionale dei dipendenti, sia per l'elevazione delle prestazioni aziendali complessive.

La nostra azienda ha una lunga tradizione di corsi di formazione incentrati su tematiche cruciali come la sicurezza sul lavoro e l'uso adeguato delle tecnologie. Inoltre, siamo sempre attenti alle nuove tendenze del mercato e offriamo corsi per garantire che il nostro personale sia sempre al passo con le ultime novità. Riteniamo che la comunicazione sia cruciale per il successo dell'azienda. Per questo motivo, offriamo anche corsi di lingua per abbattere le barriere comunicative all'interno dell'azienda.

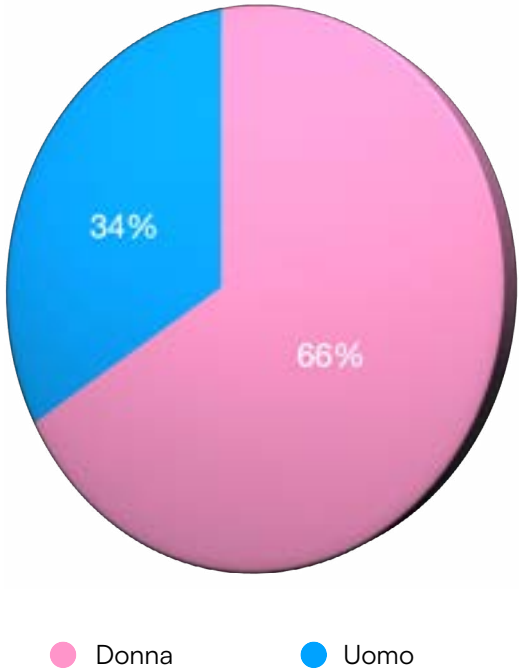
I corsi di formazione sono progettati per garantire che il personale acquisisca le competenze necessarie per contribuire in modo significativo al successo aziendale. L'obiettivo della partecipazione ai corsi di formazione è quello di promuovere un ambiente di lavoro sicuro, efficiente e all'avanguardia dal punto di vista tecnologico.

SEDE	ORE UOMO	ORE DONNA	TOTALE
Promotion Spa	56	142	198
Beauregard SAS	128	210	338
Beauregard Manufacture SA	30	55	85
B&C SA	423	841	1.264
Totale Gruppo	637	1.248	1.885



SESSO	TOTALE ORE DI FORMAZIONE
Uomini	637
Donne	1.248

TOTALE ORE DI FORMAZIONE



Salute e sicurezza dei dipendenti e collaboratori

Sicurezza dei lavoratori

Promotion Group ritiene fondamentale tutelare la salute psico-fisica dei propri dipendenti e collaboratori. A tal fine, si impegna a garantire ambienti di lavoro sicuri, salubri e confortevoli, nel rispetto della normativa vigente in materia di salute e sicurezza.

Il gruppo adotta un approccio che prevede la responsabilizzazione delle funzioni aziendali competenti sui temi della sicurezza sul lavoro. Per garantire un costante monitoraggio e presidio, la gestione della sicurezza sul lavoro è articolata su un sistema di deleghe che attribuiscono coerenti poteri di disposizione organizzativa.

Uno dei principali compiti della Direzione è quello di offrire punti di miglioramento in merito alla gestione della salute e sicurezza sul lavoro.

Il **Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP)** ha diversi compiti, tra cui:

- 1

Individuare i fattori di rischio
Deve identificare i fattori di rischio presenti sul luogo di lavoro, come ad esempio la presenza di sostanze pericolose, macchinari non sicuri, o situazioni che possono causare incidenti.
- 2

Valutare i rischi e individuare le misure per la sicurezza, preventive e protettive e i sistemi di controllo di tali misure
Deve valutare i rischi individuati e proporre le misure necessarie per garantire la sicurezza dei lavoratori. Queste misure possono essere preventive o protettive e devono essere controllate regolarmente per assicurarsi che siano efficaci.
- 3

Proporre i programmi di informazione e formazione dei lavoratori
Deve sviluppare programmi di formazione e informazione per i lavoratori, in modo che siano consapevoli dei rischi presenti sul posto di lavoro e delle misure di sicurezza adottate per prevenirli.

La **Direzione Aziendale** invece ha tra i suoi compiti principali:

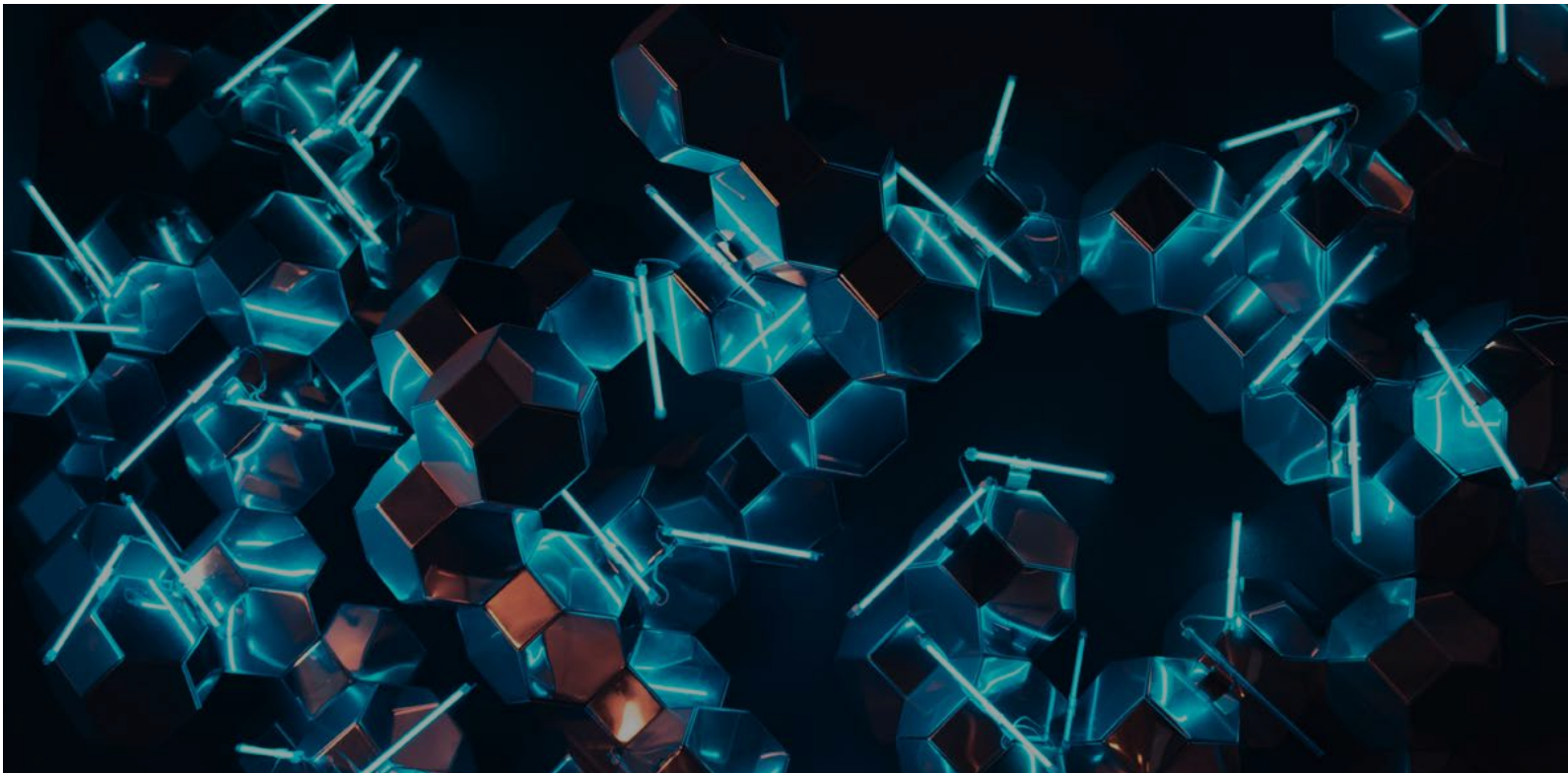
- 1

Collaborare alla valutazione dei rischi
Ha il compito di collaborare con il Servizio di Prevenzione e Protezione (SPP) per individuare i rischi presenti nell'ambiente di lavoro e adottare le misure necessarie per prevenirli o ridurli al minimo.
- 2

Programmare ed effettuare la sorveglianza sanitaria
Ha il compito di programmare e effettuare gli accertamenti sanitari necessari per verificare l'idoneità del lavoratore alla mansione lavorativa specifica.
- 3

Comunicare all'azienda l'idoneità del lavoratore alla specifica mansione lavorativa
Deve fornire all'azienda le informazioni necessarie per garantire che il lavoratore sia impiegato in modo adeguato alle sue capacità e competenze.
- 4

Visitare gli ambienti di lavoro per verificare e valutare l'adeguatezza ai fini della salute e della integrità psico-fisica dei lavoratori
Ha il compito di verificare e valutare l'adeguatezza degli ambienti di lavoro ai fini della salute e dell'integrità psico-fisica dei lavoratori. In particolare, la Direzione aziendale deve verificare che gli ambienti di lavoro siano conformi alle normative vigenti in materia di sicurezza e salute sul lavoro.



Potenziali rischi connessi all'attività lavorativa in Promotion Group

Promotion Group attribuisce la massima importanza alla sicurezza e al benessere dei propri lavoratori. Al fine di identificare e mitigare potenziali rischi connessi alle attività lavorative, abbiamo implementato misure di prevenzione e protezione. I principali rischi individuati includono:

Rischio Ergonomico

Le lesioni possono essere causate da posture scorrette o sforzi fisici prolungati.

Misure di prevenzione: per prevenire queste lesioni, è importante formare i lavoratori sul corretto utilizzo degli strumenti e delle attrezzature, nonché allestire postazioni ergonomiche. Ciò può aiutare a ridurre la tensione muscolare e a prevenire lesioni correlate alla postura.

Rischio Chimico

Durante la lavorazione, è possibile essere esposti a sostanze chimiche pericolose.

Misure di Prevenzione: per prevenire l'esposizione a queste sostanze, è necessario utilizzare dispositivi di protezione individuale (DPI) e seguire i protocolli corretti per la manipolazione e lo stoccaggio delle sostanze chimiche. Inoltre, è importante ricevere una formazione adeguata sui rischi associati alle sostanze chimiche e sui metodi per prevenire l'esposizione.

Rischio da Rumore

L'ambiente di lavoro può presentare livelli di rumore elevati, che possono causare effetti negativi sulla salute dei lavoratori.

Misure di Prevenzione: per prevenire i rischi derivanti dall'esposizione al rumore, è necessario utilizzare le protezioni auricolari per i lavoratori e limitare le ore di esposizione al rumore. In questo modo, si può ridurre il rischio di malattie professionali come l'ipoacusia da rumore.

Rischio da Incendio

L'ambiente di lavoro può presentare un potenziale pericolo di incendi.

Misure di Prevenzione: per prevenire il rischio di incendi, è importante dotarsi di installazioni di sistemi antincendio e fornire una formazione costante ai dipendenti sulle procedure di evacuazione. In questo modo, si può ridurre il rischio di incendi e garantire la sicurezza dei lavoratori stessi.

Rischio da Stress Lavoro-Correlato

Lo stress può derivare da un carico di lavoro eccessivo o da fattori organizzativi.

Alcune misure che è possibile adottare per garantire un ambiente lavorativo salutare sono: garantire un equilibrio tra vita privata e lavoro, fornire un ambiente confortevole e sicuro, promuovere comunicazione e collaborazione tra i dipendenti, fornire servizi di consulenza e

supporto psicologico, ecc. La nostra azienda si impegna a monitorare costantemente i rischi, aggiornando e implementando nuove misure preventive quando necessario.

La sicurezza dei nostri dipendenti è una priorità assoluta e lavoriamo instancabilmente per garantire un ambiente di lavoro sicuro e salutare.

Salute e sicurezza sul lavoro

I progetti di crescita sono strettamente collegati al benessere delle nostre Persone e, consapevoli di questo, tuteliamo la loro salute e sicurezza, promuoviamo l'equilibrio fra vita professionale e privata e forniamo opportunità di formazione sul luogo di lavoro.

Promotion Group ritiene di fondamentale importanza la salute e la sicurezza dei propri collaboratori. L'azienda ha adottato un sistema di regole e procedure che si basa sui migliori standard internazionali al fine di poterla gestire al meglio. L'obiettivo di questo sistema è quello di ridurre al minimo gli infortuni sul lavoro e assicurare la conformità a leggi, regolamenti e direttive, nazionali e comunitarie.



Il Sistema Qualità di Promotion Group

Promotion Group si impegna a mantenere elevati standard di qualità, sicurezza e sostenibilità in tutte le sue operazioni. L'azienda ha adottato politiche ambientali rigorose e misure volte a minimizzare l'impatto delle sue attività sull'ambiente, contribuendo alla gestione responsabile delle risorse. La politica di gestione dei rifiuti è rispettosa dell'ambiente e segue pratiche di smaltimento e riciclaggio conformi alle normative ecologiche vigenti.

In ambito sicurezza, l'azienda ha implementato azioni in linea con le normative del Testo Unico in materia di sicurezza sui luoghi di lavoro, garantendo condizioni sicure per dipendenti, collaboratori e terzi. I risultati di questa attenzione alla sicurezza si riflettono nel basso tasso di infortuni sul lavoro registrato e nell'assenza di casi di lesioni gravi o decessi. Promotion Group non ha ricevuto accuse relative a malattie professionali o mobbing, il che evidenzia un ambiente lavorativo sano e rispettoso.

L'azienda ha ottenuto importanti certificazioni, come l'adesione all'associazione Responsible Jewellery Council (RJC) e il possesso delle certificazioni Cop e CoC. A queste si aggiunge la certificazione ISO 9001, a conferma dell'impegno dell'azienda nel mantenere elevati standard di qualità. Oltre al rispetto delle norme, Promotion Group investe costantemente in innovazione tecnologica. L'azienda ha sviluppato progetti di ricerca e sviluppo focalizzati su tecnologie avanzate, come il laser, la stampa 3D di materiali preziosi e l'uso di robot antropomorfi. Durante l'esercizio 2023, ha sostenuto spese ammissibili per questi progetti, beneficiando del Credito d'imposta per le attività di ricerca, sviluppo, innovazione tecnologica e design. Questi sforzi sono orientati a rafforzare la competitività dell'azienda e a generare ricadute economiche positive.

Un elemento centrale del successo di Promotion Group è il laboratorio situato ad Altavilla Vicentina. Questo laboratorio rappresenta il cuore pulsante delle attività di ricerca, sviluppo e controllo qualità per i bracciali, prodotti principalmente in Acciaio, Titanio e metalli preziosi. Il laboratorio conduce test approfonditi su materiali di base, componenti e assemblaggi per garantire che ogni prodotto soddisfi gli standard di qualità richiesti.

Il dipartimento di ricerca e sviluppo è costantemente impegnato nello studio e nella sperimentazione di nuovi materiali e tecnologie. L'obiettivo è innovare continuamente, introducendo soluzioni avanzate che migliorino le prestazioni e l'affidabilità dei prodotti, mantenendo al contempo il design elegante e funzionale.

La qualità dei prodotti è garantita da rigorosi controlli, che includono test chimici e fisici sui materiali e prove di durata per valutare la resistenza dei bracciali in condizioni diverse. Il laboratorio si occupa anche dello sviluppo e ottimizzazione dei processi produttivi, collaborando strettamente con i reparti di produzione e i fornitori per migliorare l'efficienza, ridurre i costi e mantenere standard elevati.

Prima di essere immessi sul mercato, tutti i nuovi modelli vengono sottoposti a test funzionali per verificare che rispondano alle esigenze d'uso quotidiano e che siano sicuri per i consumatori. Tra i test più importanti ci sono quelli ambientali, che valutano la resistenza del prodotto a fattori come la temperatura, l'umidità e la corrosione, assicurando che i materiali mantengano le loro caratteristiche anche in condizioni estreme. Oltre alle attività interne, il laboratorio di Promotion Group collabora con centri di ricerca per lo sviluppo di nuovi materiali e tecnologie. Queste collaborazioni permettono di trasferire le scoperte scientifiche direttamente nella produzione, offrendo all'azienda un vantaggio competitivo e consentendo di realizzare prodotti innovativi e di alta qualità.



Il know-how, la nostra risorsa

Promotion Group, una volta definita la costruzione più adatta, si affida a vari centri di produzione che gli appartengono o con cui collabora, distribuiti in tutto il mondo e ciascuno con attrezzature e capacità particolari. Per questo motivo, Promotion Group può garantire un flusso di produzione ottimale e una buona soluzione in termini di qualità/prezzo, nonché il rispetto dell'origine desiderata, con una trasparenza totale e un instradamento perfettamente tracciabile. L'obiettivo è la realizzazione del prodotto finito più adatto alle esigenze specifiche di ogni cliente.



La NORMA ROHS

Sulla dispersione in natura di metalli pesanti come il mercurio e il cadmio.



Il REACH

Permette la registrazione, la valutazione e l'autorizzazione delle sostanze chimiche nei nostri diversi siti di produzione.



L'UNI EN ISO 9001:2015

Promotion SpA adotta un sistema di gestione conforme alla norma UNI EN ISO 9001:2015, lo standard internazionale che definisce i requisiti per una gestione efficiente e strutturata.

La norma EN1811

Per quanto riguarda il tasso di rilascio del nichel. L'azienda impiega materiali adatti e ha anche rivisto il suo processo di produzione.



Il Responsible Jewelry Council

RJC – COP – COC

Permette di certificare le buone pratiche in materia di approvvigionamento di oro o diamanti, dalla miniera alla distribuzione, consentendo la tracciabilità lungo tutto il flusso.



Il Gallo Verde

La Communauté du Coq Vert, lanciata da Bpifrance in collaborazione con ADEME e il Ministero della Transizione Ecologica, riunisce le Società convinte dell'importanza di agire per la transizione ecologica ed energetica. Beauregard SAS è parte di questa comunità, rafforzando il suo impegno per uno sviluppo sostenibile e responsabile.

Contributi Benefici e Impegno Sociale di Promotion Group.

Promotion Group ha da sempre riconosciuto l'importanza del suo ruolo nella società, impegnandosi a sostenere attivamente diverse organizzazioni e iniziative umanitarie. Negli anni, l'azienda ha rafforzato il suo impegno etico, promuovendo azioni concrete e donazioni mirate a supporto di cause di grande rilevanza sociale. Siamo profondamente orgogliosi di aver contribuito a migliorare la qualità della vita di molte persone e di aver sostenuto progetti che hanno generato un impatto tangibile sulla collettività.

Nel corso del 2023, abbiamo continuato a sostenere cause rilevanti sia a livello nazionale che internazionale. Tra le iniziative di cui siamo particolarmente fieri, spicca il supporto offerto a progetti come EMO-CASA ETS, un'associazione impegnata nella lotta contro la leucemia e altre emopatie maligne, attraverso la ricerca clinica e la terapia domiciliare. Abbiamo inoltre rinnovato il nostro impegno nella lotta contro i tumori, con una donazione a ANVOLT, l'Associazione Nazionale Volontari per la lotta contro il cancro.

Un altro momento significativo è stato il sostegno alla Croce Rossa Italiana per gli interventi di soccorso dopo il terremoto in Emilia Romagna, un'emergenza che ci ha toccato profondamente. Abbiamo sostenuto la città svizzera di La Chaux-de-Fonds, colpita da un devastante tornado, sottolineando il nostro impegno a rispondere prontamente alle emergenze.

Oltre a questi interventi di emergenza, Promotion Group ha sostenuto varie iniziative di solidarietà e sviluppo locale. Tra queste, si annovera l'acquisto di biglietti natalizi dell'UNICEF per supportare i bambini in difficoltà. Abbiamo inoltre patrocinato diverse associazioni sportive, come il Football Club Sagne e PLUSPORT Sport Handicap, dimostrando un impegno costante nell'inclusione sociale attraverso lo sport. A livello culturale, il nostro contributo ha favorito eventi come il Festival Le Chant du Gros e iniziative di solidarietà a favore dell'Associazione Des Soleils pour Princesse Mimi.

Il nostro sostegno si estende anche alla Francia, con donazioni a favore della Harmonie de Paulhaguet e dei pompieri locali, confermando il nostro interesse nel supportare non solo le emergenze, ma anche le comunità attraverso piccole azioni che migliorano la vita quotidiana. L'obiettivo di Promotion Group non è solo quello di essere un'impresa di successo, ma anche

di essere un'azienda che porta benefici concreti alla società, in linea con i valori di solidarietà, sostenibilità e responsabilità sociale. Continuiamo a credere che ogni gesto di solidarietà, grande o piccolo che sia, possa contribuire a costruire un mondo migliore. Il nostro augurio è che questo impegno sia fonte di ispirazione per altre realtà, nella speranza che, insieme, possiamo dare vita a un futuro più giusto e solidale per tutti.

Comune la Chaux-de-Fonds



Croce Rossa Italiana



Partnership strategica per la sostenibilità: Promotion Group e Treesition

Nel quadro del nostro impegno continuo per la sostenibilità ambientale e la responsabilità sociale d'impresa, Promotion Group ha intrapreso un'entusiasmante collaborazione con Treesition, un'innovativa startup specializzata nella coltivazione sostenibile del Paulownia. Questa partnership strategica si propone di ridurre significativamente la nostra impronta di carbonio, supportare l'agricoltura sostenibile, generare un impatto ambientale positivo e misurabile, e coinvolgere attivamente i nostri dipendenti e stakeholder in iniziative ambientali concrete.

Il cuore di questa collaborazione è il progetto Treesition, basato su un modello di agroforesteria innovativo che utilizza il Paulownia, un albero dalle caratteristiche straordinarie. Questo "super albero" cresce rapidamente, raggiungendo i 20 metri in soli 7 anni, e ha una capacità eccezionale di assorbire CO₂, fino a 55 kg all'anno per albero. Inoltre, produce legno pregiato utilizzabile in vari settori industriali, offrendo così una soluzione sostenibile alla domanda di legname.

Come primo passo concreto, Promotion Group ha sponsorizzato 10.000 alberi di Paulownia. L'impatto di questa azione è notevole: prevediamo un assorbimento di 550 tonnellate di CO₂ all'anno, equivalente alla rimozione delle emissioni annuali di circa 120 automobili. Questo intervento non solo contribuisce direttamente alla riduzione della CO₂ nell'atmosfera, ma supporta anche la rigenerazione dei suoli agricoli e promuove una produzione sostenibile di legname, riducendo la pressione sulle foreste naturali.

L'impatto di questa partnership va oltre l'aspetto ambientale. Stiamo attivamente supportando l'economia rurale e gli agricoltori locali, creando nuove opportunità economiche nelle aree di piantagione. Allo stesso tempo, stiamo diversificando il nostro portafoglio aziendale con asset ecologici, dimostrando che sostenibilità e successo economico possono andare di pari passo.

Questa partnership con Treesition rappresenta un passo significativo nella nostra strategia di sostenibilità, dimostrando l'impegno concreto di Promotion Group verso pratiche aziendali responsabili e innovative. Siamo entusiasti di questo viaggio verde e continueremo a cercare e implementare soluzioni che bilancino il successo economico con la responsabilità ambientale e sociale. Con ogni albero piantato, stiamo letteralmente coltivando un futuro più sostenibile per la nostra azienda, i nostri stakeholder e il nostro pianeta.



A close-up photograph of green leaves, showing detailed vein patterns, occupies the left half of the page.

Impatto ambientale

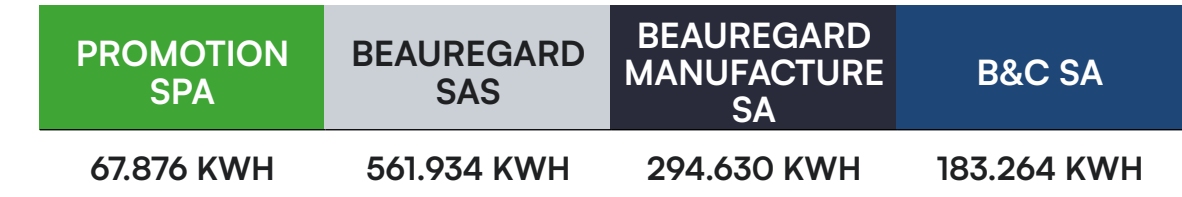
Consumo energetico
Consumo idrico
Consumo combustibile
Gestione rifiuti

Consumo energetico

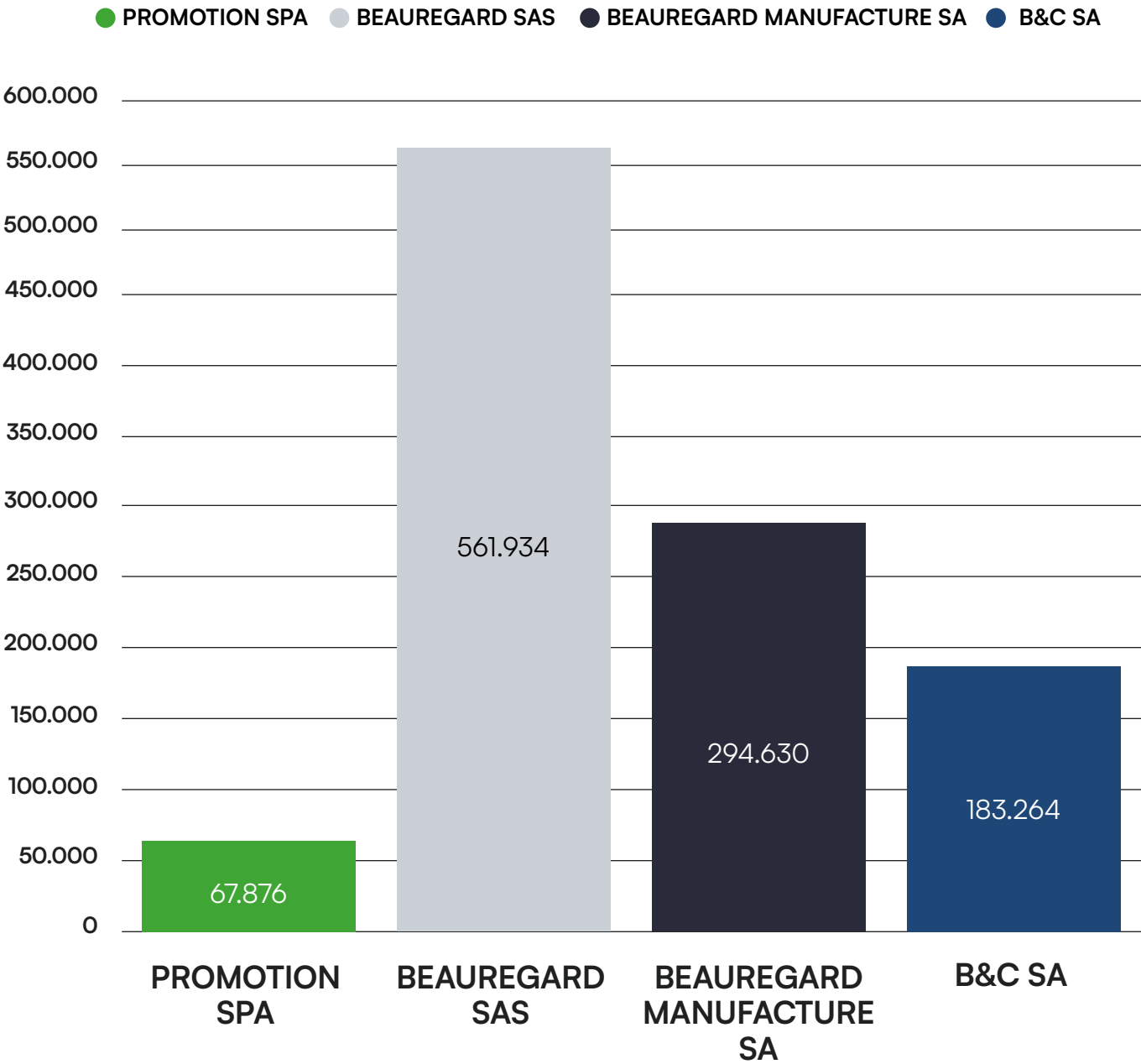
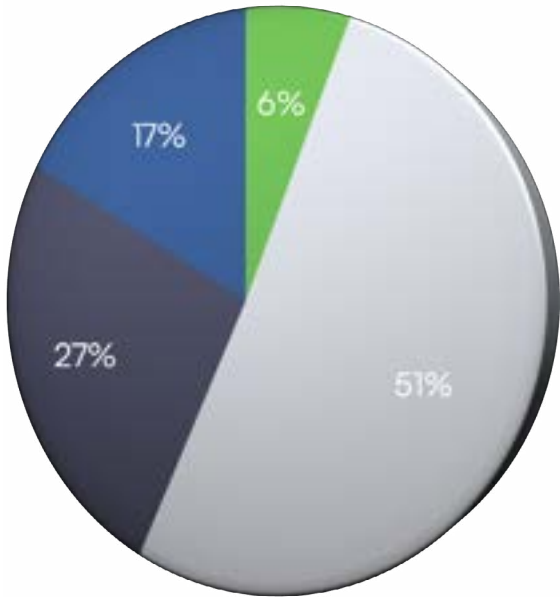
Il consumo energetico, Scope 2 del 2023 nelle diverse sedi è espresso in (kWh):

- Promotion Spa: 67.876 kWh
- Beauregard SAS: 561.934 kWh
- Beauregard Manufacture SA: 294.630 kWh
- B&C SA: 183.264 kWh

Questi dati evidenziano la possibilità di continuare a lavorare sull'efficiamento energetico in tutte le sedi di Promotion Group che ha già dimostrato un forte impegno in questo ambito, considerando la riduzione dei consumi non solo una responsabilità ambientale, ma anche un pilastro strategico della sostenibilità aziendale.



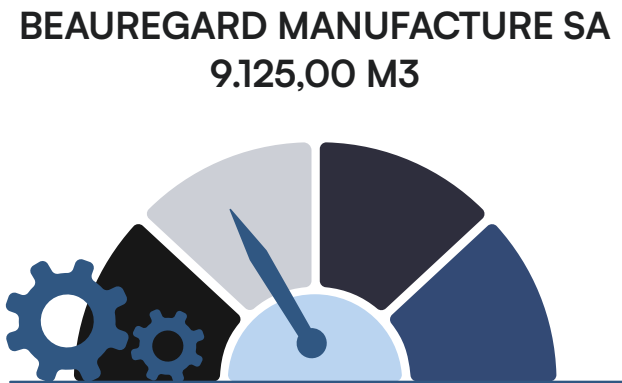
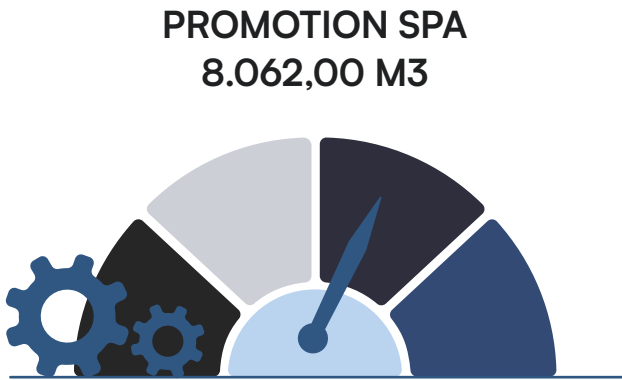
PROMOTION SPA BEAUREGARD SAS BEAUREGARD MANUFACTURE SA B&C SA



Consumo gas

I consumo di gas naturale viene attualmente misurato in metri cubi (m³). Al momento, registriamo un utilizzo di 8.062,00 m³ presso due delle nostre sedi, una in Italia e l'altra in Svizzera, con quest'ultima che ha un consumo di 9.125 m³.

Questi valori, seppur monitorati costantemente, necessitano di un miglioramento progressivo nei prossimi anni. L'obiettivo è ridurre gradualmente il consumo di gas fino alla sua completa eliminazione, come già avvenuto in altre sedi del gruppo, in particolare quelle situate in Francia e Portogallo. Stiamo lavorando per implementare soluzioni più ecologiche e a basse emissioni in tutte le nostre strutture. Questo processo di transizione energetica rappresenta un impegno chiave per ridurre il nostro impatto ambientale e favorire l'adozione di fonti di energia rinnovabile.



Consumo idrico

Il consumo di acqua nel 2023 per le sedi del gruppo Promotion è stato misurato in metri cubi (m³):

- Promotion Spa: 360,00 m³
- Beauregard SAS: 1.153,00 m³
- Beauregard Manufacture SA: 803,00 m³
- B&C SA: 986,00 m³

Questi numeri richiamano l’attenzione su una questione cruciale per il nostro tempo: l’uso responsabile delle risorse idriche. Secondo le Nazioni Unite, entro il 2050 circa 5 miliardi di persone potrebbero affrontare una carenza d’acqua, rendendo ancora più urgente l’impegno delle aziende a favore della sostenibilità. L’azienda non si limita al monitoraggio dei consumi, ma si impegna a ridurli progressivamente, adottando soluzioni innovative e processi efficienti. La riduzione dell’uso di acqua non è solo un obiettivo ambientale, ma anche una componente strategica della sua politica aziendale. Ogni anno, si lavorerà per sensibilizzare sempre più i propri dipendenti, rendendoli parte attiva del cambiamento. Attraverso iniziative interne, l’azienda promuoverà una cultura della sostenibilità, incentivando comportamenti virtuosi e una maggiore consapevolezza sull’importanza della conservazione dell’acqua.

CONSUMO IDRICO M3

M3	PROMOTION SPA	BEAUREGARD SAS	BEAUREGARD MANUFACTURE SA	B&C SA
Consumo M3	360 M3	1.153 M3	803 M3	986 M3

PROMOTION SPA

360

BEAUREGARD SAS

1.153

BEAUREGARD
MANUFACTURE SA

803

B&C SA

986



Consumo combustibile

A livello globale, secondo l’Agenzia Internazionale dell’Energia, i trasporti sono responsabili di circa il 24% delle emissioni totali di CO2, sottolineando l’urgenza di interventi concreti. In questo contesto, Promotion Group ha intrapreso un percorso verso l’efficientamento del consumo di gasolio, partendo da un’analisi dettagliata delle proprie operazioni logistiche. Grazie a un approccio strutturato, l’azienda è in grado di monitorare i progressi per ottimizzare i risultati. Questi dati non solo orientano le decisioni interne, ma rappresentano anche uno strumento di trasparenza per comunicare in modo chiaro e credibile con gli stakeholder.

Scope 1: Emissioni Dirette da Carburante

Nel 2023, le emissioni di CO2 derivanti dal consumo di carburante diesel e benzina sono state rilevanti, specialmente per le sedi in Italia e Svizzera.

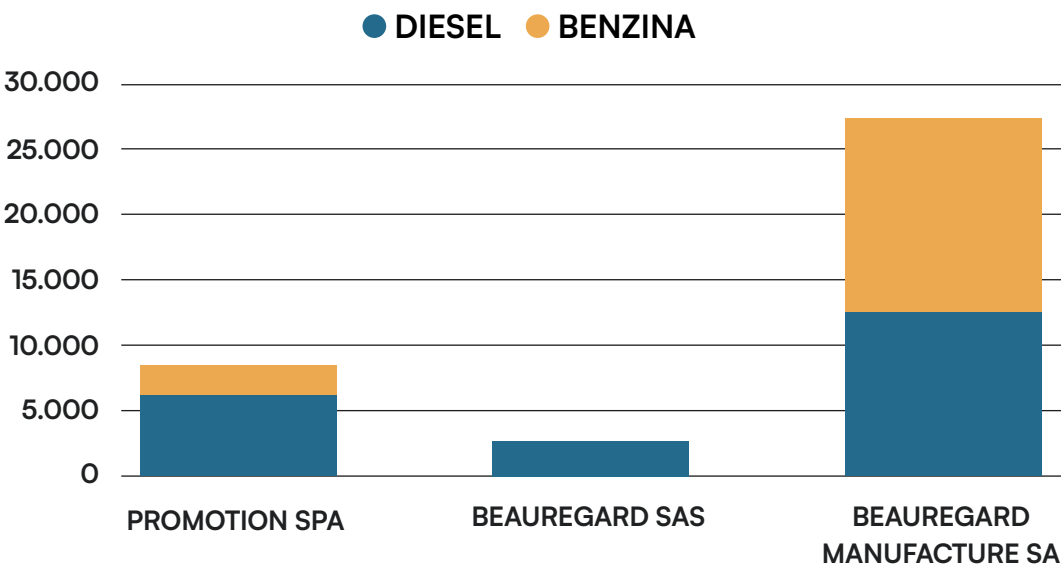
- Italia: 16.800 kg di CO2
- Francia: 5.038 kg di CO2
- Svizzera: 67.088 kg di CO2

Scope 3: Trasporti e Emissioni Indirette Lungo la Catena del Valore

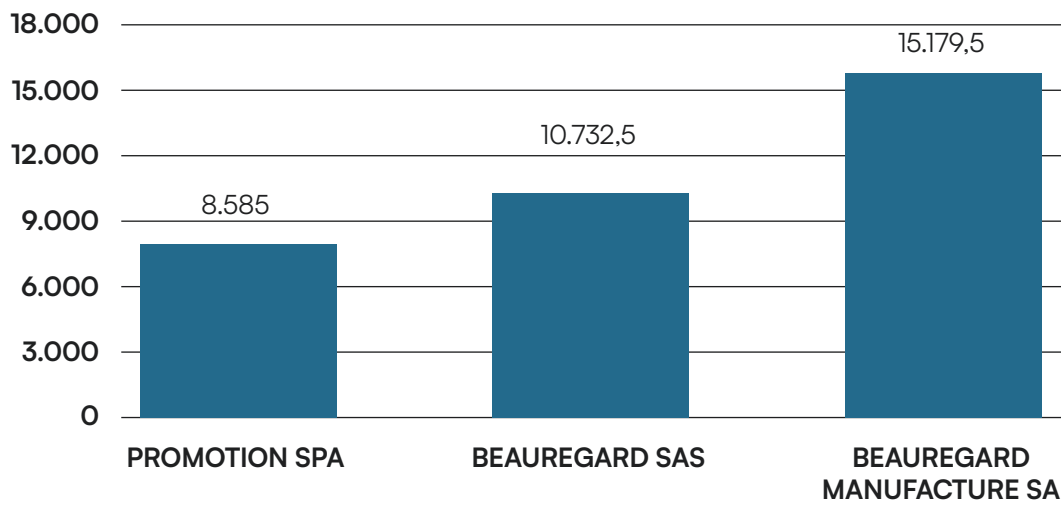
Le emissioni Scope 3, che comprendono il trasporto merci, sono altrettanto rilevanti. Con quasi 276.000 km percorsi dai veicoli non aziendali, le emissioni associate al trasporto su gomma sono state in particolare:

- Italia: 17.093 kg di CO2
- Svizzera: 30.229 kg di CO2
- Francia: 21.375 kg di CO2

CONSUMI DIRETTI - LITRI	PROMOTION SPA	BEAUREGARD SAS	BEAUREGARD MANUFACTURE SA
Diesel	5.544	1.880	13.411
Benzina	836	0	13.821
Totale	6.380	1.880	27.232



CONSUMI INDIRETTI - LITRI	TIPOLOGIA DI TRASPORTO	KM	KM/L
Promotion Spa	Automezzi	68.664	8.585
Beauregard SAS	Automezzi	85.860	100.732,5
Beauregard Manufacture SA	Automezzi	121.436	15.179,5
TOTALE	Automezzi	275.960	34.495



Gestione rifiuti

Per il Gruppo Promotion, la gestione dei rifiuti non è solo un obbligo, ma una reale opportunità per migliorare continuamente. Tra il 2021 e il 2023, il Gruppo ha ottenuto risultati significativi nella riduzione dell’uso di carta in tutte le sedi. In Italia, ad esempio, il consumo di risme di carta è calato da 200 nel 2021 a 100 nel 2023, segnando una riduzione del 50% in soli tre anni. Anche in Svizzera, il consumo è sceso drasticamente da 303 risme nel 2022 a 100 nel 2023. Nel complesso, il consumo totale di risme tra il 2021 e il 2023 ammonta a 1.768 unità, mentre per i pacchi da 500 fogli sono state utilizzate 884.000 unità. Sebbene questi numeri possano sembrare consistenti, rappresentano una riduzione progressiva e costante, ottenuta grazie a una strategia mirata e a un monitoraggio continuo. L’impegno verso la riduzione dei rifiuti e l’efficienza nei consumi rafforza la nostra posizione come azienda responsabile e innovativa, pronta a costruire un futuro sempre più sostenibile.

SEDE	CONSUMO CARTA	2021	2022	2023	TOT
Promotion Spa	Risme	200	170	100	470
	Pacchi da 500 fogli	100.000	85.000	50.000	235.000
Beauregard SAS	Risme	240	240	240	720
	Pacchi da 500 fogli	120.000	120.000	120.000	360.000
Beauregard Manufacture SA	Risme	75	303	100	478
	Pacchi da 500 fogli	37.500	151.500	50.000	239.000
B&C SA	Risme	34	33	33	100
	Pacchi da 500 fogli	17.000	16.500	16.500	50.000
TOTALE	Risme	549	746	473	1.768
	Pacchi da 500 fogli	274.500	373.000	236.500	884.000

Indice GRI

GRI 1: PRINCIPI FONDAMENTALI 2021	12
--------------------------------------	----

GRI 2: INFORMATIVE GENERALI 2021	12
-------------------------------------	----

L'ORGANIZZAZIONE
E LE SUE PRASSI DI RENDICONTAZIONE

12-14	2-1 Dettagli organizzativi
12-17	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione
12	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto
-	2-4 Revisione delle informazioni
22-26	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business (attività, prodotti, servizi e mercati serviti, catena di fornitura, ecc.)
70-74	2-7 Dipendenti (n. dei dipendenti per contratto di lavoro — a tempo indeterminato, temporaneo, full-time, part-time — ripartiti per genere ed area geografica)
70-74	2-8 Lavoratori non dipendenti (n dei lavoratori non dipendenti il cui lavoro è controllato dall'organizzazione, specificando le tipologie di rapporti contrattuali più comuni e di lavoro svolto)
55-58	2-9 Struttura e composizione della governance (inclusi i comitati del massimo organo di governo, i membri esecutivi o non esecutivi, ecc.)
58	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo (descrivendo i criteri utilizzati, l'indipendenza, la competenza, ecc.)

58	2-11 Presidente del massimo organo di governo (indicare se il Presidente ricopre anche un ruolo esecutivo, le sue funzioni nel management, le ragioni di questo assetto e come vengono prevenuti e mitigati i conflitti di interesse)
58	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti (tra cui il ruolo del massimo organo di governo e dei senior manager nello sviluppo, nell'approvazione e nell'aggiornamento di strategie, politiche e obiettivi sullo sviluppo sostenibile, ecc.)
58	2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti (come il massimo organo di governo delega la responsabilità della gestione di impatti dell'organizzazione sull'economica, sull'ambiente e sulle persone, ecc.)
58	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità
58	2-15 Conflitti d'interesse (descrivere i processi del massimo organo di governo intesi a garantire che i conflitti d'interesse siano prevenuti e mitigati, ecc.)
-	2-16 Comunicazione delle criticità (se e come le criticità vengono comunicate al massimo organo di governo, ecc.)
-	2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo (misure intraprese per accrescere conoscenze ed esperienze sul tema dello sviluppo sostenibile)
-	2-18 Valutazione delle performance del massimo organo di governo (nel controllo della gestione degli impatti dell'organizzazione sull'economia, sull'ambiente e sulle persone)
-	2-19 Norme riguardanti le remunerazioni (dei membri del massimo organo di governo e degli alti dirigenti)
-	2-20 Procedura di determinazione della retribuzione
-	2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale (rapporto tra la retribuzione totale annua della persona che riceve la massima retribuzione e la retribuzione totale annuale media di tutti i dipendenti — ad esclusione della

suddetta persona; rapporto fra l’aumento percentuale della retribuzione totale annuale della persona che riceve la massima retribuzione e l’aumento percentuale medio della retribuzione totale annuale di tutti i dipendenti — ad esclusione della suddetta persona)

STRATEGIA, POLITICHE E PRASSI

12	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile (dichiarazione del massimo organo di governo o del dirigente di più alto livello sull’importanza dello sviluppo sostenibile e sulla strategia per contribuire a questo)
65	2-23 Impegno in termini di policy
62-65	2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy
76-79	2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi
76-79	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni (descrizione delle procedure per richiedere chiarimenti sull’attuazione di politiche e prassi per una condotta aziendale responsabile; sollevare preoccupazioni relative alla condotta aziendale)
-	2-27 Conformità a leggi e regolamenti (tra cui il n. totale di casi significativi di non conformità a leggi e regolamenti; n. totale e il valore monetario delle multe pagate per i casi di non conformità)
-	2-28 Appartenenza ad associazioni (di settore, di categoria o altre associazioni in cui l’organizzazione partecipa con un ruolo significativo)

COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

30	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder (inclusa la descrizione delle categorie di soggetti coinvolti e in che modo sono identificati; la finalità del coinvolgimento e come l’organizzazione garantisce il loro ingaggio)
-	2-30 Contratti collettivi (indicare la percentuale di dipendenti inquadrati in contratti collettivi; indicare come vengono determinate le condizioni di lavoro per i lavoratori non coperti da contratti collettivi)

GRI 3: TEMI MATERIALI 2021

22	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali
46-52	3-2 Elenco di temi materiali

STANDARD SPECIFICI E INFORMATIVI MATERIALI

GRI 201: PERFORMANCE ECONOMICA 2016

-	201-1 Valore economico diretto generato e distribuito (inclusi ricavi, costi operativi, salari e benefit dei dipendenti, pagamenti alla Pubblica Amministrazione e investimenti nella comunità)
62	201-2 Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità risultanti dal cambiamento climatico
68-69	201-3 Obblighi riguardanti i piani di benefit e altri piani pensionistici
86	201-4 Assistenza finanziaria ricevuta dal governo

GRI 203: IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI 2016

86-88	203-1 Investimenti infrastrutturali e servizi supportati (indicare la portata degli investimenti infrastrutturali significativi e dei servizi finanziati; gli impatti attuali o previsti sulle economie locali, inclusi impatti positivi e negativi; se questi investimenti e servizi sono impegni commerciali, in natura o pro bono)
86-88	203-2 Impatti economici indiretti significativi (fornire esempi di impatti economici indiretti significativi individuati dall’organizzazione, includendo impatti positivi e negativi, ecc.)

GRI 204:
PRASSI DI APPROVVIGIONAMENTO 2016

- 204-1 Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali (in relazione alle sedi operative più significative)

GRI 205:
ANTICORRUZIONE 2016

- 205-1 Operazioni valutate per determinare i rischi relativi alla corruzione (indicare il numero e la percentuale di operazioni valutate per rischi legati alla corruzione)
- 205-2 Comunicazione e formazione su normative e procedure (indicare il numero e la percentuale di membri dell’organo di governo e dei dipendenti a cui sono state comunicate le politiche e le procedure in materia di anticorruzione)
- 205-3 Incidenti confermati di corruzione e misure adottate (indicare numero totale e natura degli episodi di corruzione accertati, ecc.)

GRI 206:
COMPORTAMENTO ANTICOMPETITIVO 2016

- 206-1 Azioni legali relative a comportamento anticompetitivo, attività di trust e prassi monopolistiche (numero di azioni legali in corso o concluse durante il periodo di rendicontazione in materia di comportamento anticoncorrenziale e violazioni delle normative antitrust e relative alle pratiche monopolistiche)

GRI 301:
MATERIALI 2016

- 301-1 Materiali utilizzati in base al peso o al volume (materiali utilizzati per produrre e confezionare i prodotti e i servizi primari divisi in materiali non rinnovabili e rinnovabili)
- 301-2 Materiali di ingresso riciclati utilizzati

GRI 302:
ENERGIA 201

- 92-93 302-1 Consumo di energia interno all’organizzazione
- 92-93 302-2 Consumo di energia esterno all’organizzazione
- 92-93 302-3 Intensità energetica
- 92-93 302-4 Riduzione del consumo di energia
- 92-93 302-5 Riduzione dei requisiti energetici di prodotti e servizi

GRI 303:
ACQUA ED EFFLUENTI 2018

- 96-97 303-1 Interazione con l’acqua come risorsa condivisa
- 96-97 303-2 Gestione degli impatti legati allo scarico dell’acqua
- 96-97 303-3 Prelievo idrico
- 96-97 303-4 Scarico idrico
- 96-97 303-5 Consumo idrico

GRI 304:
BIODIVERSITÀ 2016

- 304-1 Siti operativi di proprietà, concessi in leasing o gestiti in aree protette e in aree di elevato valore in termini di biodiversità fuori da aree protette oppure vicini a tali aree
- 88-89 304-2 Impatti significativi di attività, prodotti e servizi sulla biodiversità
- 88-89 304-3 Habitat protetti o ripristinati
- 304-4 Specie dell’elenco di preservazione nazionale con habitat in aree interessate da operazioni

GRI 305:
EMISSIONI 2016

94 305-1 Emissioni di gas a effetto serra

GRI 306:
SCARICHI IDRICI E RIFIUTI 2016

96-97 306-2 rifiuti per tipo e metodo di smaltimento

GRI 306:
RIFIUTI 2020

100 306-1 Generazione di rifiuti e impatti significativi correlati ai rifiuti

100 306-2 Gestione di impatti significativi correlati ai rifiuti

100 306-3 Rifiuti generati

100 306-4 Rifiuti non conferiti in discarica

100 306-5 Rifiuti conferiti in discarica

GRI 308:
VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI 2016

- 308-1 Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri ambientali (indicare la percentuale)

- 308-2 Impatti ambientali negativi nella catena di fornitura e misure adottate

GRI 401:
OCCUPAZIONE 2016

70-79 401-1 Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti (indicare il numero totale e tasso di turnover del personale e dei nuovi dipendenti e di avvicendamento di dipendenti, suddiviso per età, genere e area geografica)

70-79 401-2 Benefici per i dipendenti a tempo pieno che non sono disponibili per i dipendenti a tempo determinato o part-time

70-79 401-3 Congedo parentale (incluso il tasso di rientro al lavoro e tasso di retention dei dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale, per genere)

GRI 402:
GESTIONE DEL LAVORO E DELLE RELAZIONI SINDACALI 2016

- 402-1 Periodi minimi di preavviso in merito alle modifiche operative (specificando se tali condizioni siano incluse o meno nella contrattazione collettiva)

GRI 403:
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO 2018

70-79 403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro

70-79 403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione del rischio e indagini sugli incidenti

70-79 403-3 Servizi per la salute professionale

70-79 403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori in merito a programmi di salute e sicurezza sul lavoro e relativa comunicazione

72-74 403-5 Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro

76-79 403-6 Promozione della salute dei lavoratori

- 403-8 Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro

- 403-9 Infortuni sul lavoro

- 403-10 Malattia professionale

GRI 404:
FORMAZIONE E ISTRUZIONE 2016

76-78	404-1 Numero medio di ore di formazione all’anno per dipendente
76-78	404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e di assistenza nella transizione
-	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono periodicamente valutazioni delle loro performance e dello sviluppo professionale

GRI 405:
DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ 2016

56-57	405-1 Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti (riportando la percentuale di componenti degli organi di governo e di dipendenti per genere, fascia di età e per altri indicatori di diversità, se rilevanti)
-	405-2 Rapporto tra salario di base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini (per ciascuna categoria di dipendenti)

GRI 406:
NON DISCRIMINAZIONE 2016

-	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate
---	---

GRI 413:
COMUNITÀ LOCALI 2016

86-89	413-1 Operazioni con il coinvolgimento della comunità locale, valutazioni degli impatti e programmi di sviluppo (indicare la percentuale)
86-89	413-2 Operazioni con rilevanti impatti effettivi e potenziali sulle comunità locali

GRI 414:
VALUTAZIONE SOCIALE DEI FORNITORI 2016

-	414-1 Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri sociali (indicare la percentuale)
-	414-2 Impatti sociali negativi nella catena di fornitura e azioni intraprese

GRI 416:
SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI 2016

76-79	416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e la sicurezza di categorie di prodotto e servizi (indicare la percentuale di categorie di prodotto e servizio significative in relazione alle quali vengono valutati gli impatti)
76-79	416-2 Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi (precisando se hanno generato un’ammenda, una sanzione o un avviso)

GRI 417:
MARKETING ED ETICHETTATURA 2016

84	417-1 Requisiti relativi all’etichettatura e informazioni su prodotti e servizi
-	417-2 Episodi di non conformità concernenti l’etichettatura e informazioni su prodotti e servizi (precisando se hanno generato un’ammenda, una sanzione o un avviso)
-	417-3 Episodi di non conformità concernenti comunicazioni di marketing (precisando se hanno generato un’ammenda, una sanzione o un avviso)

GRI 418:
PRIVACY DEI CLIENTI 2016

65	418-1 Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita di loro dati (ricevute da parti terze e confermate dall’organizzazione o da enti regolatori)
----	---



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.