



Promotion Group



Promotion SpA



BEAUREGARD MANUFACTURE SA



BEAUREGARD SAS



B&C S.A.

BILAN DE DÉVELOPPEMENT DURABLE
2024

TABLE DES MATIÈRES

TABLE DES MATIÈRES	3
LETTRE DE LA DIRECTION	5
LIGNES DIRECTRICES ADOPTÉES	7
ENGAGEMENTS DE PROMOTION GROUP	10
• STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE	12
• NOS CHIFFRES	15
• OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE (ODD)	17
• LE DÉVELOPPEMENT DURABLE POUR PROMOTION S.P.A.	16
• BIEN TRAVAILLER, TRAVAILLER ENSEMBLE : RÈGLES COMMUNES ET RESPECT RÉCIPROQUE	23
• GESTION SÛRE DES DONNÉES ET RESPONSABILITÉ NUMÉRIQUE	27
• GESTION OPÉRATIONNELLE ET DURABILITÉ	35
• PERFORMANCES TERRITORIALES 2024	38
PROFIL DE L'ENTREPRISE	41
• ORGANISATION ET DIRECTION DES SIÈGES	42
• GOUVERNANCE ET ORGANE DE DIRECTION	44
IMPACT SOCIAL	47
• WE ARE PROMOTION GROUP	49
• FORMATION ET DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES	57
• BIEN-ÊTRE DES PERSONNES	65
• LE SYSTÈME QUALITÉ	69
• ENGAGEMENT SOCIAL	73
• LE PARTENARIAT PROMOTION GROUP & TREESITION	77
IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT	79
• CONSOMMATION D'ÉNERGIE	79
• CONSOMMATION D'EAU	82
• CONSOMMATION DE CARBURANT	84
• CONSOMMATION DE GAZ	86
• GESTION DES DÉCHETS	89
INDEX GRI	92

LETTRE DE LA DIRECTION

« Une direction qui ne change pas, dans un monde qui change »

Aujourd'hui, agir de manière responsable signifie savoir allier précision industrielle, qualité des produits et attention aux personnes et à l'environnement. C'est sur ces principes que, jour après jour, nous avons défini notre parcours en matière de développement durable.

Le contexte dans lequel nous opérons a profondément évolué. Les marchés sont devenus plus incertains et la demande de produits de luxe a ralenti dans certains pays et s'est transformée dans d'autres. Dans le même temps, nos clients nous demandent plus de responsabilité, de résilience et de transparence. C'est une demande légitime, que nous partageons et qui guide nos choix stratégiques.

La Direction a décidé d'y répondre par des actions concrètes. Ainsi, nous avons continué à investir dans les technologies et les compétences afin de renforcer la qualité et l'intégration de nos processus, tout en menant des initiatives visant à réduire l'impact environnemental et à améliorer la sécurité au travail. Nous l'avons fait avec la conviction que la durabilité n'est pas une contrainte, mais un facteur essentiel de solidité industrielle et de crédibilité.

Malgré la contraction de la demande, 2024 a été une année de progrès en matière de durabilité : aucun dommage environnemental, un recours accru aux énergies renouvelables, un engagement constant en faveur du recyclage et de la réduction de la consommation. Parallèlement, nous avons renforcé le bien-être interne et investi dans la formation, convaincus que la véritable force du Groupe réside dans ses collaborateurs et dans la valeur de leurs compétences.

Nous opérons dans le respect des normes internationales telles que le Responsible Jewellery Council et la norme ISO 9001, qui ne sont pas pour nous de simples formalités, mais font partie intégrante de notre façon de travailler et d'aborder quotidiennement nos responsabilités en matière de production et d'industrie.

Promotion Group est un ensemble de compétences qui allie passé et avenir, qualité du produit et qualité des relations. Telle est notre identité et c'est à partir de là que nous continuons à construire notre parcours de croissance. Ceux qui travaillent dans le monde de l'horlogerie connaissent la valeur de l'équilibre entre artisanat et innovation : c'est cet équilibre que nous avons cherché à préserver et à renforcer cette année encore.

Ce rapport de développement durable témoigne d'un parcours fait de choix, de responsabilités et d'améliorations continues. La Direction tient à remercier toutes les personnes qui, par leur travail quotidien, font de Promotion Group un partenaire solide, crédible et reconnaissable.

LIGNES DIRECTRICES ADOPTÉES

Le document a été rédigé conformément aux « Lignes directrices pour le reporting de développement durable » de la Global Reporting Initiative (GRI), reconnues au niveau international comme référence pour la communication des performances ESG des organisations. L'utilisation de ce cadre a permis un reporting structuré, comparable et accessible, conforme aux attentes des parties prenantes et aux dernières orientations réglementaires.

Le rapport sera distribué lors d'événements publics consacrés à la durabilité et sera disponible en format numérique, consultable gratuitement sur le site institutionnel du Groupe à l'adresse suivante : <https://promotion-group.ch/>. Pour toute demande d'informations complémentaires, contribution ou signalement, veuillez contacter l'adresse e-mail suivante : promotion@promotion-group.it. Tous les commentaires seront considérés avec intérêt comme partie intégrante du processus d'amélioration continue.

Les objectifs environnementaux et sociaux que Promotion Group s'est fixés pour l'année 2024 ont été définis en intégrant les outils et les politiques déjà utilisés dans les différents sites de l'entreprise. Parmi ceux-ci :

- **Le Code d'éthique**, qui traduit en principes les valeurs fondatrices de l'organisation ;
- **Le Règlement interne**, qui établit les critères et les procédures des relations basées sur la fiabilité, l'intégrité, le respect des normes et la cohérence avec les principes éthiques du Groupe ;
- **Les rapports internes**, qui permettent un suivi continu des performances obtenues.

Grâce à l'adoption de ces outils et lignes directrices, le Groupe entend renforcer la cohérence entre stratégie d'entreprise et responsabilité sociale, en contribuant à la transition vers un modèle de croissance équitable, inclusif et durable.



STRUCTURE DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

La structure du Plan de développement durable de Promotion Group repose sur un modèle à cinq axes, qui reflète la volonté de l'organisation d'intégrer la durabilité de manière transversale et cohérente dans sa stratégie d'entreprise. Cette démarche s'articule autour de domaines prioritaires, identifiés comme des leviers fondamentaux pour garantir la solidité de l'entreprise dans le temps, répondre aux attentes des parties prenantes et contribuer activement à la réalisation des objectifs de développement durable des Nations unies.

1. Responsabilité environnementale

Le Groupe reconnaît son rôle dans la lutte contre le changement climatique et s'engage à réduire progressivement l'impact environnemental de ses activités. L'approche adoptée vise à réduire la consommation, à utiliser efficacement les ressources naturelles, à optimiser les processus et à diffuser des solutions technologiques à faible impact.

2. Responsabilité sociale envers les clients

La relation avec le client est conçue comme une relation basée sur la confiance, l'écoute et la transparence. Le Plan de développement durable comprend des actions visant à garantir des normes élevées en matière de service, de protection des données personnelles, de sécurité des produits et d'accessibilité. Le Groupe promeut une expérience client cohérente avec ses valeurs, capable de générer une valeur partagée tout au long du cycle de vie.

3. Responsabilité sociale dans la gestion de la chaîne

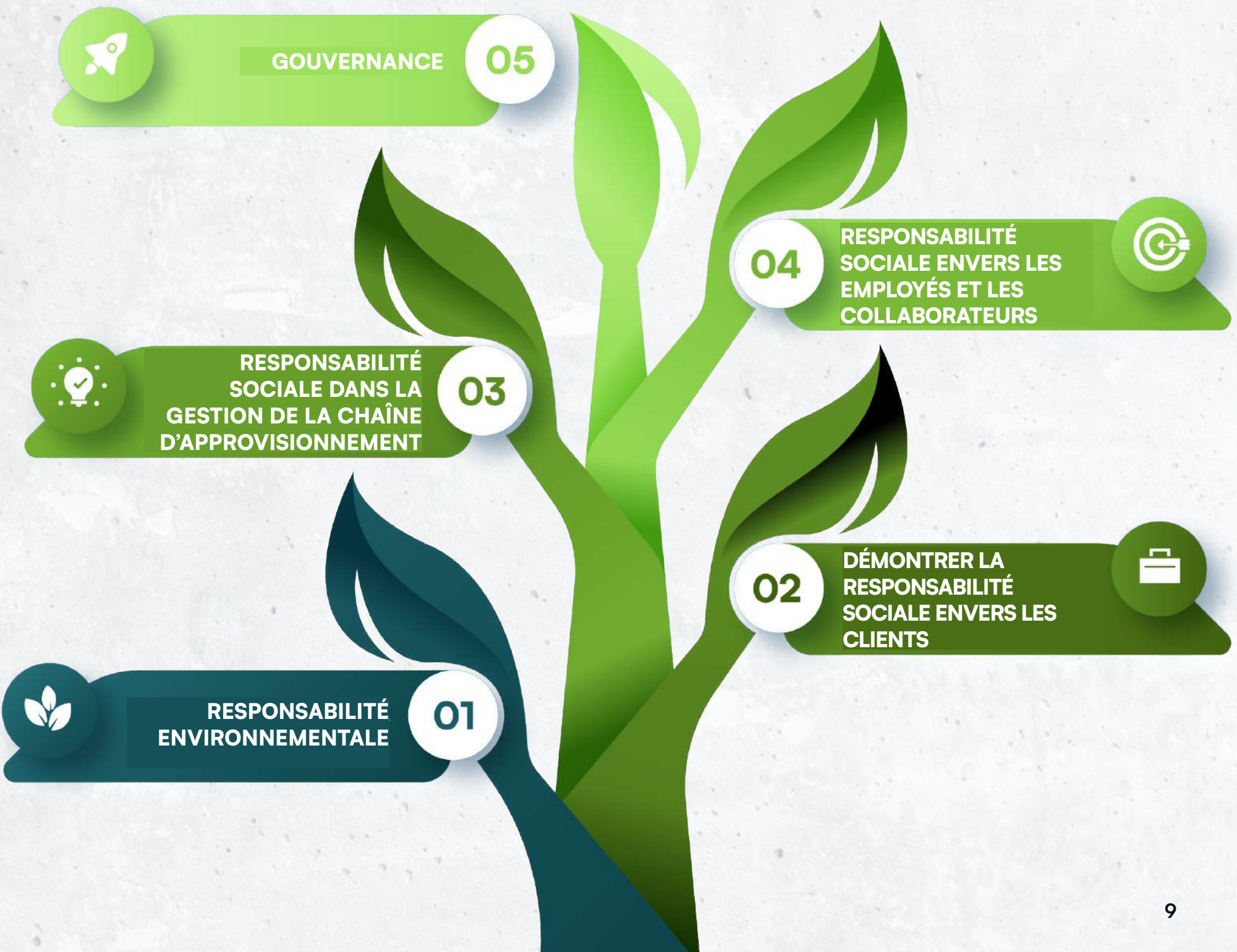
La chaîne d'approvisionnement est le prolongement direct de la responsabilité de l'entreprise. C'est pourquoi le Plan prévoit le renforcement des pratiques de sélection, de suivi et de collaboration avec les fournisseurs, axées sur des critères ESG communs. L'objectif est de construire une chaîne de valeur éthique, traçable, transparente et durable, dans une optique de gestion des risques et de compétitivité internationale.

4. Responsabilité sociale envers les employés et les collaborateurs

La valorisation du capital humain est au cœur de la stratégie de durabilité du Groupe. Le Plan promeut des environnements de travail sûrs, inclusifs et stimulants, où l'égalité des chances, la croissance professionnelle et le bien-être sont garantis. Le dialogue interne, la formation continue et le soin apporté aux espaces sont des éléments fondamentaux pour construire une culture d'entreprise solide et partagée.

5. Gouvernance

La durabilité nécessite une gouvernance responsable, capable d'intégrer les critères ESG dans les processus décisionnels et de contrôle. Le Plan prévoit le renforcement des contrôles éthiques, l'implication des parties prenantes, l'adoption de codes de conduite, de politiques anticorruption et de systèmes de surveillance transparents. L'intégrité, la légalité et la cohérence sont considérées comme des piliers indispensables pour instaurer la confiance et la réputation à long terme.



ENGAGEMENTS DE PROMOTION GROUP

La vision durable du Groupe se traduit par des engagements qui guident les choix quotidiens de l'entreprise et renforcent la cohérence entre valeurs, comportements et résultats.

- **Reconnaître et respecter les principes des Nations Unies** : Promotion Group adhère aux Principes directeurs de l'ONU sur les entreprises et les droits humains, s'engageant à promouvoir la protection des droits fondamentaux et de l'environnement dans ses activités.
- **Garantir des comportements éthiques et responsables dans chaque site** : Le Groupe adopte des pratiques inspirées par la transparence, la légalité et la responsabilité, appliquées de manière uniforme dans tous les contextes où il opère.
- **Évaluer et gérer de manière proactive les risques environnementaux et sociaux** : Chaque projet fait l'objet d'une évaluation préalable des impacts environnementaux et sociaux, avec une approche axée sur la prévention et l'atténuation.
- **Collaborer avec la filière pour le respect des normes éthiques** : Le Groupe promeut une conduite durable tout au long de la chaîne de valeur, et partage avec ses fournisseurs et partenaires les mêmes principes d'intégrité et de responsabilité.
- **Garantir une formation continue sur l'éthique et la durabilité** : La culture de la durabilité est diffusée à travers des parcours de formation dédiés à l'ensemble du personnel, afin de renforcer la responsabilité, l'implication et l'alignement des valeurs.

Reconnaît l'importance de suivre les principes énoncés par les Nations Unies afin de garantir le respect des droits de l'homme et de l'environnement dans le cadre de ses activités.

Garantir un comportement éthique et responsable dans tous ses sites opérationnels.

Évaluer et gérer de manière responsable les risques environnementaux et sociaux associés aux projets financés.

Collaborer activement avec les partenaires du Groupe afin d'assurer le respect des engagements éthiques et de durabilité, tout en promouvant des pratiques commerciales durables tout au long de la chaîne de valeur.

Assurer la formation continue de ses collaborateurs afin de leur permettre de comprendre pleinement les engagements éthiques et de durabilité, en favorisant une culture de l'éthique et de la responsabilité.

STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

La stratégie de développement durable du Groupe repose sur l'intégration systématique des principes ESG dans les processus décisionnels et opérationnels, transformant les valeurs et les engagements en actions concrètes et vérifiables. Chaque domaine d'intervention est guidé par des objectifs clairs et suivi à l'aide de résultats mesurables, afin de générer une valeur partagée et durable pour les parties prenantes, les communautés et l'environnement.

Cette vision se traduit par une Politique de durabilité visant à réduire l'impact environnemental, à promouvoir le bien-être des personnes et à renforcer le lien avec les territoires dans lesquels le Groupe opère, tout en consolidant sa compétitivité et sa réputation. Ainsi, la durabilité pour le Groupe se présente comme un moteur de transformation, capable d'intégrer le rôle central des personnes, la responsabilité environnementale et la valeur pour le territoire, et se concrétise pleinement dans les piliers opérationnels qui guident le développement futur avec cohérence, responsabilité et innovation.



PILIER	DESCRIPTION	ACTIONS 2024
Filière transparente et responsable	Modèle d'approvisionnement fondé sur la traçabilité, les critères ESG et partenariats éthiques. Prévoit une sélection transparente, un suivi constant des fournisseurs, des évaluations périodiques et la promotion de la conformité aux normes éthiques internationales.	• Cartographie des fournisseurs • Questionnaires fournisseurs RJC en plus du suivi et des audits périodiques avec les fournisseurs certifiés
Efficacité environnementale et innovation écologique	Gestion environnementale intégrée qui comprend la réduction des émissions, l'utilisation d'énergies renouvelables, la réduction des déchets industriels, la promotion de l'économie circulaire et l'adoption de technologies à faible impact dans tous les sites.	• Installation photovoltaïque • Certification ISO 14001 • Suivi de la consommation (papier, combustibles, énergie, eau)
Valorisation du capital humain	La Direction privilégie le développement du potentiel, l'inclusion, la sécurité et la participation active. Cela comprend des programmes de formation, le bien-être en entreprise, la cartographie des compétences et la valorisation des talents.	• Formation continue • Promotion du bien-être • Enquête interne sur le climat social pour 2025
L'expérience client comme levier de durabilité	La qualité de la relation avec le client fait partie intégrante de l'identité durable du Groupe. Les principes de transparence, de mesure de la satisfaction, de protection des données et d'amélioration continue de l'expérience client sont appliqués.	• Plan de numérisation industrielle (ERP) • Formation à la communication durable • Introduction du questionnaire ESG en 2025
Implication active du territoire	Une présence territoriale solide qui se traduit par un dialogue avec les communautés locales, des parrainages culturels et sportifs, des partenariats éducatifs, l'écoute des besoins sociaux et la valorisation du capital social local.	• Soutien aux initiatives sociales locales, parrainages culturels, sportifs et projets éducatifs • Partenariats

NOS CHIFFRES PROMOTION GROUP



Consommation énergétique
totale

1,19 million de kWh



Production photovoltaïque

22,85 MWh, dont 83 %
d'autoconsommation



Consommation totale d'eau

2 553 m³



Nombre total d'employés

185



Heures de formation

802



Initiatives socioculturelles

plus de 20



Arbres plantés

10 000 avec une absorption
estimée de 550 tonnes de
CO₂/an



Consommation papier

380 rames

OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE (ODD)



Contribution aux objectifs de développement durable (ODD)

Dans la rédaction du Rapport de développement durable, l'entreprise s'appuie sur les objectifs de développement durable (ODD) des Nations Unies, qu'elle considère comme un cadre de référence indispensable pour orienter ses stratégies et mesurer l'impact de ses actions.

L'analyse a permis d'identifier les thèmes pertinents pour le Groupe et ses parties prenantes, en déterminant les domaines ayant le plus grand impact positif et les leviers permettant de réduire les risques environnementaux, sociaux et économiques.

L'engagement de l'entreprise se traduit par une contribution concrète à plusieurs ODD, avec une attention particulière aux domaines suivants :

Satisfaction des clients

L'amélioration constante des services et des produits proposés vise à accroître la satisfaction des clients et à dépasser leurs attentes. L'investissement dans la formation du personnel et le développement de nouvelles solutions renforcent la relation avec les clients et génèrent de la valeur à long terme.



Protection de la vie privée et sécurité des données

L'entreprise adopte des procédures rigoureuses pour la protection des données et promeut des formations périodiques pour ses employés et collaborateurs. La protection de la vie privée est un engagement éthique et stratégique envers les clients, les collaborateurs et la communauté, en ligne avec l'importance croissante de ce thème au niveau mondial.



Gestion des ressources naturelles et transition écologique

Une attention particulière est accordée à la consommation responsable des ressources. Des pratiques d'efficacité hydrique sont mises en œuvre pour limiter le prélèvement d'eau potable, le tri sélectif est renforcé et les collaborateurs sont sensibilisés aux principes de l'économie circulaire. Aussi, des investissements sont réalisés dans des solutions technologiques innovantes pour réduire les émissions et limiter les impacts du changement climatique.



Santé et sécurité des travailleurs

La protection de la santé et de la sécurité est une valeur clé. Grâce à des systèmes de prévention, des formations ciblées et des collaborations avec des professionnels spécialisés, l'entreprise favorise des lieux de travail sûrs et garantit à ses employés des conditions de bien-être durables.



Éthique, transparence et respect des droits

La diffusion du Code d'éthique, la communication transparente et l'adoption de pratiques de sélection et de contrôle des fournisseurs inspirées du respect des droits humains témoignent de l'engagement à mener les activités de manière responsable. L'entreprise considère la diversité, l'équité et l'inclusion comme des facteurs indispensables à la création d'un environnement de travail équitable et innovant.



Valorisation des personnes et des compétences

La croissance professionnelle des collaborateurs est encouragée par des formations, des systèmes de récompense et des parcours de développement qui reconnaissent le mérite et alimentent la motivation. L'investissement dans le capital humain est perçu comme un levier stratégique pour l'innovation et la compétitivité future.



Relations avec les communautés locales

Le lien avec le territoire se traduit par la promotion d'événements, d'initiatives sociales et culturelles, et par la collaboration avec des institutions et des associations locales. Cet engagement renforce la confiance et le sentiment d'appartenance, générant une valeur partagée et contribuant à la croissance durable des sites où l'entreprise opère.



THÈME	GESTION	PARTIES PRENANTES	ODD
SATISFACTION DES CLIENTS	- Recherche continue de nouveaux services et produits pour accroître la satisfaction des clients et dépasser leurs attentes - Formation du personnel	- DIRECTION - CLIENTS - COLLABORATEURS	
RESPECT DE LA VIE PRIVÉE	- Adoption de procédures de confidentialité - Mise en place de formations périodiques	- DIRECTION - COLLABORATEURS - CLIENTS - MÉDIAS	 
PRÉLÈVEMENT HYDRIQUE	Gestion efficace des ressources en eau et adoption de pratiques permettant de réduire le prélèvement d'eau potable à des fins d'irrigation et d'en limiter la consommation	- COMMUNAUTÉ LOCALE - COLLABORATEURS - CLIENTS	
GESTION DES DÉCHETS ET ÉCONOMIE CIRCULAIRE	- Gestion attentive et ponctuelle du tri sélectif - Sensibilisation des collaborateurs aux concepts de réutilisation et de recyclage, en partant de la pratique la plus vertueuse de réduction des déchets	- DIRECTION - COMMUNAUTÉ LOCALE - AFFILIATIONS ET PARTENAIRES	
EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE ET ÉMISSIONS ATMOSPHÉRIQUES	- Recherche continue de solutions pour l'amélioration des performances énergétiques - Investissement dans des solutions technologiques d'amélioration	DIRECTION	
CHANGEMENT CLIMATIQUE	Développement de stratégies visant à lutter contre les effets du changement climatique	- DIRECTION - CLIENTS - COLLABORATEURS	
SANTÉ ET SÉCURITÉ DES TRAVAILLEURS	- Adoption de procédures spécifiques liées à la SST - Collaboration avec des cabinets de conseil externes spécialisés dans le domaine de la SSL - Formation et information des collaborateurs	- COMMUNAUTÉ LOCALE - CLIENTS - COLLABORATEURS	 

THÈME	GESTION	PARTIES PRENANTES	ODD
CONDUITE ÉTHIQUE ET RESPONSABLE DES ACTIVITÉS	Diffusion du Code d'éthique et programmes de communication transparente par le biais d'une publication annuelle	- CLIENTS - DIRECTION - COLLABORATEURS	
CADRE RÉGLEMENTAIRE	Suivi de l'évolution réglementaire grâce à une collaboration continue avec des consultants spécialisés dans les différents domaines de l'entreprise	- DIRECTION - COLLABORATEURS - MÉDIAS	
VALORISATION DES RESSOURCES HUMAINES	- Mise en place de formations internes et externes - Mise en place de systèmes de récompense	COLLABORATEURS	 
DIVERSITÉ, ÉQUITÉ ET INCLUSION	- Code d'éthique - Activités de formation, communication et implication externe	- COLLABORATEURS - CLIENTS - MÉDIAS	
COMMUNICATION ET MARKETING RESPONSABLE	Révision de tout le matériel marketing par la direction générale	- DIRECTION - COLLABORATEURS - CLIENTS - MÉDIAS	
CHAÎNE DE APPROVISIONNEMENT DURABLE	- Processus de sélection et de qualification des fournisseurs qui s'engagent au respect de l'environnement et des droits humains - Gestion responsable de l'approvisionnement en biens, services et travaux	- DIRECTION - CLIENTS - FOURNISSEURS	  
VALORISATION ET IMPLICATION DES COMMUNAUTÉS LOCALES	Promotion des événements, initiatives et services du territoire auprès des médias à travers des actions de communication	- COMMUNAUTÉ LOCALE - CLIENTS - COLLABORATEURS	 
DROITS HUMAINS	Mise en place d'un système de sélection et de qualification des fournisseurs	- COLLABORATEURS - CLIENTS	

BIEN TRAVAILLER, TRAVAILLER ENSEMBLE : RÈGLES PARTAGÉES ET RESPECT MUTUEL

Promotion Group renforce son engagement pour une organisation fondée sur des règles claires, des environnements respectueux et des relations professionnelles de confiance. Dans cette optique, la Direction a mis à jour et partagé avec tous les collaborateurs le Règlement interne, un outil qui ne se limite pas à réglementer les comportements, mais qui représente une véritable charte de cohabitation organisationnelle.

Organisation du travail et gestion du temps

Le respect de ces horaires est exigé comme base d'efficacité et d'équité, tout en laissant place à la flexibilité et aux heures supplémentaires en cas de besoin, toujours rémunérées conformément à la convention collective. Toute absence doit être signalée sans délai et justifiée par écrit. La communication préalable s'applique aussi aux congés, aux autorisations et aux changements d'horaires, pour garantir la continuité des activités et le respect entre collègues. La responsabilité individuelle fait partie intégrante de la durabilité sociale.

Déplacements et frais : sobriété, confiance et traçabilité

Pour les déplacements professionnels, la société rembourse les frais raisonnablement et effectivement engagés, à condition qu'ils soient documentés de manière transparente. Même dans un contexte international, le principe de sobriété est maintenu, avec exclusion des dépenses non autorisées. Le personnel peut demander des avances sur frais pour les déplacements prolongés, dont les montants sont fixés par l'administration. Les achats de biens d'entreprise (matériaux ou équipements) ne sont pas inclus dans les notes de frais et doivent suivre des procédures formelles, notamment à l'étranger.

**Responsabilité et soin des biens de l'entreprise**

Chaque collaborateur est tenu d'utiliser de manière responsable les biens de l'entreprise, qu'il s'agisse de voitures ou d'outils informatiques. L'utilisation d'une voiture de fonction répond à des règles précises : permis B valide, interdiction de prêt du véhicule, signalement immédiat de tout accident. Les amendes pour infraction au code de la route ne sont pas remboursées. La technologie doit également être gérée avec soin. Les téléphones et ordinateurs fournis par l'entreprise sont destinés exclusivement à un usage professionnel. L'usage personnel n'est autorisé qu'en cas d'urgence et après autorisation explicite. Toute violation potentielle de la sécurité informatique est considérée comme importante et surveillée conformément aux normes en vigueur.

Un environnement ordonné, propre et partagé

Promotion Group estime que le lieu de travail doit avant tout être un endroit décent, confortable et respectueux. Le nettoyage des bureaux est confié à une entreprise externe, mais chaque collaborateur est tenu de contribuer quotidiennement à la propreté. Le tri sélectif est pratiqué dans tous les locaux et fait partie de la culture environnementale du Groupe. Pour le bien-être des personnes, des distributeurs d'eau et de boissons chaudes sont mis à disposition.

Éthique, respect et intégrité

Au sein de Promotion Group, aucune forme de discrimination, de violence physique ou verbale n'est tolérée. Chacun, indépendamment de son sexe, orientation, origine, convictions religieuses ou appartenance syndicale, doit pouvoir travailler dans un lieu sûr, inclusif et respectueux. La liberté d'association est garantie et le personnel a le droit d'organiser des réunions et de nommer des représentants, après en avoir informé la Direction. Il est interdit d'accepter ou d'offrir des cadeaux, des sommes d'argent ou des avantages en tous genres, même indirectement liés à l'activité professionnelle.

Dialogue, écoute et gestion des signalements

En 2024, un canal de communication a été mis en place pour recueillir les signalements, suggestions ou réclamations. Chaque collaborateur peut s'adresser à la personne désignée par e-mail ou utiliser une boîte fermée, garantissant son anonymat. Cette procédure vise à favoriser un climat de confiance, de prévention et d'amélioration continue.

Rôles de coordination et responsabilité partagée

Au sein de l'entreprise, certains collaborateurs occupent des postes à responsabilité tels que chef de bureau ou référent de service. Ces personnes sont chargées non seulement de superviser les opérations, mais aussi de transmettre l'esprit d'entreprise, l'éthique du travail et les objectifs communs. Pour ces rôles, l'horaire n'est pas une contrainte, mais un outil : ce qui compte, c'est le résultat, la qualité de la coordination et l'alignement sur les valeurs de la Direction.

Pacte pour une cohabitation professionnelle durable

Le Règlement interne représente la base sur laquelle repose une idée précise du travail : claire, collaborative et durable. Grâce à des règles simples mais partagées, le Groupe construit chaque jour un contexte dans lequel chacun se sent actif, respecté et impliqué. À une époque où les entreprises sont appelées à être responsables, la manière dont elles travaillent en interne est un levier fondamental.

GESTION SÛRE DES DONNÉES ET RESPONSABILITÉ NUMÉRIQUE

L'usage quotidien d'appareils connectés, l'accès au réseau de l'entreprise et l'échange d'informations par courriel sont des activités essentielles, mais aussi des vecteurs potentiels de risques pour la sécurité des données, la protection de notre savoir-faire et l'intégrité opérationnelle. Pour s'en protéger, l'entreprise a adopté un Règlement interne pour l'utilisation du système informatique, destiné à l'ensemble du personnel et régulièrement mis à jour. Ce document décrit les comportements attendus, les limites d'utilisation des technologies et les responsabilités de chacun en matière de confidentialité, de sécurité informatique et de continuité opérationnelle.

Utilisation des appareils de l'entreprise et des identifiants

Chaque ordinateur confié est considéré comme un outil de travail. Il est interdit de l'utiliser à des fins autres que pour l'activité professionnelle. Les postes de travail sont protégés par des identifiants, constitués de mots de passe complexes et privés, qui doivent être souvent modifiés. Les mots de passe doivent être privés et ne jamais être partagés, conformément à la réglementation en vigueur sur la protection des données personnelles. Il est interdit d'installer des logiciels ou du matériel informatique, ou de modifier les configurations de son appareil, sauf autorisation du responsable informatique. Chaque poste de travail est soumis à des contrôles et peut être temporairement accessible par l'administrateur pour garantir la sécurité et la continuité opérationnelle, après en avoir informé la personne concernée.

Gestion du réseau d'entreprise et des informations

Le réseau est organisé en unités de partage dédiées exclusivement à des fins professionnelles. Les fichiers enregistrés doivent avoir un rapport avec l'activité exercée, sans contenus personnels. Le système prévoit l'attribution de profils d'accès personnalisés, limitant l'accès aux seuls dossiers autorisés en fonction du rôle et des tâches. L'ensemble du réseau est protégé par des pare-feu et antivirus à jour, et la sauvegarde des données de l'entreprise est effectuée quotidiennement via le système Veem. Les employés sont tenus de maintenir l'ordre dans les archives numériques, en supprimant périodiquement les fichiers obsolètes et en veillant à ne pas dupliquer inutilement les informations.

Courriel et navigation sur Internet

La boîte mail est un outil professionnel destiné à la gestion de la correspondance opérationnelle. Il est strictement interdit de l'utiliser pour envoyer des messages personnels, s'inscrire à des newsletters ou participer à des forums et listes de diffusion non autorisés. Si une communication personnelle est nécessaire, il est impératif d'utiliser un compte privé non configuré sur l'appareil de l'entreprise. Tous les messages contenant des informations importantes d'un point de vue contractuel, stratégique ou confidentiel doivent être autorisés par la Direction. Tout document numérique lié au savoir-faire de l'entreprise est soumis à des mesures de protection et ne peut être transmis sans consentement explicite. L'accès à Internet n'est autorisé que pour les activités professionnelles. Il est interdit de télécharger des logiciels de sources non vérifiées, d'effectuer des transactions économiques non autorisées ou de naviguer sur des sites non professionnels, contraires aux bonnes mœurs ou potentiellement dangereux.

Protection des données et respect de la réglementation

Tous les employés sont tenus de respecter les dispositions du règlement UE 679/2019 (RGPD) et du DLgs italien 196/2003 en matière de protection des données personnelles. Les documents papier contenant des données sensibles (ex. : données de santé ou syndicales) sont conservés dans des armoires verrouillées, accessibles uniquement au personnel autorisé. Chaque collaborateur est responsable du traitement correct des informations et de leur conservation dans des conditions de sécurité. Il est obligatoire de signaler immédiatement à l'administrateur système toute anomalie, tout virus ou toute suspicion de violation des données.



ÉCURITÉ INFORMATIQUE À FAIRE / À NE PAS FAIRE



Utiliser l'ordinateur à des fins professionnelles



Protéger l'accès à l'aide de mots de passe et les mettre à jour



Demander avant d'installer des logiciels ou des périphériques



Utiliser uniquement des logiciels officiels



Supprimer les fichiers obsolètes et maintenir l'ordre dans les archives numériques



N'imprimer que si nécessaire et ranger les documents imprimés



Utiliser la boîte mail à des fins professionnelles



Signaler les virus ou les anomalies à l'administrateur



Utiliser l'ordinateur à des fins personnelles ou récréatives



Divulguer les mots de passe ou utiliser des identifiants facilement reconnaissables



Laisser documents ou dispositifs sans surveillance



Utiliser des logiciels piratés ou non autorisés



Télécharger des fichiers sans vérifier leur utilité/ origine



Envoyer des messages personnels ou participer à des forums/listes sans autorisation



Ignorer les alertes de sécurité ou les problèmes signalés



Accéder à des sites non professionnels ou contre la politique interne

CODE D'ÉTHIQUE

Dans le contexte mondial actuel, Promotion Group reconnaît la nécessité d'affirmer clairement ses valeurs, en définissant les limites éthiques dans lesquelles elle exerce son activité économique. Le Code d'éthique est un outil d'orientation, un acte de responsabilité partagée qui incarne la vision de l'entreprise et régit ses comportements, tant au sein de l'organisation que dans ses interactions avec l'extérieur. Le document, approuvé par le Conseil d'administration et partagé avec toutes les filiales, repose sur une conception évoluée de la durabilité, qui allie intégrité, légalité, protection de la dignité humaine, transparence des relations et engagement en faveur de la protection de l'environnement.

Finalité et destinataires

Le Code d'éthique de Promotion Group s'adresse à un large public : membres des organes sociaux, employés, collaborateurs, consultants, fournisseurs, partenaires industriels et commerciaux. Chacun est tenu d'adopter un comportement inspiré par la rigueur morale, la responsabilité, l'impartialité, la diligence et le respect des lois où le Groupe opère. Le Code est un outil de protection de l'identité de l'entreprise, qui accompagne le développement de l'activité en garantissant un cadre commun de règles, attitudes et responsabilités. L'objectif est double : promouvoir un modèle organisationnel fondé sur l'équité et la cohérence, et renforcer la confiance des parties prenantes dans la solidité et la transparence de l'entreprise. En ce sens, le Code fait partie intégrante de l'architecture des valeurs de l'entreprise, contribuant à sa réputation, sa résilience et sa légitimité sociale.

Centralité de la personne et valorisation de la diversité

Dans une optique inclusive et progressiste, l'entreprise promeut des lieux de travail équitables, fondés sur le respect, la collaboration et l'écoute. Les politiques internes, de la sélection du personnel à la gestion des carrières, sont basées sur des critères d'équité, de mérite et d'égalité des chances. Une attention particulière est accordée aux personnes en situation de fragilité ou de difficulté temporaire, grâce à des mesures de soutien actives et personnalisées. La valorisation de la diversité est un principe éthique, mais aussi un levier d'innovation et de compétitivité. La pluralité des compétences, des opinions et des expériences représente une ressource précieuse, capable d'alimenter la pensée critique, d'enrichir la culture d'entreprise et de renforcer la capacité à affronter les difficultés.

Protection du travail et bien-être organisationnel

Promotion Group s’engage à garantir des conditions d’emploi équitables, sûres et respectueuses du droit du travail national et international. L’entreprise rejette toute forme d’exploitation, de travail des enfants ou forcé, et adopte des politiques de protection contre le harcèlement moral, l’intimidation et tout type d’abus. La sécurité sur le lieu de travail n’est pas une simple formalité, mais une valeur fondamentale. Chaque espace de production est conçu et géré selon les normes les plus strictes en matière de santé, de prévention et de protection. La formation continue sur les normes et les comportements sûrs fait partie intégrante de la culture organisationnelle. Le bien-être des personnes est favorisé par un système de relations professionnelles basé sur le dialogue, la confiance et le partage des objectifs. L’entreprise valorise l’initiative, soutient la croissance professionnelle et reconnaît les résultats obtenus comme critère de développement et d’avancement de carrière.

Légalité, intégrité et prévention de la corruption

Chaque organisation de Promotion Group est imprégnée du respect de la légalité, tant au niveau local qu’international. La conformité réglementaire n’est pas considérée comme une limite, mais comme une garantie d’équité, de légitimité et de continuité de l’activité de l’entreprise. La lutte anticorruption est absolue et s’étend à toutes les formes, directes ou indirectes, actives ou passives. Les cadeaux, faveurs ou prestations non dues qui pourraient influencer l’indépendance de jugement ou créer des conditions d’avantage indu sont interdits. Toutes les transactions économiques doivent être traçables, documentées, autorisées et en ligne avec les objectifs de l’entreprise. Conformément aux directives de l’OCDE et aux meilleures pratiques internationales, Promotion Group garantit la traçabilité des métaux précieux utilisés dans ses activités et s’engage à vérifier l’ensemble de la chaîne afin d’exclure tout lien avec des sources illicites, des zones de conflit ou des violations des droits humains.

Application, contrôle et mise à jour

L’application du Code d’éthique est confiée au Conseil d’administration, qui en garantit l’efficacité, la diffusion et l’intégration dans les processus de l’entreprise. Une violation peut être signalée en toute confidentialité, sans crainte de représailles, sur des canaux spéciaux. Les signalements sont examinés avec la plus grande attention et, s’ils sont avérés, donnent lieu à des mesures disciplinaires proportionnées à la gravité de l’infraction. L’entreprise encourage la formation continue sur le contenu et les mises à jour du Code, afin qu’il soit un patrimoine commun et un guide de conduite pour chacun. Le document fait l’objet de révisions périodiques afin de garantir son alignement sur l’évolution réglementaire, sociale et stratégique.



**CODE
D'ÉTHIQUE**



INTÉGRITÉ



**PROTECTION DES
RESSOURCES
HUMAINES**



DURABILITÉ



**PROTECTION DES
ACTIFS DE
L'ENTREPRISE**



**TRANSPARENCE
DANS LA
COMPTABILITÉ ET LES
COMMUNICATIONS
FINANCIÈRES**

GESTION OPÉRATIONNELLE ET DURABILITÉ

Performance économique et productive et gestion des marges

En 2024, le secteur horloger mondial a montré des signes de ralentissement, en particulier dans les segments du luxe moyen, en raison de la contraction de la demande sur des marchés clés comme l'Asie et l'Amérique du Nord. Dans ce contexte, Promotion Group a réagi en gérant activement son portefeuille de clients et en surveillant de près les marges par secteur d'activité et par compte.

Évolution numérique et automatisation

L'année 2024 a vu la poursuite du plan de numérisation industrielle lancé les années précédentes. En particulier :

- L'utilisation de ProConcept ERP a été consolidée sur plusieurs sites, avec l'extension des fonctionnalités de planification des capacités, de gestion des nomenclatures multiniveaux et de contrôle en temps réel des délais de production.
- La connexion entre l'environnement Product Lifecycle Management et le système ERP a été mise en place pour une gestion intégrée du cycle de vie du produit, de la conception à la production.
- Des terminaux mobiles et des tablettes ont été introduits dans chaque service, avec accès à la documentation numérique (fiches techniques, paramètres de tolérance, listes de contrôle qualité) afin de consulter en temps réel des images de défauts logiques.
- Certains postes ont été dotés de systèmes visuels pour le contrôle esthétique automatique, basés sur des algorithmes de vision artificielle développés avec des fournisseurs externes. Les premiers tests ont montré une réduction significative du temps moyen de contrôle et une plus grande standardisation de l'évaluation des défauts visuels.
- De nouvelles machines pour les micro-perforations, les collages et les applications de précision ont été intégrées dans le cycle de production, réduisant les erreurs manuelles et augmentant l'efficacité de l'assemblage.

Qualité, responsabilisation et gestion des non-conformités

L'un des points centraux de 2024 a été le renforcement de la fonction qualité avec l'adoption d'un système de gestion numérique des non-conformités clients (NC). Chaque anomalie signalée est désormais transformée en ticket numérique, attribué à l'équipe responsable, qui suit l'état d'avancement à l'aide d'outils de contrôle visuel et d'indicateurs de gravité, d'urgence et d'impact.

Une méthode structurée d'analyse des causes (MRP) a été introduite, avec des sessions hebdomadaires de résolution de problèmes et la participation des chefs de service et des techniciens de production. Le délai moyen de clôture des tickets a été réduit de plus de 30 % par rapport à 2023.

Un plan de formation modulaire destiné aux opérateurs a été lancé, axé sur les techniques d'autocontrôle, la lecture des défauts esthétiques, la sensibilisation à la traçabilité et la communication interfonctionnelle.

Durabilité environnementale, gestion des métaux et cycle des déchets

2024 a été une année clé pour la gestion circulaire des métaux précieux. Beauregard Manufacture SA a achevé l'internalisation du processus de récupération des copeaux d'or, en se dotant d'un four de fusion directe et en réduisant à zéro la nécessité de transporter les matériaux vers des tiers pour leur récupération. Le contrôle a été confié à un personnel formé, avec une logique de double signature, des systèmes de vidéosurveillance active et un suivi manuel-numérique intégré.

Des protocoles détaillés ont été définis pour le tri sélectif des matériaux contaminés par l'or et le platine (chiffons, éponges, filtres, aspirateurs), avec un pesage systématique, des conteneurs scellés et des audits environnementaux internes. Chaque changement d'équipe implique une phase de nettoyage avec vérification des éventuelles dispersions ou anomalies dans les flux de récupération.

Sur le plan énergétique, les cycles de lavage et d'utilisation des machines ont été optimisés, des capteurs de consommation ont été installés sur certaines lignes et des campagnes de sensibilisation aux comportements vertueux ont été lancées.

Sécurité, certifications et gouvernance

Le Groupe a renforcé son système de contrôle d'accès et de sécurité interne, notamment dans les zones à risque telles que le laboratoire matériaux précieux, la fonderie et les stocks sensibles. Des tapis récupérateurs, des détecteurs de métaux et des scanners de sortie du personnel ont été installés, intégrés aux badges RFID de traçabilité. Promotion S.p.A. a passé avec succès l'audit de maintien de la certification ISO 9001 en 2024, tandis que les autres sociétés du Groupe ont entamé les travaux préparatoires à l'extension de la certification, avec la cartographie des processus, la rédaction des procédures et l'implication des chefs de service.

PERFORMANCES TERRITORIALES 2024

Chaque site a relevé des défis spécifiques et s'est engagé dans des parcours d'amélioration différenciés, reflétant les sensibilités locales, les objectifs industriels et les capacités d'innovation.



Promotion S.p.A. — Installation photovoltaïque et nouvelle borne de recharge électrique

L'installation a produit 22,85 MWh au cours de l'année, avec un taux d'autoconsommation de 83 %, contribuant ainsi à réduire concrètement le prélèvement d'énergie sur le réseau et à améliorer l'efficacité globale de la consommation.

La société a mis en place une borne de recharge électrique alimentée directement par le système photovoltaïque, permettant ainsi l'utilisation d'énergies renouvelables pour la mobilité interne. Cela a permis d'intégrer l'autoproduction d'énergie à de nouveaux modes de fonctionnement à faible impact, améliorant ainsi la gestion quotidienne des véhicules de fonction et réduisant l'utilisation de sources fossiles.



Beauregard SAS — Consolidation structurelle et nouveaux projets

Parmi les investissements significatifs, mentionnons l'introduction de nouvelles machines à hautes performances, destinées à accroître l'efficacité en réduisant les erreurs humaines. La configuration de la production a été réadaptée, avec l'installation de barrières de sécurité et une réorganisation des espaces visant à améliorer la circulation interne et la protection du personnel.

Sur le plan environnemental, le site a considérablement amélioré la gestion des déchets et mis en place un système plus rigoureux pour la récupération et la traçabilité des déchets de production. Parmi les initiatives futures, on évalue l'adoption du covoiturage pour le personnel.

La construction du nouvel établissement, conçue selon des critères de modularité et de durabilité, sera particulièrement stratégique. Le bâtiment sera équipé d'une installation photovoltaïque, d'un système de récupération des eaux de pluie et d'un verger à l'extérieur. La mise en place de cloisons mobiles permettra d'agrandir les espaces au besoin.



BEAUREGARD MANUFACTURE SA

Beauregard Manufacture SA — Culture organisationnelle, durabilité et gouvernance

Le siège suisse a connu une année 2024 axée sur la structuration organisationnelle, la rationalisation interne et l'approfondissement des relations avec le territoire. Par rapport à 2023, on a enregistré une nette réduction de la dispersion opérationnelle, grâce à l'introduction d'objectifs clairs à tous les niveaux.

Les formations ont été diversifiées en fonction des besoins : cours de sécurité obligatoires, formation technique volontaire sur les plans de travail et parcours sur demande (langues, leadership). La participation a été élevée, confirmant le vif intérêt du personnel, grâce au soutien des RH, qui ont lancé des enquêtes périodiques pour recueillir des commentaires, proposer des outils et renforcer l'intérêt.

Les initiatives en faveur de la biodiversité comprennent trois cercles verts de 5 mètres de diamètre laissés en friche pour favoriser l'écosystème. Des politiques de mobilité durable ont également été mises en place : covoiturage, réductions pour les transports publics et incitations.

Le siège a investi dans de nouvelles technologies : soudeuses laser, robotique pour le positionnement des pièces, prototypage rapide avec des imprimantes 3D. Certaines innovations sont en phase de test, en attendant de vérifier leur efficacité économique et environnementale.



B&C SA — Attention aux personnes, optimisation logistique et projets futurs

Le siège s'est distingué par sa volonté d'améliorer constamment le contexte de travail grâce à de petites interventions ponctuelles : nettoyage renforcé, plateformes ergonomiques en phase de test, évaluation d'une cantine interne ou d'une navette pour réduire les coûts logistiques.

Le siège a mis en place le tri des déchets et s'est engagé dans la voie de la certification ISO 9001. Aucun cas de harcèlement ou de comportement critique n'a été signalé.

Vicenza - Italie

1978
Promotion Spa

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

600 m2



2 000 m2

Couteuges - France

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

1998
Beauregard SAS



1 000 m2

Canedo - Portugal

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

2021
B&C SA

La Chaux-de-Fonds - Suisse

2007
Beauregard Manufacture SA

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

1 600 m2



PROFIL DE
L'ENTREPRISE

STRUCTURE ORGANISATIONNELLE

La gouvernance est dirigée par les actionnaires et le Conseil d'administration, qui définissent les orientations générales et garantissent le respect des principes d'éthique, de transparence et de responsabilité. La Direction se compose du Président, du PDG du Groupe et du Directeur Général, chargés de traduire les lignes stratégiques en actions concrètes. Les services Marketing et Assurance qualité, supervisés au niveau central, apportent leur soutien direct.

Structure fonctionnelle

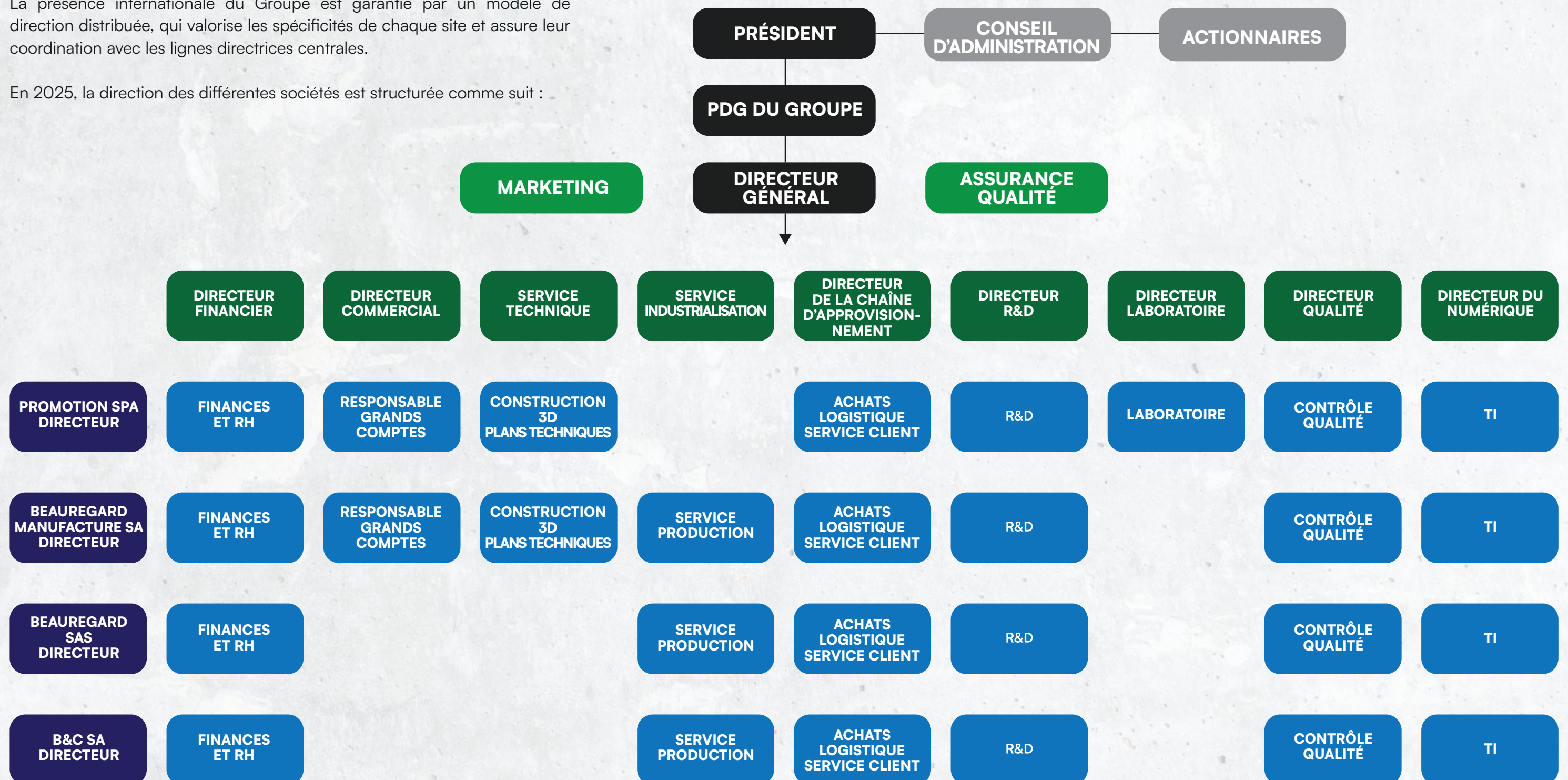
Le modèle organisationnel prévoit neuf domaines de responsabilité, coordonnés de manière transversale dans toutes les sociétés du Groupe :

	Responsable éco et financier	garant de la solidité économique, de la planification et de la gestion administrative
	Responsable des ventes	chargé de développer les relations commerciales et de veiller à la satisfaction des clients
	Responsable technique	spécialisé dans la conception et l'élaboration de dessins techniques et de modèles 3D
	Responsable R&D et Industrialisation	chargé de transformer les projets de recherche en processus industriels évolutifs
	Responsable chaîne d'approvisionnement	supervise les achats, la logistique, les relations avec les fournisseurs, en garantissant la continuité et la traçabilité
	Responsable laboratoire	supervise tests de conformité, validation matériaux et contrôles qualité
	Responsable qualité	garantit les normes certifiées et les processus d'amélioration continue
	Responsable numérique et informatique	supervise numérisation des processus, sécurité informatique et systèmes d'information du Groupe

ORGANISATION ET DIRECTION DES SIÈGES

La présence internationale du Groupe est garantie par un modèle de direction distribuée, qui valorise les spécificités de chaque site et assure leur coordination avec les lignes directrices centrales.

En 2025, la direction des différentes sociétés est structurée comme suit :



GOVERNANCE ET ORGANES DE DIRECTION

L'**Organe de gouvernance** supervise les stratégies, les politiques d'entreprise et les plans d'investissement, en veillant à ce qu'ils soient en ligne avec la vision à long terme et les engagements de croissance responsable du Groupe.

Le **Comité exécutif** est chargé de veiller à ce que l'organisation conserve sa capacité à s'adapter aux changements du marché mondial, tout en renforçant sa compétitivité. Ses fonctions comprennent :

- la définition et l'approbation des objectifs stratégiques ;
- la supervision de la structure organisationnelle et des systèmes de contrôle ;
- la vérification des flux d'informations et des mécanismes de reporting ;
- l'approbation des modèles de rémunération et d'incitation, en ligne avec la gestion des risques ;
- le suivi des performances économiques et financières et des résultats industriels ;
- la supervision des relations avec les parties prenantes internes et externes.

Conseil d'administration

La gouvernance d'entreprise repose sur un **Conseil d'administration** composé de personnalités aux compétences complémentaires et à la connaissance approfondie du secteur :

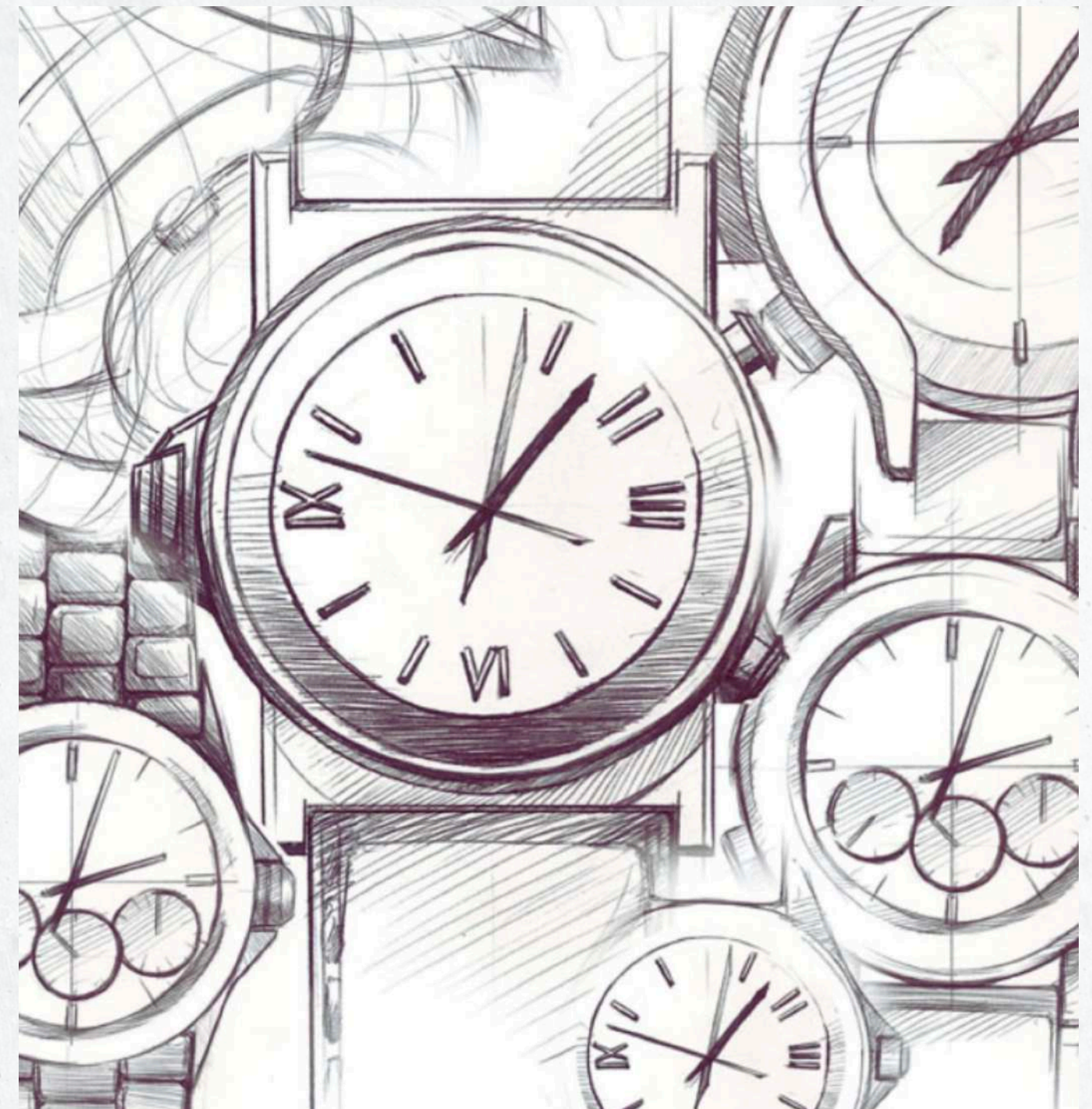
- **Giovanni Rasia** — Président du Conseil d'administration et représentant de l'entreprise
- **Pierre Buise** — Administrateur délégué et représentant de l'entreprise
- **Angelo Rasia** — Administrateur délégué
- **Maurizio De Lorenzo** — Administrateur délégué

Cette structure garantit l'équilibre entre la vision stratégique, la capacité décisionnelle et la supervision des activités du Groupe.

Organes de contrôle

La transparence et l'intégrité de la gestion sont assurées par le **Collège des commissaires aux comptes** et l'**auditeur légal**, qui veillent au respect des réglementations, à la régularité administrative et à la véracité des informations financières. Voici sa composition :

- **Marta Camporiondo** — Présidente du Collège des commissaires aux comptes
- **Alida Bruttomesso** — Commissaire aux comptes titulaire
- **Gianluca Zanetti** — Commissaire aux comptes titulaire
- **Francesca Sgevano** — Commissaire aux comptes suppléante
- **Roberto Castegnaro** — Commissaire aux comptes suppléant
- **Carlo Tedone** — Auditeur légal



IMPACT SOCIAL

GOOD
VIBES
ONLY

Une nouvelle place centrale pour les personnes

Le modèle adopté repose sur la conviction que la croissance de l'entreprise passe par le bien-être, la motivation et la valorisation de chacun. Les politiques ont été renouvelées afin de renforcer la méritocratie, la transparence des processus internes et la reconnaissance des compétences, en favorisant des parcours professionnels clairs et inclusifs. Dans l'année, le Code d'éthique a été mis à jour et le Règlement interne révisé avec des principes renforcés en matière de responsabilité sociale, d'égalité de traitement et d'intégrité. Ces outils ne sont pas de simples documents formels, mais des lignes directrices concrètes pour orienter les comportements et les décisions tout en garantissant la cohérence avec les valeurs du Groupe et les attentes des parties prenantes.



WE ARE PROMOTION GROUP

En 2024, Promotion Group employait au total 185 personnes, réparties entre les différents sites qui composent sa structure internationale. La population de l'entreprise comprend 98 femmes, soit 53 %, et 87 hommes, soit 47 %, une composition équilibrée qui reflète différentes configurations opérationnelles. La répartition des collaborateurs entre les différents sites est la suivante : Promotion S.p.A. compte 17 collaborateurs, Beauregard SAS 47 collaborateurs, Beauregard Manufacture SA 57 collaborateurs et B&C SA 64 collaborateurs.

L'âge moyen du Groupe est de 41 ans, mais les profils varient considérablement d'une entité à l'autre. B&C SA est le site le plus jeune, avec une moyenne de 36 ans, tandis que Promotion S.p.A. présente la population la plus âgée, avec 44 ans et une ancienneté moyenne de 12 ans, la plus élevée du Groupe. Beauregard Manufacture SA affiche une moyenne d'âge de 45 ans et une ancienneté de 6 ans tandis que Beauregard SAS se situe à mi-chemin, avec une moyenne d'âge de 42 ans et une ancienneté de 6 ans.

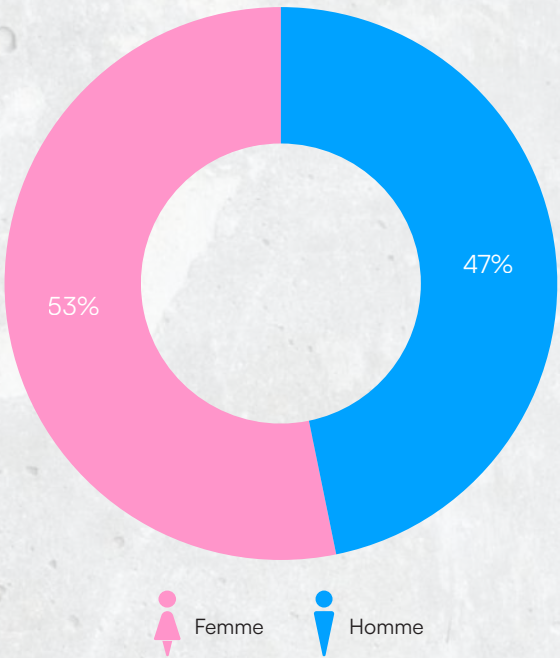
La répartition par sexe confirme des dynamiques différentes selon le site. Chez B&C SA, la présence féminine atteint 61 %, tandis que chez Beauregard SAS, les femmes représentent 57 % du personnel. Chez Promotion S.p.A., on observe une plus grande concentration d'hommes, avec 59 % du total. Beauregard Manufacture SA présente un tableau plus équilibré, avec 44 % de femmes et 56 % d'hommes, en ligne avec la complexité organisationnelle de cette structure.

La composition par nationalité montre également des différences. Beauregard SAS, Promotion S.p.A. et B&C SA se caractérisent par une prévalence presque totale de personnel local, tandis que Beauregard Manufacture SA représente le pôle le plus multiculturel du Groupe. On y trouve des collaborateurs suisses, français, italiens et portugais, ainsi que des ressortissants des Pays-Bas et de Madagascar, soit un contexte plus international.

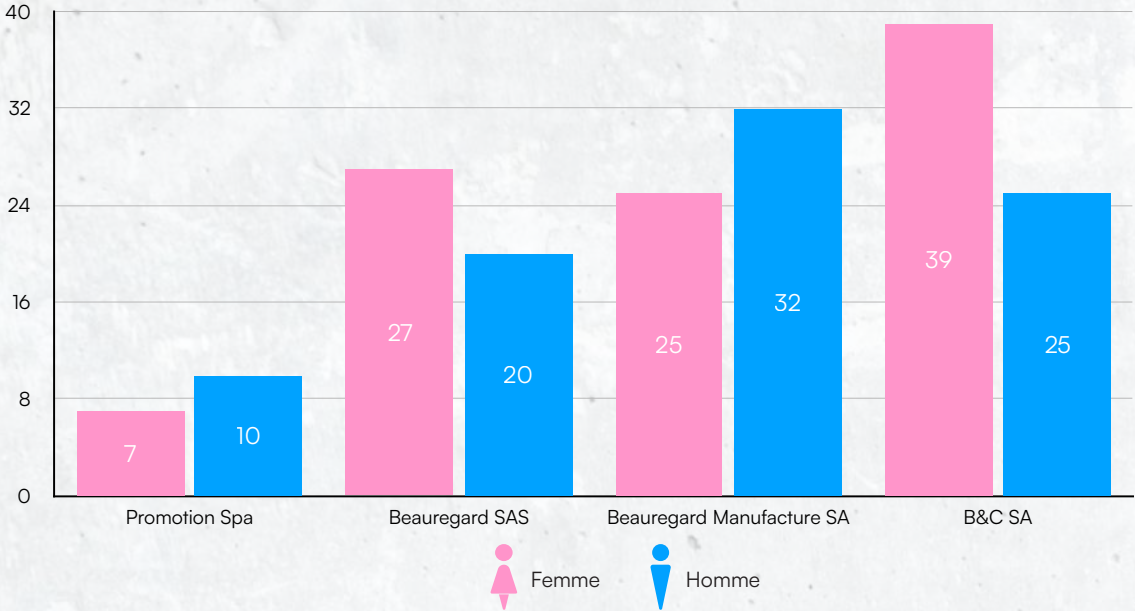
Sur le plan contractuel, on observe une structure solide et orientée vers la stabilité. 93 % du personnel est à durée indéterminée, et les CDD représentent 7 % du total et sont principalement concentrés chez Beauregard SAS et B&C SA, conformément aux besoins spécifiques des deux sites. Le recours à l'intérim est résiduel et ne concerne qu'un seul cas au sein de Beauregard Manufacture SA. L'organisation du temps de travail présente également des configurations différenciées : 88 % des employés travaillent à temps plein, tandis que 12 % travaillent à temps partiel, une modalité plus répandue chez Beauregard Manufacture SA, où se trouve la plus forte concentration du Groupe.

SEXE EMPLOYÉS

SIÈGE	FEMME	HOMME	TOTAL
PROMOTION SPA	7	10	17
BEAUREGARD SAS	27	20	47
BEAUREGARD MANUFACTURE SA	25	32	57
B&C SA	39	25	64
TOTAL	98	87	185

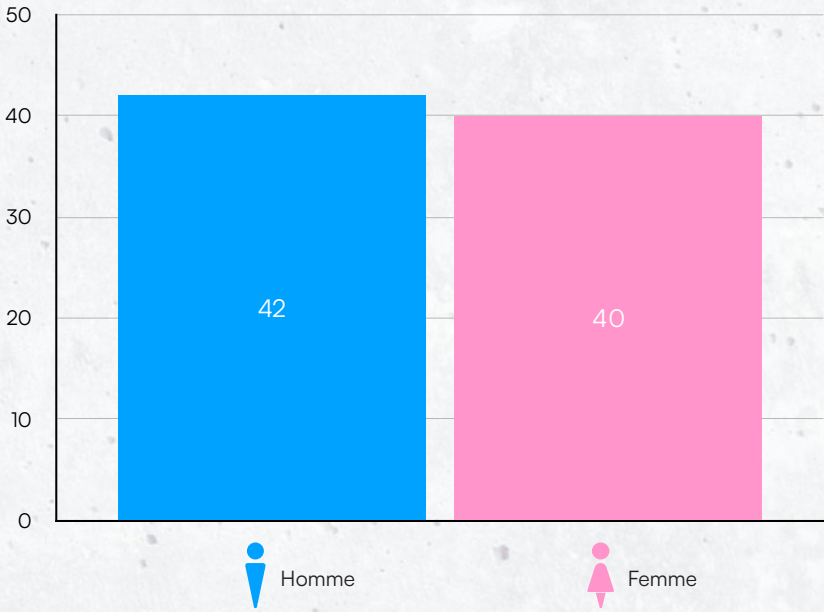


EMPLOYÉS PAR SEXE



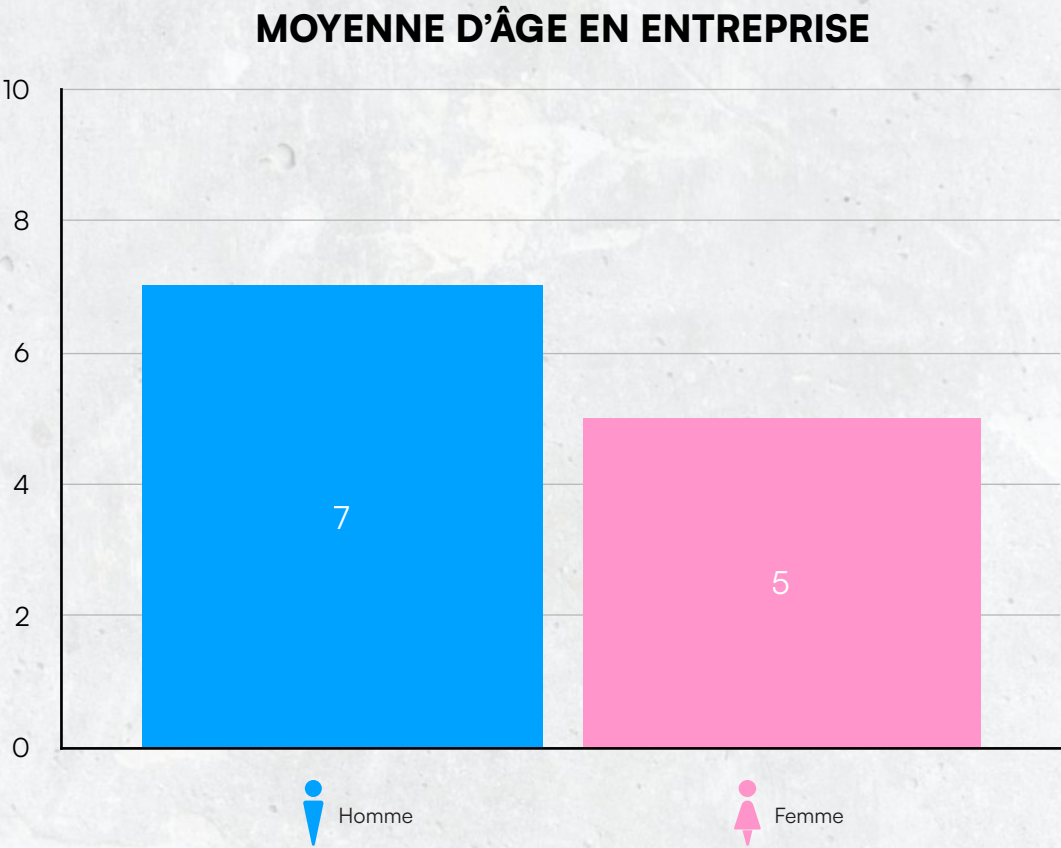
ÂGE MOYEN EMPLOYÉS

SIÈGE	FEMME	HOMME	TOTAL
PROMOTION SPA	40	46	44
BEAUREGARD SAS	41	43	42
BEAUREGARD MANUFACTURE SA	44	46	45
B&C SA	39	44	41
ÂGE MOYEN GLOBAL	40	42	41



MOYENNE D'ÂGE EN ENTREPRISE

SIÈGE	FEMME	HOMME	TOTAL
PROMOTION SPA	13	11	12
BEAUREGARD SAS	6	7	6
BEAUREGARD MANUFACTURE SA	3	8	6
B&C SA	3	4	4
MOYENNE ANCIENNETÉ	5	7	6



NATIONALITÉ EMPLOYÉS

SIÈGE	FEMME	HOMME	TOTAL
PROMOTION SPA	7	10	17
ITALIE	7	9	16
PAYS-BAS	0	1	1
BEAUREGARD SAS	27	20	47
FRANCE	27	20	47
BEAUREGARD MANUFACTURE SA	25	32	57
FRANCE	14	11	25
ITALIE	1	4	5
MADAGASCAR	1	0	1
PAYS-BAS	0	2	2
PORTUGAL	3	2	5
SUISSE	6	13	19
B&C SA	39	25	64
COLOMBIE	0	1	1
PORTUGAL	39	24	63
TOTAL	98	87	185

TYPE DE CONTRAT PAR SEXE

SIÈGE	TEMPS PLEIN/ PARTIEL	TYPE CONTRAT	FEMME	HOMME	TOTAL
PROMOTION SPA	TEMPS PARTIEL	DURÉE INDÉTERMINÉE	1	0	1
	TEMPS PLEIN	DURÉE INDÉTERMINÉE	6	10	16
BEAUREGARD SAS	TEMPS PLEIN	DURÉE DÉTERMINÉE	4	2	6
		DURÉE INDÉTERMINÉE	23	18	41
BEAUREGARD MANUFACTURE SA	TEMPS PARTIEL	DURÉE INDÉTERMINÉE	14	4	18
	TEMPS PLEIN	DURÉE DÉTERMINÉE	1	1	2
		DURÉE INDÉTERMINÉE	10	27	37
B&C SA	TEMPS PARTIEL	DURÉE INDÉTERMINÉE	2	0	2
	TEMPS PLEIN	DURÉE DÉTERMINÉE	1	4	5
		DURÉE INDÉTERMINÉE	36	21	57
COMBINED TOTAL			98	87	185

FORMATION ET DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

En 2024, Promotion Group a consolidé son engagement en faveur de la formation, levier fondamental pour renforcer les compétences, valoriser les personnes et soutenir la compétitivité des sites dans un contexte de production internationale. L'activité de formation a représenté un total de 802 heures, réparties entre les sites de Promotion Spa, Beauregard SAS, Beauregard Manufacture SA et B&C SA, avec une planification visant à répondre aux besoins spécifiques de chaque entité.

Répartition par site

La contribution la plus importante a été celle de Beauregard Manufacture SA avec 282 heures (35,16 % du total), avec une orientation vers la formation internationale et les compétences transversales. Ensuite, on trouve B&C SA, avec 280 heures (34,91 %), où la priorité a été donnée aux certifications technologiques et aux cours spécialisés sur les machines de production. Beauregard SAS a enregistré 164 heures (20,45 %), avec une forte concentration sur les parcours sécurité et prévention. Promotion Spa a totalisé 76 heures (9,48 %), principalement sur l'insertion et la gestion d'entreprise.

Cette répartition illustre une approche différenciée : chaque site a orienté la formation vers les domaines les plus liés à sa spécialisation et à son rôle au sein du Groupe.



Sexe et âge des participants

La formation a concerné inégalement les hommes et les femmes : 506,5 heures pour les hommes (63,15 % du total) et 295,5 heures pour les femmes (36,85 %). Ces données reflètent la composition de la main-d’œuvre, avec une plus forte présence masculine dans les secteurs opérationnels et techniques, et la nature des parcours de formation, avec une forte incidence des cours liés à l’innovation technologique.

Du point de vue de l’âge, les participants avaient en moyenne 43 ans, avec des différences selon les sites : Promotion Spa et Beauregard SAS ont principalement impliqué des experts (moyenne 46-48 ans), Beauregard Manufacture SA et B&C SA ont enregistré une présence importante de profils jeunes (moyenne 43-45 ans). Ces données indiquent un équilibre entre renforcement des compétences consolidées et croissance des nouvelles générations, entre continuité et renouvellement au sein des structures.

Domaines thématiques

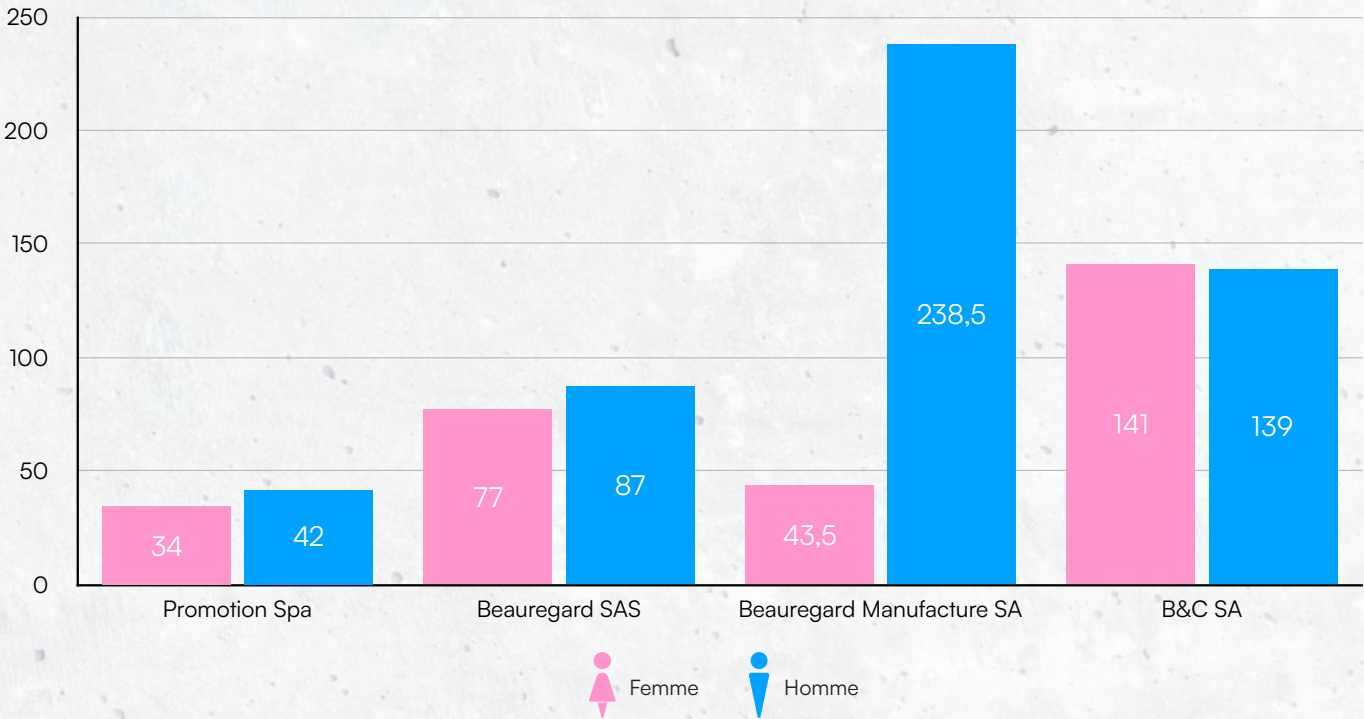
L’analyse des domaines thématiques montre certaines différences :

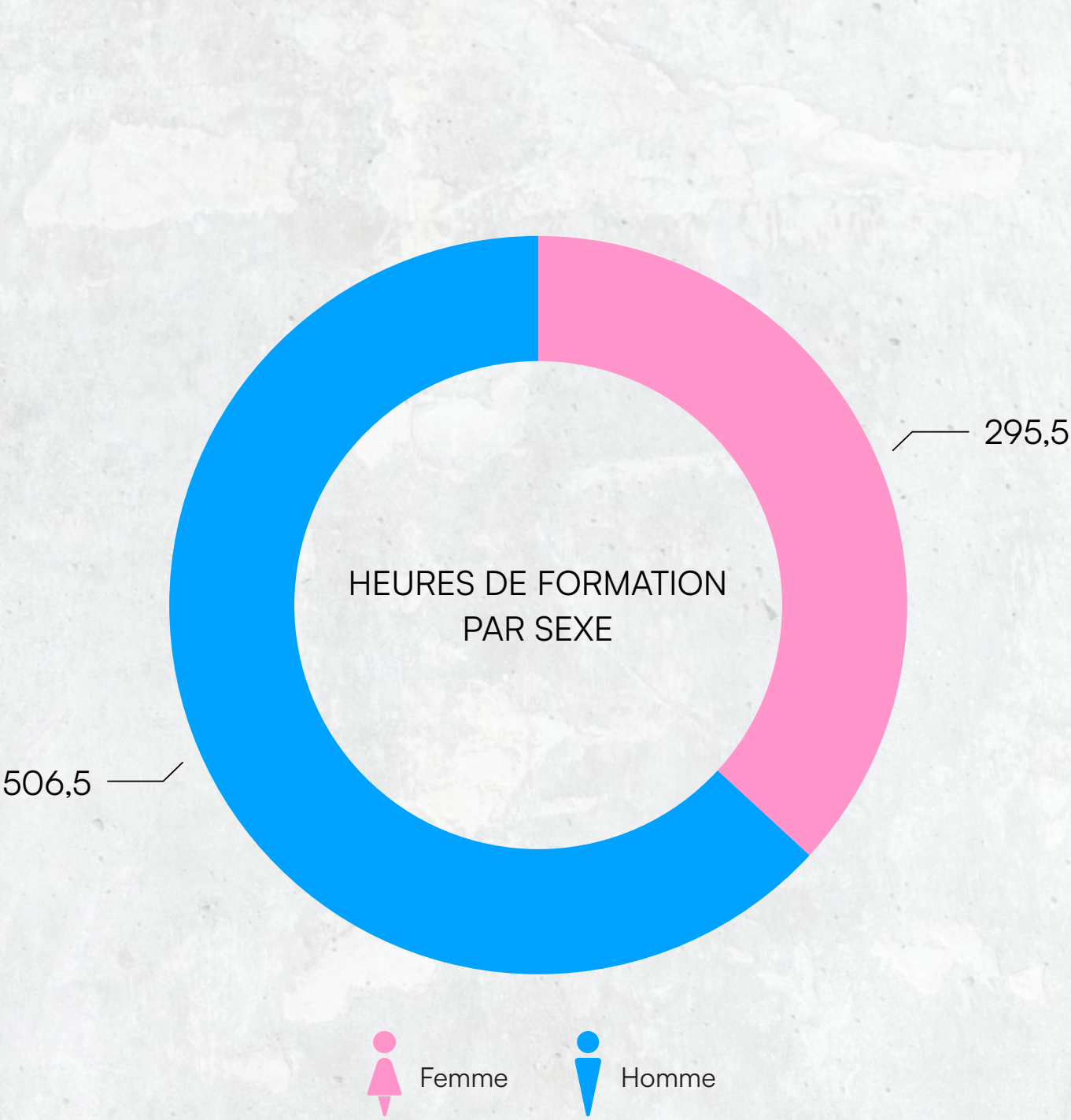
- **Innovation technologique et processus de production** : 348 heures (43 % du total). B&C SA est le principal acteur avec 264 heures, témoignant d’une forte vocation technique et d’une volonté de mise à jour des installations de production.
- **Internationalisation et compétences transversales** : 220 heures (27 %). Presque entièrement concentrées chez Beauregard Manufacture SA, elles ont soutenu la dimension internationale du site, qui sert de plaque tournante pour la recherche et le développement de solutions innovantes.
- **Sécurité et prévention** : 116 heures (14 %). Réparties entre Beauregard SAS (70 heures) et Promotion Spa (38 heures), elles ont renforcé les procédures de protection des travailleurs dans les sites avec une forte activité de production.
- **Gestion d’entreprise et administration** : 88 heures (11 %). Présentes chez Promotion Spa, Beauregard SAS et B&C SA, l’objectif est de développer les compétences organisationnelles et de coordination, notamment pour les fonctions administratives.
- **Parcours d’insertion et de développement professionnel** : 30 heures (4 %). Réalisées principalement chez Promotion Spa et Beauregard Manufacture SA, elles ont soutenu les programmes d’insertion des nouvelles ressources.

HEURES DE FORMATION PAR SEXE

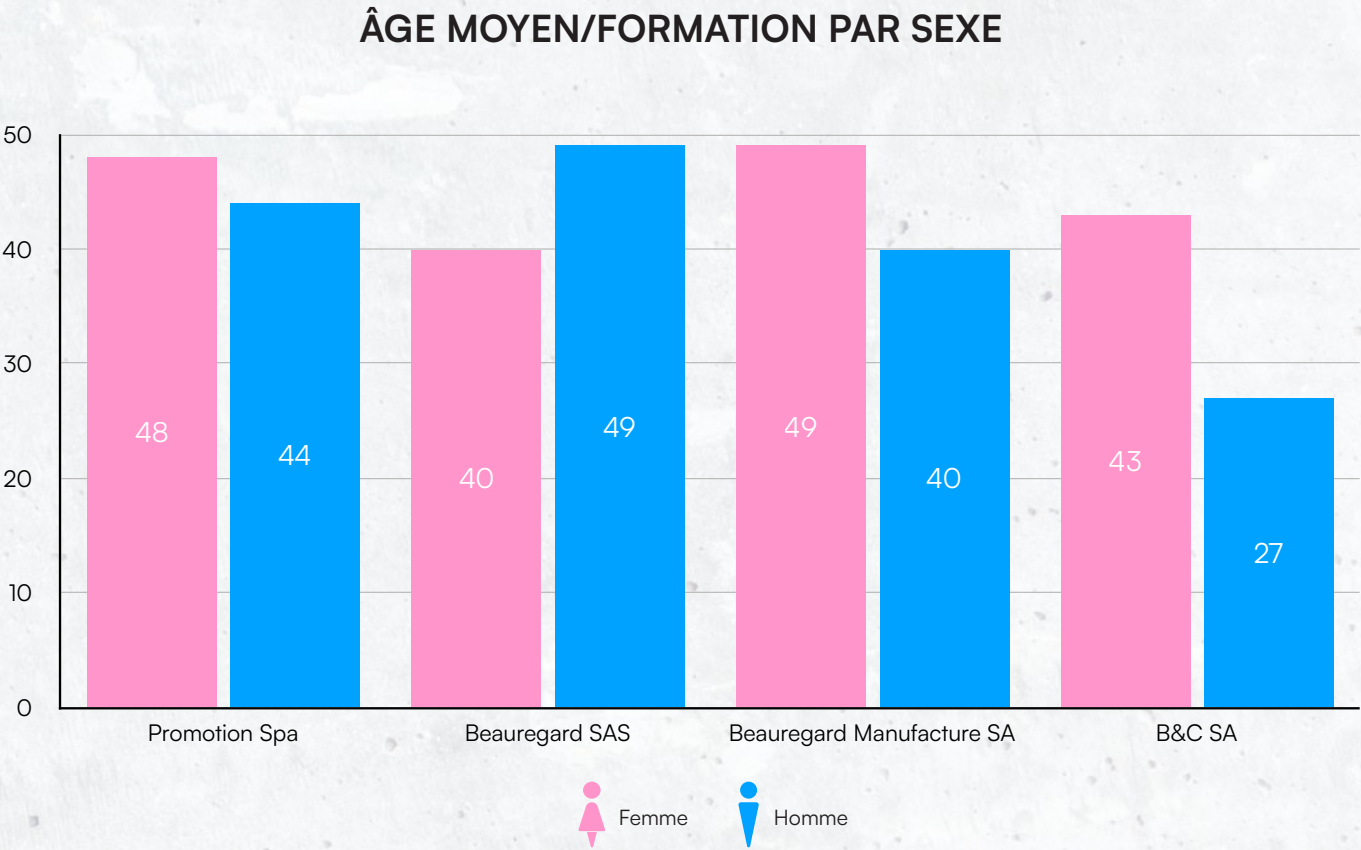
SIÈGE	FEMME	HOMME	TOTAL
PROMOTION SPA	34	42	76
BEAUREGARD SAS	77	87	164
BEAUREGARD MANUFACTURE SA	43,5	238,5	282
B&C SA	141	139	280
COMBINED TOTAL	295,5	506,5	802

HEURES DE FORMATION PAR SEXE





ÂGE MOYEN/FORMATION PAR SEXE		
SIÈGE	FEMME	HOMME
PROMOTION SPA	48	44
BEAUREGARD SAS	40	49
BEAUREGARD MANUFACTURE SA	49	40
B&C SA	43	27
ÂGE MOYEN	46	43



HEURES DE FORMATION PAR SEXE/RÔLE

SIÈGE	RÔLE	FORMATION	FEMME	HOMME	TOTAL
PROMOTION SPA	Administration, finances et contrôle	Sécurité et prévention	0	12	12
	Fonctions commerciales et marketing	Parcours d'insertion et développement professionnel	0	8	8
	Fonctions commerciales et marketing	Sécurité et prévention	0	16	16
	Qualité et contrôle	Sécurité et prévention	4	0	4
	Ressources humaines et direction	Gestion d'entreprise et administration	30	0	30
	Ressources humaines et direction	Sécurité et prévention	0	6	6
BEAUREGARD SAS	Administration, finances et contrôle	Gestion d'entreprise et administration	42	0	42
	Administration, finances et contrôle	Parcours d'insertion et développement professionnel	0	2	2
	Production et opérateurs	Innovation technologique et processus de production	7	36	43
	Production et opérateurs	Sécurité et prévention	28	42	70
	Ressources humaines et direction	Innovation technologique et processus de production	0	7	7
BEAUREGARD MANUFACTURE SA	Administration, finances et contrôle	Internationalisation et compétences transversales	24	0	24
	Administration, finances et contrôle	Sécurité et prévention	1,5	0,5	2
	Fonctions commerciales et marketing	Internationalisation et compétences transversales	0	40	40
	IT et numérique	Internationalisation et compétences transversales	0	40	40
	Logistique et chaîne d'approvisionnement	Internationalisation et compétences transversales	4	0	4
	Logistique et chaîne d'approvisionnement	Parcours d'insertion et développement professionnel	4	0	4
	Logistique et chaîne d'approvisionnement	Sécurité et prévention	0,5	0	0,5
	Production et opérateurs	Innovation technologique et processus de production	0	26	26
	Production et opérateurs	Sécurité et prévention	0	1,5	1,5
	Qualité et contrôle	Sécurité et prévention	0,5	0	0,5
	Recherche et développement / technique	Innovation technologique et processus de production	0	8	8
	Recherche et développement / technique	Internationalisation et compétences transversales	0	104	104
	Recherche et développement / technique	Sécurité et prévention	0	1	1
	Ressources humaines et direction	Parcours d'insertion et développement professionnel	0	16	16
	Ressources humaines et direction	Sécurité et prévention	0,5	1,5	2
	Support and Assistants	Internationalisation et compétences transversales	8	0	8
	Support and Assistants	Sécurité et prévention	0,5	0	0,5
B&C SA	Administration, finances et contrôle	Gestion d'entreprise et administration	16	0	16
	Logistique et chaîne d'approvisionnement	Innovation technologique et processus de production	25	0	25
	Production et opérateurs	Innovation technologique et processus de production	50	82	132
	Ressources humaines et direction	Innovation technologique et processus de production	50	57	107
TOTAL			295,5	506,5	802

BIEN-ÊTRE DES PERSONNES

Promotion Group a développé un système de « welfare » capable de répondre aux besoins des travailleurs dans les différents sites, renforçant le lien entre l'entreprise et ses employés. Les mesures s'adaptent aux différents cadres réglementaires des pays où le Groupe opère, et vont même au-delà des obligations contractuelles, en introduisant des outils concrets pour améliorer la qualité de vie.

Promotion Spa

En Italie, le bien-être se caractérise par un mélange équilibré d'avantages économiques, d'aides à la santé et d'outils de conciliation entre vie pro et vie privée. Tous les employés ont bénéficié d'un « compte welfare » avec des bons d'achat et carburant, actif depuis mars 2024 et valable jusqu'en 2025, une mesure qui a un impact direct sur le pouvoir d'achat et le soutien aux familles. La protection de la santé est renforcée par deux outils ciblés : le Fonds Est pour les remboursements de frais de santé, réservé aux employés, et un système spécifique pour les cadres, qui reconnaît les différentes responsabilités professionnelles. L'organisme bilatéral complète le paquet avec des remboursements pour les dépenses personnelles et familiales, renforçant la dimension sociale de l'assistance. À côté de ces mesures structurées, il existe également des outils symboliques mais significatifs, tels que des entrées à la salle de sport ou la machine à café, qui contribuent au bien-être quotidien et au sentiment d'appartenance.

Beauregard Manufacture SA

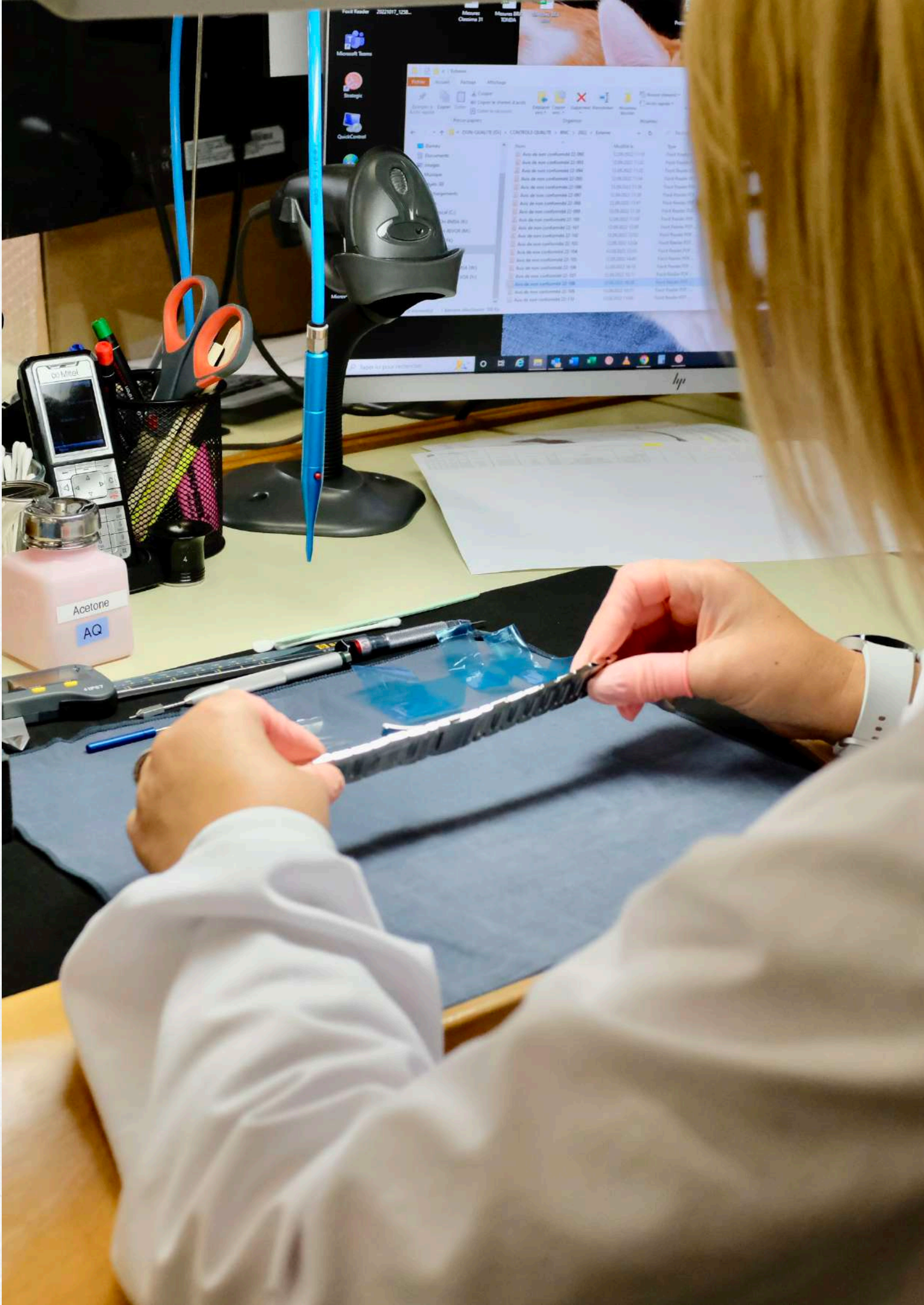
Notre welfare en Suisse est une approche pragmatique et orientée vers le service, avec des initiatives visant à garantir accessibilité, santé et avantages économiques. Les employés ont droit à un examen ophtalmologique annuel, une mesure préventive qui répond aux besoins des employés des sites de production haute précision. À cela s'ajoutent des accords avec des magasins et des fournisseurs de produits électroniques, qui réduisent les coûts des biens et services d'usage courant. Le soutien au bien-être physique se traduit par une aide financière pour les activités sportives, tandis que des outils tels que les primes de présence renforcent l'intérêt personnel et collectif en faveur de la continuité opérationnelle. Notre welfare en Suisse ne se limite pas à la sphère pro, mais soutient la qualité de la vie quotidienne, en combinant prévention sanitaire, conventions et incitations.

Beauregard SAS

En France, le welfare se concentre sur les primes économiques, les services de soutien et la valorisation du territoire. Les employés ont des primes de présence ou liées aux objectifs atteints, qui relient la reconnaissance directe aux résultats individuels et collectifs. Outre ces formes d’incitation, des outils plus quotidiens sont prévus, tels que la mise à disposition de machines à café et de snacks, qui renforcent la qualité du lieu de travail. Un élément distinctif est l’intranet, qui offre des avantages liés aux marques et aux services du territoire, créant ainsi un lien entre l’entreprise et le tissu économique local. Ce modèle de welfare se caractérise donc par un lien fort avec la performance et l’identité du territoire dans lequel l’entreprise opère.

B&C SA

Le welfare portugais est le plus articulé du Groupe, car il intègre les obligations réglementaires et les initiatives volontaires de l’entreprise. Parmi les mesures obligatoires figurent les primes de vacances et de Noël, l’assurance contre les accidents du travail, les cotisations à la sécurité sociale et les congés payés, y compris ceux pour maladie, maternité et paternité. À celles-ci s’ajoutent de nombreux outils facultatifs proposés par l’entreprise : une assurance maladie extensible à la famille, des partenariats avec des salles de sport, des indemnités de repas sous forme de carte restaurant et une cantine d’entreprise, avec un système de distribution de boissons gratuites une fois par mois. La flexibilité permet de bénéficier de jours de congé supplémentaires en fonction des absences et des accords sectoriels, tandis que le soutien économique se concrétise par des primes de performance, attribuées tous les quatre mois et tous les ans.



LE SYSTÈME QUALITÉ

Le système qualité de Promotion Group

En 2024, Promotion Group a renforcé son système de gestion de la qualité, le confirmant comme un pilier central de sa stratégie.

Cette approche ne se limite pas au respect des normes, mais se présente comme un modèle intégré qui allie excellence de production, innovation technologique et responsabilité sociale et environnementale.

La qualité s'affirme comme une valeur complexe et intégrée, qui englobe la sécurité des personnes, la durabilité des processus, la traçabilité de la chaîne d'approvisionnement et la capacité à relever les défis d'un marché mondial ultra concurrentiel.

Recherche, développement et innovation

Le service interne R&D joue un rôle primordial. En 2024, il a élargi ses activités en explorant de nouvelles solutions technologiques et des matériaux innovants.

Des études ont été menées sur des alliages légers et résistants, capables de conjuguer confort et durabilité, ainsi que des tests sur des traitements de surface écologiques pour améliorer la résistance à la corrosion sans recourir aux substances chimiques polluantes.

L'utilisation de technologies laser à la pointe, l'impression 3D appliquée aux métaux précieux et la robotique collaborative ont rendu les processus plus efficaces, précis et flexibles.

Ces investissements ont un double effet : ils renforcent la compétitivité du Groupe et ont des retombées positives pour le territoire, en stimulant l'innovation et les compétences spécialisées.

Le laboratoire d'Altavilla Vicentina, cœur battant de la qualité

Le laboratoire d'Altavilla Vicentina est le centre névralgique des activités de recherche, d'essai et de contrôle qualité. En 2024, plus de 1 500 tests ont été effectués sur des matériaux, des composants et des produits finis, avec une gamme d'analyses allant des tests chimiques et physiques aux tests de résistance mécanique et environnementale. Les tests simulent des conditions d'utilisation extrêmes afin de garantir une fiabilité maximale, même à long terme.

Outre à certifier la conformité des produits, le laboratoire joue un rôle clé dans le développement : le dialogue avec les services de production et les fournisseurs contribue à optimiser les processus, réduire les déchets, améliorer le rendement des matériaux et l'introduction de nouvelles solutions sur le marché. La proximité avec les centres de recherche externes permet un transfert direct des connaissances scientifiques vers l'industrie, ce qui maintient Promotion Group à la pointe du secteur.

Certifications et engagements de conformité

La valeur du système qualité est confirmée par les certifications obtenues et maintenues en 2024. La conformité à la norme ISO 9001:2015 garantit une organisation efficace et structurée des processus ; l'adhésion au Responsible Jewellery Council (RJC), avec les certificats COP et COC, garantit la traçabilité des métaux précieux et la responsabilité de la chaîne d'approvisionnement, de la mine au produit fini.

En plus des conformités spécifiques telles que la norme EN 1811 sur le nickel, la directive RoHS pour la réduction des substances dangereuses et la norme REACH pour la gestion des substances chimiques. Ces normes internationales renforcent la réputation de l'entreprise et protègent les consommateurs, les employés et les communautés, en certifiant que chaque produit répond aux critères les plus élevés en matière de sécurité et de durabilité.

Une chaîne transparente et responsable

Un autre élément distinctif du système qualité est la gestion responsable de la chaîne d'approvisionnement. Grâce à des outils numériques avancés, Promotion Group assure la traçabilité des matériaux et des composants, et chaque produit peut être remonté jusqu'à son origine. Cette approche empêche les risques liés à des fournisseurs non éthiques ou de zones de conflit, dans le respect des lignes directrices de l'OCDE pour les filières minières.

Communauté et engagement commun

L'engagement de Promotion Group en faveur de la qualité et de la durabilité se reflète dans sa participation à des réseaux internationaux. Beauregard SAS, filiale du Groupe, a confirmé son adhésion à la Communauté du Coq Vert, une initiative promue par Bpifrance qui réunit des entreprises engagées dans la transition écologique. Cela renforce la capacité du Groupe à dialoguer avec d'autres réalités européennes, à partager des pratiques vertueuses et en promouvant une vision commune de la durabilité.

LA NORME ROHS

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



REACH

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



ISO 9001:2015

Promotion SpA adopte un système de management conforme à la norme ISO 9001:2015, la norme internationale qui définit les exigences pour une gestion efficace et structurée.



LA NORME EN 1811

Elle concerne le taux de libération du nickel. La société emploie des matériaux adaptés et a revu son processus de production.

RESPONSIBLE JEWELLERY COUNCIL RJC — COP — COC

Il permet de certifier les bonnes pratiques en matière d'approvisionnement de l'or ou des diamants, de la mine jusqu'à la distribution, avec une traçabilité tout au long du flux.



LE COQ VERT

Lancé par Bpifrance en collaboration avec l'ADEME et le ministère de la Transition écologique, il rassemble les entreprises convaincues de l'importance d'agir pour la transition écologique et énergétique. Beauregard SAS en fait partie, preuve de son engagement pour le développement durable et responsable.



ENGAGEMENT SOCIAL

Contributions et engagement social de Promotion Group

Promotion Group a consolidé son engagement social en soutenant de nombreuses initiatives en Italie, en France, en Suisse et au Portugal. Ces actions reflètent une vision claire : générer de la valeur à travers les résultats économiques et en contribuant concrètement au bien-être des communautés et à la promotion de causes sociales, culturelles et humanitaires.

Solidarité et recherche scientifique en Italie

En Italie, le Groupe a renouvelé son engagement pour la recherche médicale et la solidarité. Des dons ont été versés à l'ANVOLT (Association contre le cancer), afin de soutenir la recherche oncologique, et à l'EMO-CASA ETS, qui se consacre à l'étude des leucémies et des maladies hématologiques. L'achat de billets de Noël de l'UNICEF a permis de contribuer aux campagnes en faveur des enfants en difficulté. En outre, le don à la Fondation Missioni della Fede Onlus a soutenu l'Institut Effatà Paolo VI de Bethléem, renforçant le lien entre la solidarité et la dimension internationale des activités du Groupe.



Développement local et soutien aux jeunes en France

En France, Promotion Group a accordé une attention particulière au soutien des communautés locales et des nouvelles générations. Les dons en faveur d'organisations comme l'ACCA Mazeyrat d'Allier, le Moto Club du Haut-Allier, les Jeunes de Paulhaguet et le Collège de Paulhaguet favorisent les initiatives sportives, éducatives et associatives avec un impact direct sur les jeunes et le territoire. D'autres contributions ont soutenu l'association La Foulée Langeadoise et le Comité des Jeunes Domeyrat, pour la promotion d'activités culturelles et récréatives pour la cohésion sociale.



Culture, sport et solidarité en Suisse

En Suisse, le Groupe a confirmé sa tradition de soutien au sport et à la culture. Parmi les initiatives les plus importantes, citons la participation au Marathon du Hockey 2024 avec MV. Sportlive, qui a permis de collecter des fonds pour les associations Zoé4Life et Perce-Neige, en soutien des enfants malades et des personnes handicapées. D'autres contributions ont été versées au Lions Club de Neuchâtel pour l'action caritative « Gâteaux 2024 », au Corbak Festival et au estival du Chant du Gros, témoignant de l'attention portée à la culture musicale et à la sociabilité.



Le soutien au sport n'a pas été en reste avec le parrainage du skieur de fond Maxime Beguin, tout comme le monde du hockey, grâce à l'abonnement au Goal Club HCC, qui a permis de renforcer la proximité avec les supporters et les communautés locales. Enfin, la contribution au projet théâtral Noce de Sang (prévu pour 2025) représente un investissement dans la créativité et la diffusion culturelle, démontrant ainsi que le Groupe croit en la valeur de la diversité des expressions artistiques.

Proximité et solidarité au Portugal

Au Portugal, Promotion Group a poursuivi son engagement en faveur de la communauté. Les paroisses locales ont été soutenues par de petites contributions destinées à des initiatives de communication et de publicité sociale, tandis que les dons aux pompiers ont renforcé les activités de protection civile et d'aide humanitaire. Le sport en a également bénéficié avec le soutien apporté à un club sportif local, dans le but de promouvoir l'inclusion, la socialisation et le bien-être collectif.

Un engagement qui unit les territoires et les personnes

La répartition des dons en 2024 démontre la volonté du Groupe d'être proche des territoires où il opère, en établissant des relations authentiques avec les associations, les collectivités locales et les organisations caritatives. Chaque contribution, quelle que soit sa valeur économique, représente un élément d'un engagement plus large : générer un impact social positif, renforcer les liens communautaires et promouvoir l'inclusivité.

ZOÉ 4 LIFE

ENSEMBLE CONTRE LE CANCER DE L'ENFANT

Faites un don sur
www.zoe4life.org
ou par TWINT





Investissez dans un futur plus vert

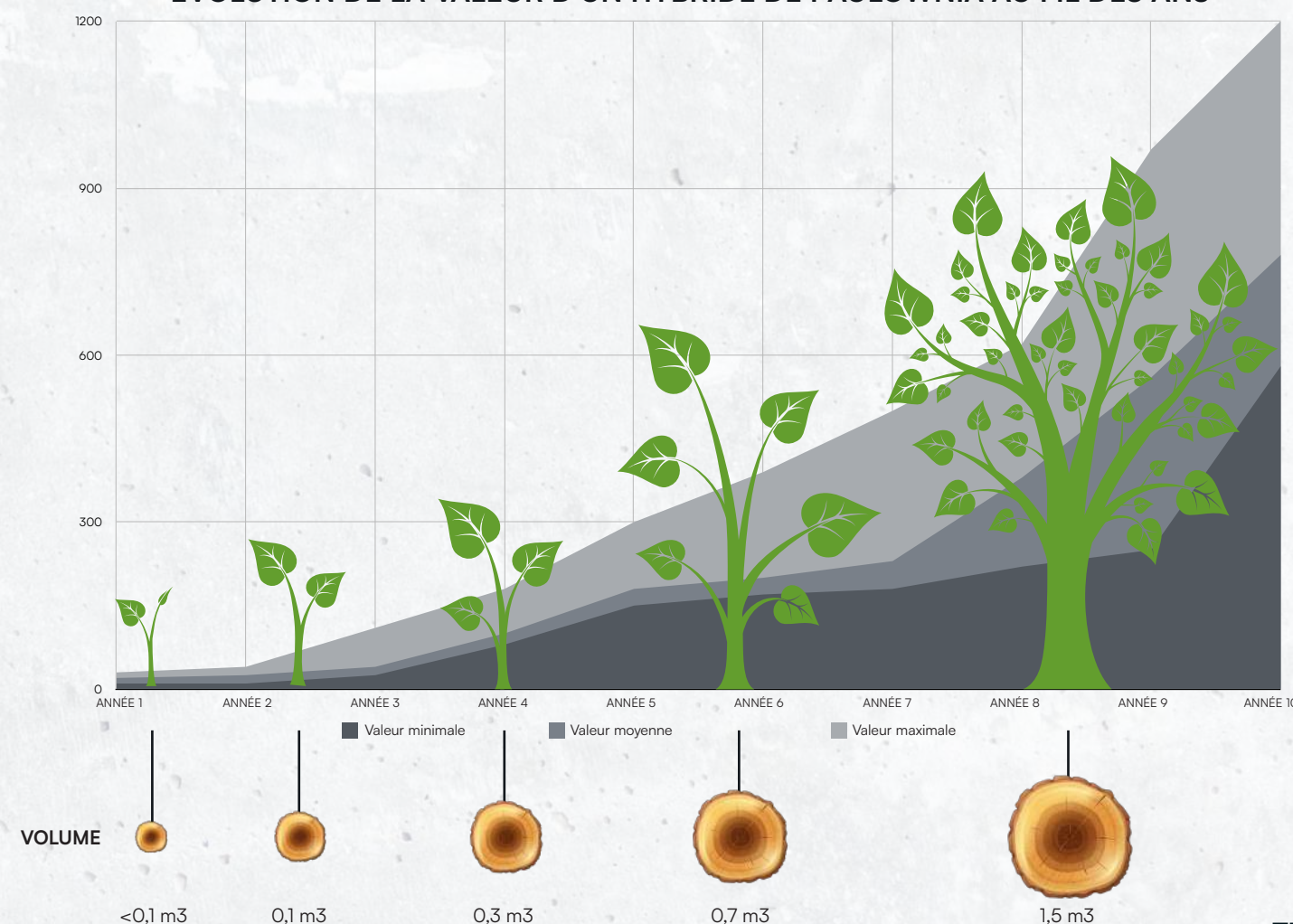


LE PARTENARIAT PROMOTION GROUP & TREESITION

LE PARTENARIAT PROMOTION GROUP & TREESITION

Promotion Group a poursuivi avec conviction son cheminement vers une durabilité intégrée, en consolidant son partenariat stratégique avec Treesition, l'initiative pour la reforestation régénérative et la valorisation des surfaces agricoles grâce à des modèles innovants d'agroforesterie. Après la phase de lancement débutée en 2023, le projet a atteint une nouvelle maturité opérationnelle, avec une approche de plus en plus orientée vers la mesure de l'impact et la création de valeur partagée. Treesition, fondée sur une vision d'économie circulaire et régénératrice, promeut la plantation d'arbres sur les terres agricoles, en intégrant les logiques environnementales, économiques et sociales dans un modèle durable unique.

ÉVOLUTION DE LA VALEUR D'UN HYBRIDE DE PAULOWNIA AU FIL DES ANS



Un modèle qui régénère la valeur et le territoire

L’objectif principal du projet est de redonner de la vitalité aux sols agricoles, d’accroître la biodiversité et de contribuer à l’atténuation du changement climatique grâce à la capture du CO₂. Les plantations réalisées combinent la croissance contrôlée d’espèces à fort potentiel d’absorption de CO₂ avec la protection de l’équilibre naturel du sol, réduisant ainsi l’érosion et améliorant la qualité globale des écosystèmes ruraux. L’approche intégrée de Treesition représente un nouveau paradigme de gestion du territoire, capable de conjuguer rentabilité et durabilité. La production de bois précieux issu de plantations durables s’accompagne de la valorisation des terres et de la création d’opportunités économiques pour les agriculteurs locaux. Ce modèle se distingue par sa capacité à générer des bénéfices durables sans compromettre les ressources naturelles, démontrant que le reboisement est un levier concret pour la résilience environnementale et la prospérité des communautés locales.



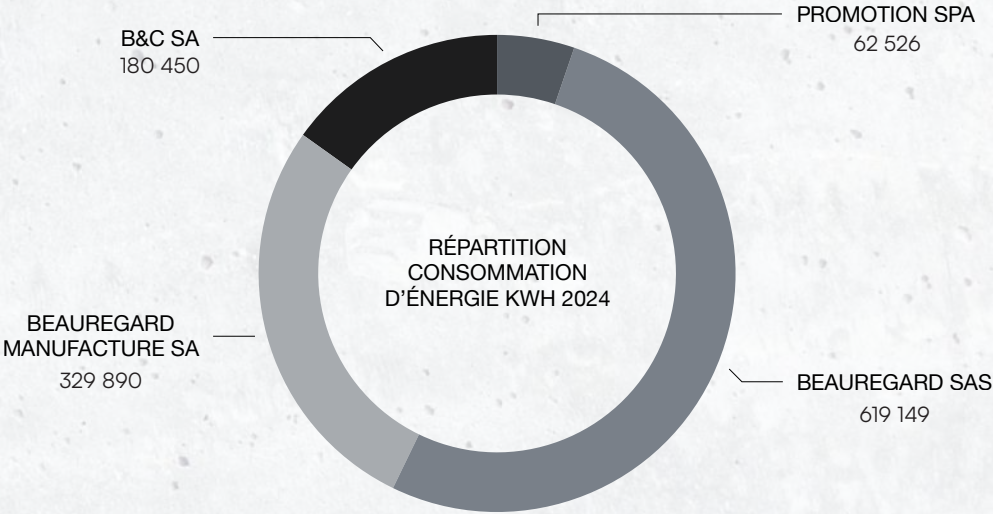
IMPACT SUR
L’ENVIRONNEMENT

CONSOMMATION D’ÉNERGIE

L’énergie est une ressource cruciale pour Promotion Group. En 2024, la consommation totale a atteint 1 192 015 kWh, en légère hausse par rapport aux 1 176 575 kWh de 2023 (+1,3 %). Une augmentation modérée, et l’analyse montre des trajectoires différentes entre les sites, résultant à la fois des caractéristiques de production et des initiatives d’efficacité énergétique.

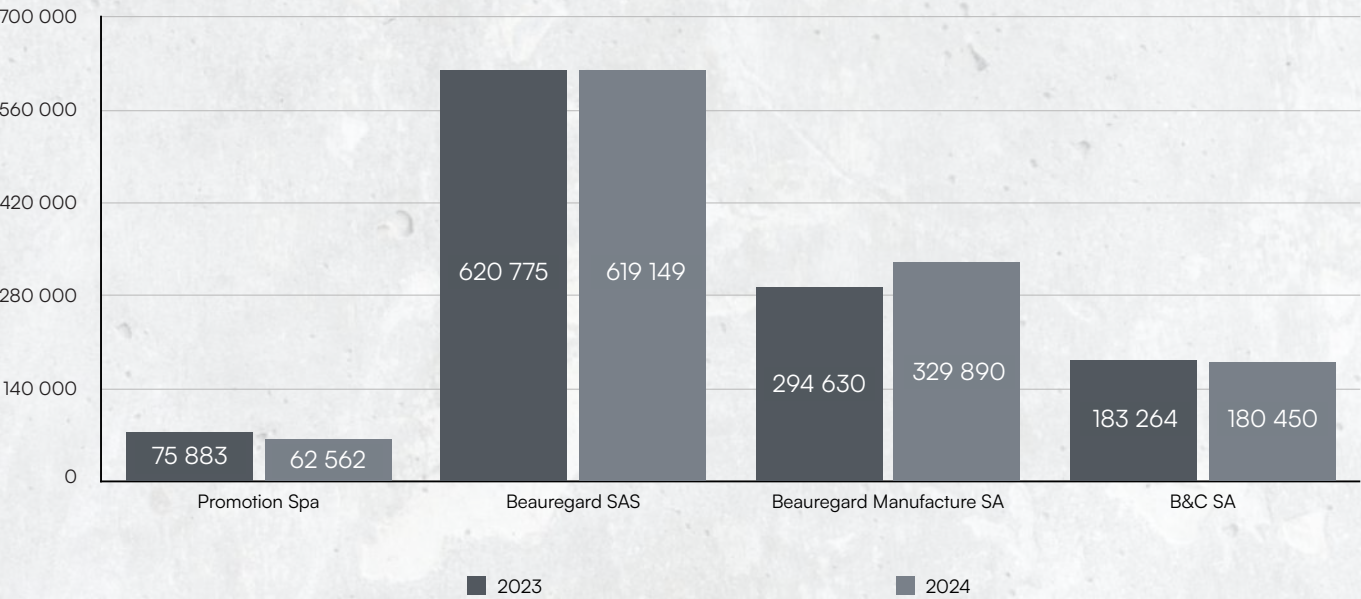
CONSOMMATION D’ÉNERGIE KWH

SIÈGE	2023	RÉPARTITION 2023	2024	RÉPARTITION 2024
PROMOTION SPA	75 883	6,45%	62 526	5,25%
BEAUREGARD SAS	620 775	52,76%	619 149	51,94%
BEAUREGARD MANUFACTURE SA	294 630	25,04%	329 890	27,67%
B&C SA	183 264	15,58%	180 450	15,14%
COMBINED TOTAL	1 174 552	100%	1 192 015	100%



Analyse consommation par site

- Le site italien Promotion Spa a enregistré une nette amélioration, réduisant sa consommation de 75 883 kWh en 2023 à 62 526 kWh en 2024, soit -17,6 %. Son poids dans le total est passé de 6,45 % à 5,25 %, soulignant l'efficacité des solutions numériques mises en place et de l'installation photovoltaïque, qui a réduit la dépendance au réseau électrique.
- Le site suisse Beauregard Manufacture SA a vu sa consommation passer de 294 630 kWh à 329 890 kWh (+12 %), portant son poids de 25,0 % à 27,7 %. Ici, ce chiffre ne traduit pas une inefficacité, mais l'expansion de la production et la complexité des travaux de précision, qui nécessitent une alimentation électrique constante.
- Chez Beauregard SAS (France), la consommation est restée stable : 620 775 kWh en 2023 contre 619 149 kWh en 2024 (-0,3 %). Même sans variations substantielles, le site français reste le principal pôle énergétique du Groupe, avec plus de la moitié des besoins totaux (51,9 %), d'où l'importance des mesures de contrôle mises en place les années précédentes.
- Le site portugais de B&C SA a enregistré une légère baisse, passant de 183 264 kWh à 180 450 kWh (-1,5 %). Son incidence est restée stable autour de 15 %, consolidant son rôle de site de soutien et d'équilibre dans le cadre énergétique du Groupe.

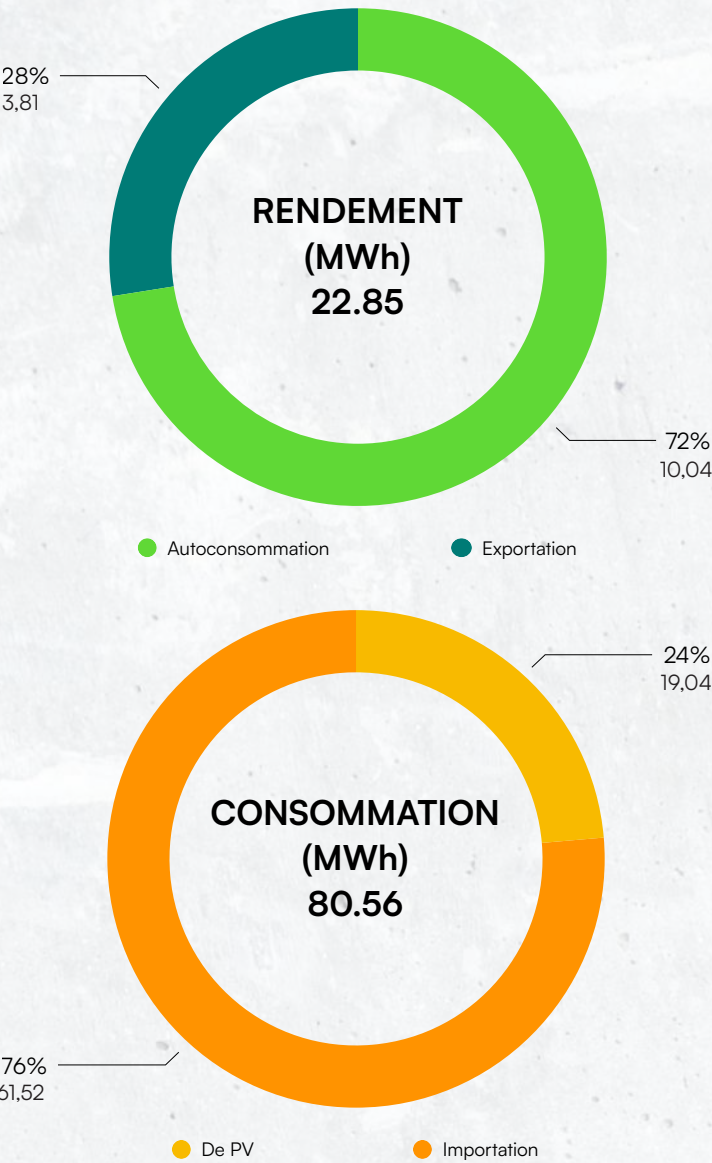


Analyse consommation par site

L'installation photovoltaïque a produit au total 22,85 MWh d'énergie propre, consolidant ainsi l'engagement en faveur des énergies renouvelables. Sur ce total :

- 19,04 MWh (83,3 %) ont été autoconsommés, générant une économie directe en termes d'approvisionnement du réseau et d'émissions évitées ;
- 3,81 MWh (16,7 %) ont été injectés dans le réseau, contribuant à l'équilibre du système électrique et à la diffusion des énergies renouvelables.

En termes de consommation, l'énergie solaire a couvert 23,6 % des besoins totaux, les 76,4 % restants (61,52 MWh) ont été importés du réseau électrique. Ce chiffre montre un premier pas significatif vers l'autonomie énergétique et la capacité du Groupe à intégrer des solutions durables et à faible impact dans son mix énergétique.



Le Groupe vise désormais trois objectifs prioritaires :

- Réduire la dépendance au réseau, en augmentant la part d'énergie autoproduite par le photovoltaïque.
- Optimiser les processus de production dans les sites les plus consommateurs, en particulier en France et en Suisse.
- Diffuser les pratiques d'efficacité et de contrôle dans tous les sites, pour consolider les résultats obtenus en Italie et au Portugal.

CONSOMMATION D’EAU

Au cours de la période 2023-2024, le Groupe a enregistré une réduction globale significative : de 4 485 m3 en 2023, il est passé à 3 591 m3 en 2024, soit moins 900 m3, ou -20 %. Ce chiffre témoigne de l’efficacité des mesures mises en place sur différents sites, visant à optimiser l’utilisation des ressources en eau et à sensibiliser les personnes à une utilisation plus responsable.

CONSOMMATION D’EAU M³

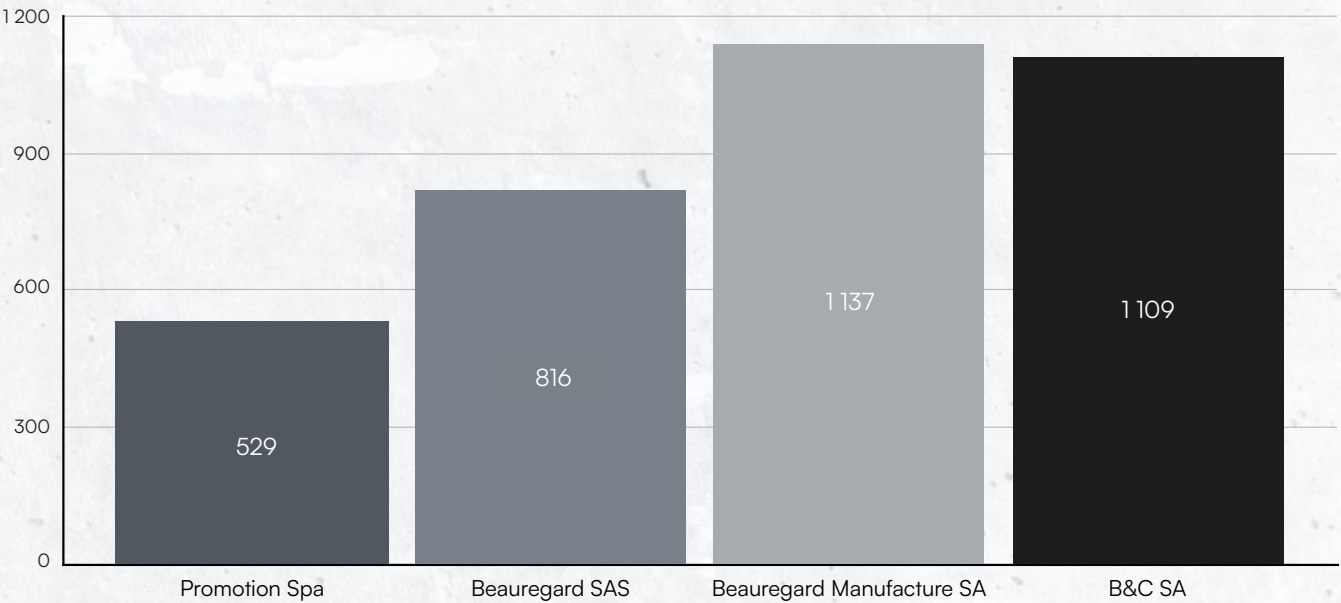
SIÈGE	2023	2024
PROMOTION SPA	360	529
BEAUREGARD SAS	1 153	816
BEAUREGARD MANUFACTURE SA	1 986	1 137
B&C SA	986	1 109
TOTAL	4 485	3 591



L’analyse par site illustre des dynamiques différentes :

- Promotion Spa enregistre une forte augmentation, passant de 360 m3 à 529 m3 (+47 %). Ce chiffre, bien que faible en termes absolus, impose d’intégrer des solutions d’efficacité énergétique en Italie.
- Beauregard SAS affiche une baisse de -29 %, passant de 1 153 m3 à 816 m3. Cette baisse confirme la consolidation des pratiques d’économie d’eau déjà mises en place les années précédentes.
- Beauregard Manufacture SA a réduit sa consommation de 1 986 m7 à 1 137 m3, soit -43 %. Cette contraction reflète les mesures d’efficacité énergétique prises sur les installations et une gestion plus attentive des phases de production.
- B&C SA affiche une augmentation de 986 m3 à 1 109 m3 (+12 %). Même si ces valeurs sont modérées, l’augmentation indique la nécessité d’adopter des mesures de restriction ciblées sur ce site, afin de l’aligner sur la tendance du Groupe.

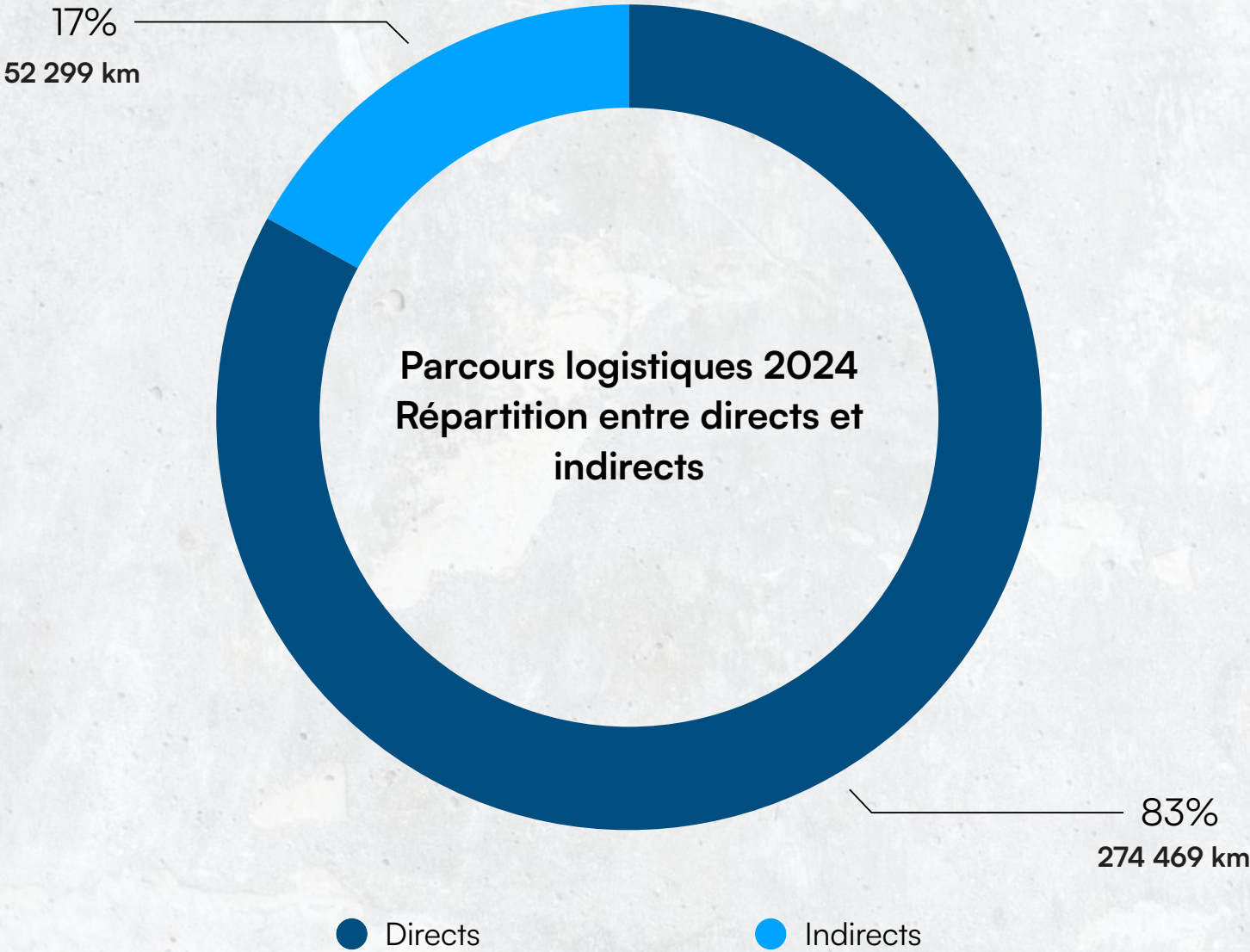
Les défis à venir concernent la consolidation des pratiques vertueuses déjà adoptées et l’extension de mesures ciblées dans les sites qui ont enregistré des augmentations, afin de maintenir une trajectoire cohérente de réduction et d’utilisation durable de l’eau.



CONSOMMATION DE CARBURANT

Promotion Group a surveillé les distances parcourues dans le cadre de ses activités logistiques, en distinguant les kilomètres directs, effectués avec des véhicules gérés par l’entreprise, et les kilomètres indirects, confiés à des tiers. Cette mesure est un outil essentiel pour comprendre l’impact environnemental des opérations de transport et pour évaluer leur évolution dans le temps.

Au total, 274 469 kilomètres directs ont été enregistrés en 2024, un chiffre qui reflète une stabilité par rapport à l’année précédente, avec une variation minimale de -0,5 %. Dans ce contexte, on observe des tendances différentes selon les sites : en Italie, les kilomètres directs ont augmenté de +5,1 %, en Suisse, l’augmentation a été plus modérée (+1,4 %), tandis qu’en France, la baisse est de -7,8 %.



Une évolution plus marquée ressort de l’analyse des kilomètres indirects, qui s’élèvent au total à 52 299 kilomètres en 2024, soit une augmentation de +35,7 % par rapport à l’année précédente. La France enregistre une croissance de +35,4 %, le Portugal une augmentation de +36,8 %, tandis qu’en Suisse, pour la première fois, 2 250 kilomètres indirects ont été comptabilisés, ce qui n’était pas le cas auparavant.

Le tableau de l’année 2024 est donc celui d’un système logistique qui maintient une continuité dans les trajets directs, face à une croissance significative des trajets indirects, avec des différences territoriales qui dessinent un tableau articulé et comparable entre les différents pays dans lesquels le Groupe opère.

KM DIRECTS/INDIRECTS				
SIÈGE	KM DIRECTS 2023	KM INDIRECTS 2023	KM DIRECTS 2024	KM INDIRECTS 2024
PROMOTION SPA	68 664	-	72 185	-
BEAUREGARD SAS	85 860	29 868	79 182	40 443
BEAUREGARD MANUFACTURE SA	121 436	-	123 102	2 250
B&C SA	-	8 664	-	11 856
TOTAL	275 960	38 532	274 469	52 299

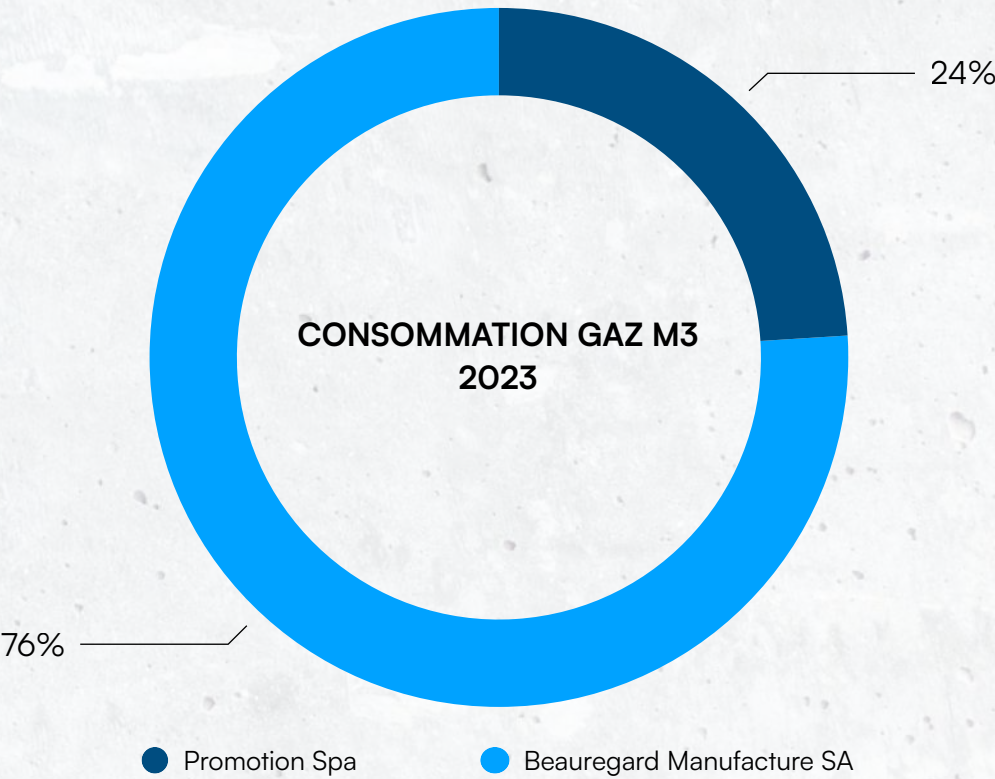
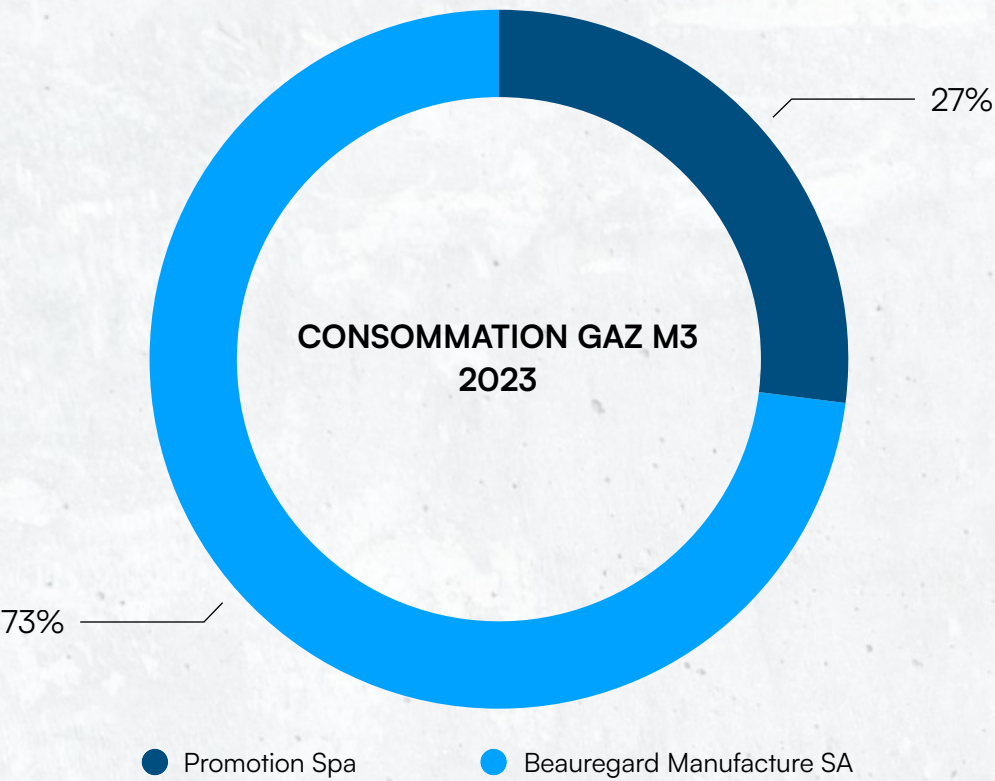
CONSOMMATION DE GAZ

Pour cette période, le Groupe a enregistré une consommation totale de gaz naturel de 12 552 m3 en 2023 contre 13 068 m3 en 2024. L'augmentation totale est de 516 m3, soit +4 %.

La tendance par pays met en évidence deux dynamiques distinctes. En Italie, la consommation passe de 3 427 m3 à 3 120 m3 (-9 %), tandis qu'en Suisse, on observe une augmentation de 9 125 m3 à 9 948 m3 (+9 %).

Ces variations reflètent les conditions opérationnelles spécifiques de chaque site et confirment la nécessité d'un suivi précis pour orienter les interventions futures.

CONSOMMATION GAZ M3				
SIÈGE	2023	2024	VARIATION ABSOLUE	VARIATION %
PROMOTION SPA	3 427	3 120	-307	-9%
BEAUREGARD MANUFACTURE SA	9 125	9 948	+823	+9%
TOTAL	12 552	13 068	+516	+4%



GESTION DES DÉCHETS

La réduction de la consommation de papier est une avancée significative enregistrée par Promotion Group au cours des trois dernières années. Les initiatives en matière de numérisation des processus, d'optimisation des flux documentaires et de sensibilisation des personnes ont permis une baisse nette et mesurable dans les différents sites.

En 2022, le Groupe utilisait au total 746 rames, soit environ 373 000 feuilles. Dès 2023, une baisse de 36 % a été enregistrée, avec 473 rames (236 500 feuilles), pour atteindre 380 rames en 2024, soit 190 000 feuilles au total. En deux ans, la consommation a donc presque diminué de moitié, enregistrant une réduction totale de 49 % par rapport à 2022.

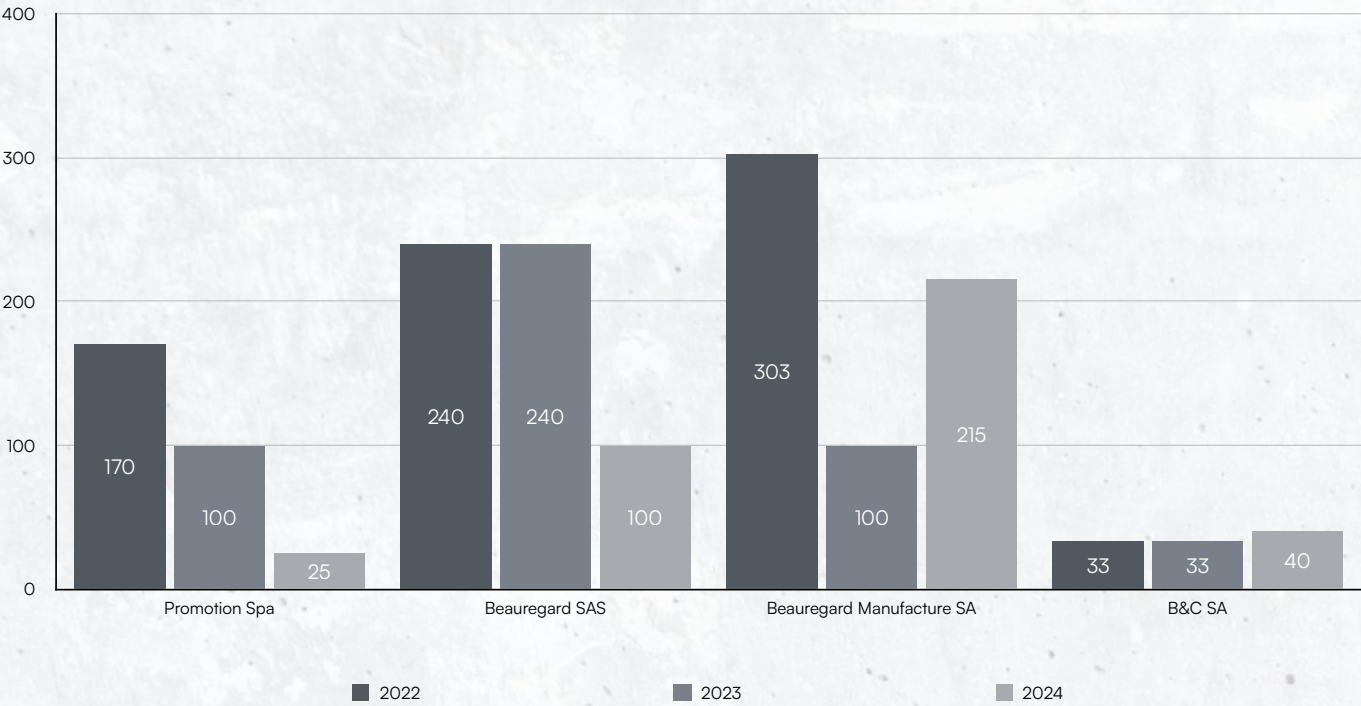
La tendance sur trois ans témoigne d'un changement structurel : la consommation de papier n'est plus considérée comme une ressource évidente, mais comme un indicateur à surveiller et sur lequel il convient d'intervenir.

Le chemin parcouru ne se limite pas aux chiffres : la numérisation progressive des processus et l'introduction de systèmes d'archivage électronique ont diffusé de nouvelles habitudes quotidiennes, plus durables et plus responsables. À l'avenir, le Groupe entend consolider ces résultats, dans le but d'étendre à tous les sites des normes permettant de réduire davantage l'utilisation du papier, tout en sensibilisant les personnes à des pratiques de travail toujours plus respectueuses des ressources environnementales.

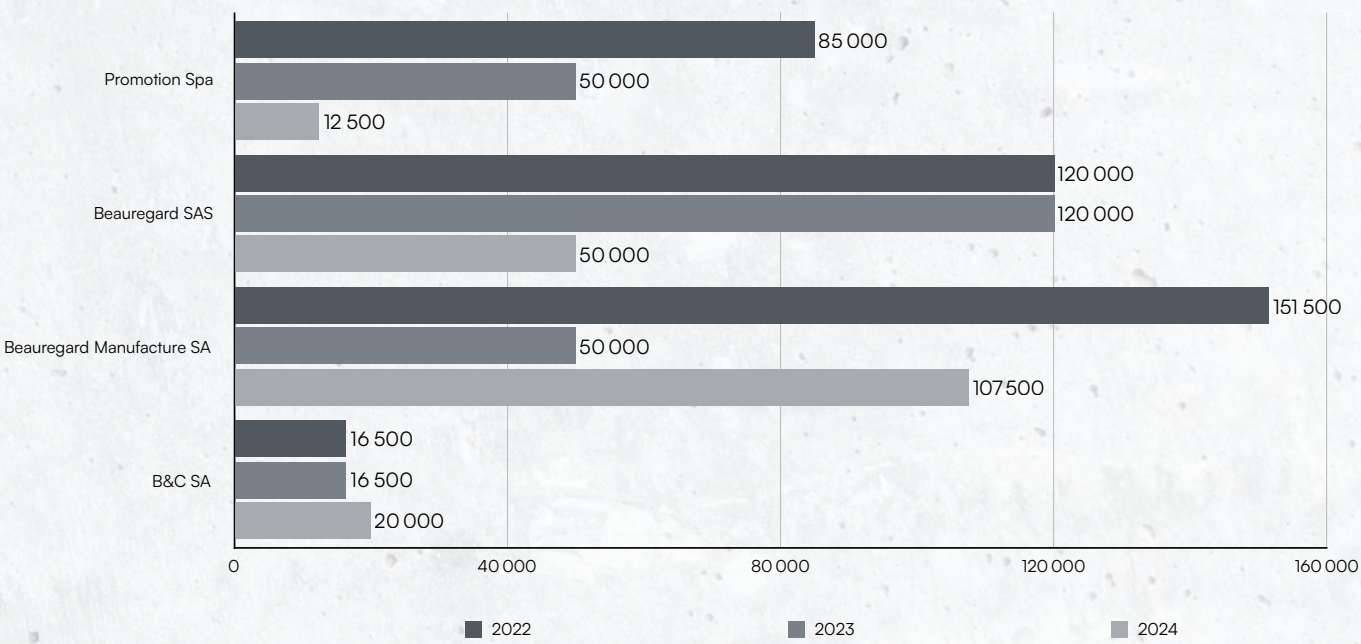


CONSOMMATION PAPIER				
SIÈGE	TYPE	2022	2023	2024
PROMOTION SPA	RAMES	170	100	25
	FEUILLES	85 000	50 000	12 500
BEAUREGARD SAS	RAMES	240	240	100
	FEUILLES	120 000	120 000	50 000
BEAUREGARD MANUFACTURE SA	RAMES	303	100	215
	FEUILLES	151 500	50 000	107 500
B&C SA	RAMES	33	33	40
	FEUILLES	16 500	16 500	20 000
TOTAL	RAMES	746	473	380
	FEUILLES	373 000	236 500	190 000

Consommation rames de papier par site



Consommation feuilles de papier par site



INDEX GRI

GRI 1:	
PRINCIPES FONDAMENTAUX 2021	7
GRI 2:	
INFORMATIONS GÉNÉRALES 2021	7
L'ORGANISATION ET SES PRATIQUES DE REPORTING	
8-13	2-1 Détails organisationnels
8-13	2-2 Entités incluses dans le reporting de durabilité de l'organisation
8-13	2-3 Période, fréquence et point de contact du reporting
100	2-4 Révision des informations
8-13	2-6 Activités, chaîne de valeur et autres relations commerciales (activités, produits, services et marchés desservis, chaîne d'approvisionnement, etc.)
49-55	2-7 Employés (nombre d'employés sous contrat de travail — à durée indéterminée, temporaire, à temps plein, à temps partiel — répartis par sexe et zone géographique))
49-55	2-8 Travailleurs non salariés (nombre de travailleurs non salariés dont le travail est contrôlé par l'organisation, en précisant les types de contrats les plus courants et le travail effectué)
41-45	2-9 Structure et composition de la gouvernance (y compris les comités de l'organe de gouvernance suprême, les membres exécutifs ou non exécutifs, etc.)
49-55	2-10 Nomination et sélection de l'organe de gouvernance suprême (en décrivant les critères utilisés, l'indépendance, la compétence, etc.)2-11

49-55	Présidence de l'organe de gouvernance le plus élevé (si le président est un cadre supérieur, expliquer sa fonction au sein de la direction, les raisons de cet arrangement et la manière dont les conflits d'intérêts sont prévenus et atténués)
49-55	2-12 Rôle de l'organe de gouvernance le plus élevé dans la supervision de la gestion des impacts (dont le rôle de l'organe de gouvernance le plus élevé et des cadres supérieurs dans l'élaboration, l'approbation et la mise à jour des stratégies, des politiques et des objectifs en matière de durabilité, etc.)
49-55	2-13 Délégation de la responsabilité de la gestion des impacts (comment l'organe de gouvernance le plus élevé délègue la responsabilité de la gestion des impacts de l'organisation sur l'économie, l'environnement et les personnes, etc.)
49-55	2-14 Rôle de l'organe de gouvernance le plus élevé dans le reporting de durabilité
49-55	2-15 Conflits d'intérêts (décrire les processus qui permettent à l'organe de gouvernance le plus élevé de s'assurer que les conflits d'intérêts sont atténués, etc.)
-	2-16 Communication des préoccupations majeures (si et comment les préoccupations majeures sont communiquées à l'organe de gouvernance le plus élevé, etc.)
-	2-17 Connaissance partagée de l'organe de gouvernance le plus élevé (mesures prises pour faire progresser les connaissances et l'expérience en matière de durabilité)
-	2-18 Évaluation de la performance de l'organe de gouvernance le plus élevé (dans la supervision de la gestion des impacts de l'organisation sur l'économie, l'environnement et les personnes)
-	2-19 Politiques de rémunération (des membres de l'organe de gouvernance le plus élevé et des cadres supérieurs)
-	2-20 Processus de détermination de la rémunération
-	2-21 Rapport de rémunération annuelle totale (rapport entre la rémunération annuelle totale de la personne percevant la rémunération la plus élevée et la rémunération annuelle totale moyenne de tous les employés — à l'exclusion de la

personne susmentionnée ; rapport entre l’augmentation en pourcentage de la rémunération annuelle totale de la personne percevant la rémunération la plus élevée et l’augmentation pourcentage moyen de la rémunération annuelle totale de tous les employés — à l’exclusion de la personne susmentionnée)

STRATÉGIE, POLITIQUES ET PRATIQUES

8-13	2-22 Déclaration sur la stratégie de durabilité (déclaration de l’organe de gouvernance le plus élevé ou du plus haut cadre supérieur de l’organisation sur la pertinence du développement durable pour l’organisation et sa stratégie de contribution à la durabilité)
23-33	2-23 Engagement en matière de politiques
23-33	2-24 Intégration des engagements en terme de politiques
23-33	2-25 Processus de remédiation des impacts négatifs
23-33	2-26 Mécanismes pour demander conseil et soulever des préoccupations (description mécanismes sur la mise en œuvre des politiques et des pratiques de l’organisation en matière de conduite responsable des affaires ; soulever des préoccupations concernant la conduite des affaires)
-	2-27 Conformité aux législations et aux réglementations (dont le nombre total de cas significatifs de non-conformité aux législations et aux réglementations ; nombre total et la valeur monétaire des amendes payées pour les cas de non-conformité)
-	2-28 Adhésion à des associations (sectorielles, professionnelles ou autres associations dans lesquelles

ENGAGEMENT DES PARTIES PRENANTES

20-21	2-29 Approche de l’engagement des parties prenantes (description des catégories de parties prenantes et la manière dont elles sont identifiées ; l’objectif de l’engagement et comment l’organisation assure leur engagement)
-	2-30 Négociations collectives (communiquer le pourcentage d’employés couverts par des négociations collectives ; pour les employés non couverts par des négociations collectives, indiquer comment l’organisation détermine leurs conditions de travail)

GRI 3: THÈMES PERTINENTS 2021

8-13	3-1 Processus pour déterminer les thèmes pertinents
20-21	3-2 Liste des thèmes pertinents

NORMES SPÉCIFIQUES ET INFORMATIONS PERTINEN-

GRI 201: PERFORMANCE ÉCONOMIQUE 2016

-	201-1 Valeur économique directe générée et distribuée (y compris recettes, coûts opérationnels, salaires et avantages des employés, paiements à l’administration publique et investissements en faveur de la communauté)
76-77	201-2 Implications financières et autres risques et opportunités dus au changement climatique
65-66	201-3 Obligations régime à prestations et autres régimes de retraite
73-74	201-4 Aide financière publique

GRI 203: IMPACTS ÉCONOMIQUES INDIRECTS 2016

73-74	203-1 Investissements dans les infrastructures et mécénat (étendue des investissements significatifs dans les infrastructures et mécénat ; les impacts actuels ou attendus sur les économies locales, notamment les impacts positifs et négatifs ; si ces investissements et services sont des engagements financiers, en nature ou fournis gratuitement)
73-74	203-2 Impacts économiques indirects significatifs (fournir des exemples d’impacts économiques indirects identifiés significatifs de l’organisation, notamment les impacts positifs et négatifs, etc.)

GRI 204:
PRATIQUES D’ACHATS 2016

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

GRI 205:
LUTTE CONTRE LA CORRUPTION 2016

- 205-1 Activités évaluées en termes de risque lié à la corruption (indiquer le nombre et le pourcentage d’activités évaluées en termes de risque lié à la corruption)
- 5-2 Communication et formation sur les réglementations et les procédures (indiquer le nombre et pourcentage des membres du conseil d’administration et des employés ayant reçu communication des politiques et procédures en matière de lutte contre la corruption)
- 205-3 Cas avérés de corruption et mesures prises (indiquer le nombre total et la nature des cas avérés de corruption, etc.)

GRI 206:
COMPORTEMENT ANTICONCURRENTIEL 2016

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

GRI 301:
MATIÈRES 2016

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

GRI 302:
ÉNERGIE 2021

- 79-81 302-1 Consommation d’énergie interne à l’organisation
- 79-81 302-2 Consommation d’énergie externe à l’organisation
- 79-81 302-3 Intensité énergétique
- 79-81 302-4 Réduction de la consommation d’énergie
- 79-81 302-5 Réduction des exigences énergétiques des produits et services

GRI 303:
EAU ET EFFLUENTS 2018

- 83-83 303-1 Interactions avec l’eau comme ressource partagée
- 83-83 303-2 Gestion des impacts liés au rejet d’eau
- 83-83 303-3 Prélèvement hydrique
- 83-83 303-4 Effluents
- 83-83 303-5 Consommation d’eau

GRI 304:
BIODIVERSITÉ 2016

- 304-1 Sites d’activité détenus, loués ou gérés, situés dans ou bordant des aires protégées et des zones riches en biodiversité à l’extérieur des aires protégées
- 76-77 304-2 Impacts significatifs activités, produits, services sur la biodiversité
- 76-77 304-3 Habitats protégés ou restaurés
- 304-4 Espèces sur la liste rouge de l’UICN et sur la liste de conservation nationale dont les habitats sont situés dans des zones affectées par les opérations

GRI 305:
ÉMISSIONS 2016

86 305-1 Émissions de GES

GRI 306:
EFFLUENTS ET DÉCHETS 2016

82-83 306-2 Déchets par type et méthode d'élimination

GRI 306:
DÉCHETS 2020

89-91 306-1 Génération de déchets et impacts significatifs liés aux déchets

89-91 306-2 Gestion des impacts significatifs liés aux déchets

89-91 306-3 Déchets générés

89-91 306-4 Déchets non en décharge

89-91 306-5 Déchets mis en décharge

GRI 308:
ÉVALUATION ENVIRONNEMENTALE DES FOURNISSEURS 2016

20-21 308-1 Nouveaux fournisseurs analysés à l'aide de critères environnementaux (indiquer le pourcentage)

- 308-2 Impacts environnementaux négatifs dans la chaîne d'approvisionnement et mesures prises

GRI 401:
EMPLOI 2016

49-55 401-1 Recrutement de nouveaux employés et rotation du personnel (indiquer le nombre total d'employés et le taux de rotation du personnel et des nouveaux employés, par groupe âge, sexe et région)

49-55 401-2 Avantages accordés aux employés à temps plein qui ne sont pas accordés aux employés à durée déterminée ou à temps partiel

49-55 401-3 Congé parental (y compris le taux de reprise du travail et de rétention des employés ayant pris un congé parental, par sexe)

GRI 402:
GESTION DU TRAVAIL ET DES RELATIONS SYNDICALES 2016

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

GRI 403:
SANTÉ ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL 2018

69-71 403-1 Système de gestion de la santé et de la sécurité au travail

69-71 403-2 Identification des dangers, évaluation des risques et investigation des événements indésirables

69-71 403-3 Services de santé au travail

65-66 403-4 Participation et consultation des travailleurs sur les programmes de santé et de sécurité au travail et communication à ce sujet

69-71 403-5 Formation des travailleurs à la santé et à la sécurité au travail

69-71 403-6 Promotion de la santé des travailleurs

- 403-8 Travailleurs couverts par système de gestion santé et sécurité au travail

- 403-9 Accidents du travail

- 403-10 Maladies professionnelles

GRI 404:
FORMATION ET ÉDUCATION 2016

57-63	404-1 Nombre moyen d’heures de formation par an par employé
57-63	404-2 Programmes de mise à niveau des compétences des employés et programmes d’aide à la transition
-	404-3 Pourcentage d’employés bénéficiant d’évaluations de leurs performances et de leur développement professionnel

GRI 405:
DIVERSITÉ/ÉGALITÉ DES CHANCES 2016

54-55	405-1 Diversité des organes de gouvernance et des employés (indiquer le pourcentage d’individus présents dans les organes de gouvernance et d’employés par genre, groupe d’âge et, le cas échéant, selon d’autres indicateurs de diversité)
-	405-2 Ratio du salaire de base et de la rémunération des femmes et des hommes (pour chaque catégorie professionnelle)

GRI 406:
LUTTE CONTRE LA DISCRIMINATION 2016

-	406-1 Cas de discrimination et mesures correctives
---	--

GRI 413:
COMMUNAUTÉS LOCALES 2016

73-77	413-1 Activités impliquant la communauté locale, évaluation des impacts et programmes de développement (indiquer le pourcentage)
73-77	413-2 Activités générant des impacts négatifs substantiels, réels ou potentiels sur les communautés locales

GRI 414:
ÉVALUATION SOCIALE DES FOURNISSEURS 2016

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

GRI 416:
SANTÉ ET SÉCURITÉ DES CLIENTS 2016

69-71	416-1 Évaluation des impacts des catégories de produits et services sur la santé et la sécurité (pourcentage de catégories de produits/services significatives pour évaluation des impacts)
69-71	416-2 Cas de non-conformité concernant les impacts des produits et des services sur la sécurité et la santé (en précisant s’ils ont entraîné une amende, une pénalité ou un avertissement)

GRI 417:
COMMERCIALISATION ET ÉTIQUETAGE 2016

69	417-1 Exigences relatives à l’information sur les produits et les services et l’étiquetage
-	417-2 Cas de non-conformité concernant l’information sur les produits et services et l’étiquetage (en précisant s’ils ont entraîné une amende, une pénalité ou un avertissement)
-	- 417-3 Cas de non-conformité concernant la communication marketing (en précisant s’ils ont entraîné une amende, une pénalité ou un avertissement)

GRI 418:
CONFIDENTIALITÉ CLIENTS 2016

31	418-1 Plaintes fondées relatives à l’atteinte à la confidentialité des données des clients et aux pertes de données des clients (reçues de la part de tiers et confirmées par l’organisation ou par des autorités de régulation)
----	--



PROMOTION SPA

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

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



AMP CONSULTING SRL

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

+39 0444 925950
info@ampconsulting.it

Dott. Daniele Mazzonetto
Tommaso D'Este



Promotion Group



Promotion SpA



BEAUREGARD MANUFACTURE SA



BEAUREGARD SAS



B&C S.A.

PROMOTION-GROUP.CH