

Rapport sur le développement durable

AMAG Group AG

Édition
avec regard
authentique
dans les
coulisses

20
21

amag

Nous allons de l'avant.

Sommaire

01 Introduction

- 9 Éditorial
- 14 Le groupe AMAG en bref
- 17 Stratégie de développement durable

02 Développement durable à 360°

- 31 On en parle
- 37 Regard sur l'entreprise
- 41 Fairplay
- 71 Net Zero
- 111 Engage

Facts

- 68 Fairplay
- 108 Net Zero
- 144 Engage

03 Rapport ICP selon les normes GRI

- 151 GRI 102 Éléments généraux d'information
- 163 GRI 206 Comportement anticoncurrentiel
- 165 GRI 302 Énergie
- 167 GRI 305 Émissions
- 171 GRI 403 Santé et sécurité au travail
- 178 GRI 404 Formation et éducation
- 182 GRI 405 Diversité et égalité des chances
- 185 GRI 418 Confidentialité des données clients

Version papier sur demande

Besoin d'un exemplaire papier? Retrouvez toutes les informations dans les mentions légales, page 186.

INTRODUCTION

01

Éditorial

En matière de développement durable, nous allons de l'avant et nous comptons devenir leader de la mobilité individuelle durable. Pour y parvenir, nous allons devoir déployer de gros efforts. Ce rapport a pour but de fournir des informations transparentes sur le chemin que nous nous sommes fixés.

01 Introduction → Éditorial



Le conseil d'administration fait bloc derrière la direction et les efforts en matière de développement durable

«Culture et stratégie d'entreprise durables sont l'essence même d'AMAG en sa qualité d'entreprise familiale suisse.»

Culture et stratégie d'entreprise durables sont l'essence-même d'AMAG en sa qualité d'entreprise familiale, forte de ses 77 ans d'histoire. Représentant avec succès les marques du groupe Volkswagen en Suisse, l'entreprise n'a eu cesse de se développer au fil des ans. Dès la fin des années 50, l'intégration d'un restaurant Mövenpick au sein d'AMAG Ueberland a représenté pour l'époque une avancée révolutionnaire en termes d'expérience dans l'univers commercial. La création quelques années plus tard de la société Automation Center AG a permis d'investir très tôt dans l'automatisation et la recherche de performances. L'orientation clientèle et la numérisation sont aujourd'hui encore des points centraux de la stratégie du groupe AMAG qui entend devenir le leader de la mobilité individuelle durable. Le développement durable n'est pas une tendance mais un changement fondamental pour la société et l'économie.

Pour le groupe AMAG, publier les données de l'entreprise est inédit. En tant qu'entreprise familiale, et malgré notre longue histoire, nous n'avons encore jamais publié de rapport d'exploitation. Avec ce rapport sur le développement durable, nous ouvrons un nouveau chapitre et créons de la transparence au sujet de notre empreinte écologique, sociale et économique. Par ce biais, nous voulons aussi que l'opinion publique puisse nous juger sur nos actes.

L'être humain est au cœur de toutes nos activités: sous le terme ENGAGE, nous résumons notre engagement en faveur du personnel et de la société. Nous sommes persuadés que la diversité et la variété des collaboratrices et collaborateurs constituent la base d'une entreprise qui, dans l'avenir, saura rester florissante et performante.

Sous le terme FAIRPLAY, le groupe AMAG regroupe les initiatives pour une bonne Corporate Governance, les activités visant à garantir des pratiques commerciales intègres, la promotion de la santé au travail et le sujet de la cybersécurité. Nous nous engageons à adopter systématiquement une attitude correcte aussi bien sur le plan juridique qu'éthique. Par conséquent, nous appliquons une politique de tolérance zéro à l'égard d'accords de non-concurrence. Par NET ZERO, nous entendons tous les engagements et les efforts en matière de protection de l'environnement et du climat.

En tant qu'entreprise, nous entendons devenir climatiquement neutre d'ici à 2025 et, d'ici à 2040, nous avons pour ambition d'atteindre une empreinte écologique neutre selon Net Zero dans le cadre de la Science Based Target Initiative. Le portefeuille de produits du groupe VW constitue la base de cette ambition. En 2025, nous voulons vendre au moins 50%, en 2030 au moins 70% et d'ici à 2040 100% de véhicules dits rechargeables, c'est-à-dire des véhicules entièrement électriques et hybrides rechargeables. La mobilité de demain sera électrique et AMAG propose de nouvelles solutions de mobilité respectueuses

des ressources. Depuis 2019, l'entreprise Clyde propose des véhicules en abonnement, et d'ici à 2024 elle compte se transformer en un écosystème de mobilité purement électrique. Le besoin de solutions durables augmente aussi chez la clientèle commerciale. Avec la nouvelle équipe E-Mobility Solutions, le groupe propose des solutions tout-en-un pour la clientèle d'entreprises et de flotte, avec un service de conseil complet pour les véhicules, l'infrastructure de recharge, le financement, la gestion de flotte, incluant des solutions de recharge et de facturation ainsi que l'ingénierie et la gestion de projets pour les infrastructures. En collaboration avec des entreprises et des quartiers, nous pilotons l'interconnexion intelligente des différents modes de transport par le biais de solutions «mobility as a service». Les nouvelles technologies et les nouveaux usages font de plus en plus partie du quotidien. Aujourd'hui, notre clientèle peut déjà acheter, vendre ou prendre un véhicule en abonnement, convenir d'un rendez-vous pour une révision ou encore déclarer un sinistre en ligne. Nous voulons que notre clientèle puisse interagir avec nous le plus simplement et le plus individuellement possible.

Par ailleurs, AMAG a fondé un fonds pour le climat et l'innovation qui investit dans des technologies et des modèles d'entreprise visant à décarboner la mobilité. L'an passé, ce fonds a pris une participation dans la société Synhelion SA, une société suisse dérivée de l'EPFZ, qui produit des carburants solaires («solar fuels» en anglais) par un nouveau procédé thermo-chimique. De plus, dans notre stratégie climatique, nous misons entre autres sur la neutralisation des émissions inévitables. À cet effet, nous avons conclu un contrat d'élimination du dioxyde de carbone avec l'entreprise Climeworks, leader dans le secteur de la capture atmosphérique directe.

L'attention portée à notre clientèle, la numérisation et une politique d'entreprise durable restent les pierres angulaires de nos actions. Pour atteindre les objectifs de notre stratégie climatique, nous avons aussi besoin que le monde politique définisse des conditions-cadres adéquates et que d'autres secteurs, tels que la filière énergétique et l'immobilier, prennent eux aussi le chemin de la transformation durable. Nous allons de l'avant et invitons d'autres entreprises à apporter leur contribution pour l'avenir de la Suisse en tant que pôle économique.

Ce rapport a pour but d'informer notre clientèle et d'inspirer nos collaboratrices et collaborateurs pour qu'ils contribuent à tracer le chemin que nous avons choisi. Pour que notre réussite s'inscrive dans la durée, nous devons toutes et tous nous y engager fermement. Nous allons de l'avant.



Martin Haefner
Président du Conseil d'administration



Helmut Ruhl
Chief Executive Officer

Notre vision: nous voulons devenir le premier fournisseur de mobilité individuelle durable.

Le groupe AMAG en bref

La société **AMAG Group AG** est le premier fournisseur suisse de mobilité individuelle durable. Elle contrôle les filiales suivantes:

AMAG Import SA importe et distribue les marques Volkswagen, Audi, SEAT, CUPRA, ŠKODA et VW Véhicules Utilitaires par le biais du plus vaste réseau de distribution de Suisse, qui compte plus de 450 concessionnaires et partenaires de service. La section AMAG Import gère en outre un service clients qui apporte un soutien technique aux concessionnaires et aux partenaires de service et qui fournit une assistance générale mais aussi spécifique sur les différentes marques. Dotée d'un centre de formation moderne, AMAG Import SA permet à tout le personnel de l'organisation de rester à jour de ses connaissances, aussi bien sur les questions d'ordre technique que sur les méthodes de vente et l'orientation clientèle.

Avec plus de 80 garages AMAG Retail, **AMAG Automobiles et Moteurs SA** dispose du plus vaste réseau de concessionnaires de toute la Suisse. Les garages AMAG Retail garantissent à leurs clientes et clients un accompagnement haut de gamme sur tout le territoire. L'offre de services proposée par les garages AMAG Retail comprend la vente, la réparation et l'entretien aussi bien que le conseil en leasing et assurance.

AMAG Leasing AG propose aux particulières et particuliers et aux entreprises des solutions de financement. Le leasing est une forme de financement populaire et le meilleur moyen pour de nombreuses personnes d'exaucer leurs rêves de mobilité. AMAG Leasing AG veille à ce que les contrats soient financièrement supportables par sa clientèle.

AMAG First AG, qui est la plus importante organisation commerciale Porsche, réalise le rêve de ses clientes et clients dans six centres Porsche. AMAG First AG est l'incarnation d'une qualité haut de gamme et d'un service de premier choix.

AMAG Services AG possède la licence suisse d'Europcar et d'ubeeqo. C'est le numéro un de la location de voitures avec plus de 80 agences. Fidèle à sa devise «happy to help», Europcar Suisse garantit une mobilité illimitée. L'éventail de ses services va bien au-delà de celui proposé par les agences de location traditionnelles. Il comprend également le Valet Parking aux aéroports et des services de voiturier pour conduire confortablement et sans stress la clientèle à sa destination.

AMAG Parking AG couvre d'autres facettes de la mobilité grâce à plusieurs parcs de stationnement publics situés aux points les plus centraux de Zurich, de Berne, de Schaffhouse, d'Olten et de Cham.

mobilog AG veille avec son centre logistique des pièces ultramoderne à ce que près de 100% des commandes de pièces de rechange d'origine arrivent au garage dans la demi-journée ouvrable qui suit la passation de commande. Pour pouvoir garantir les besoins de mobilité de sa clientèle en tout temps et en tout lieu, il faut disposer d'un service logistique extrêmement performant.

Le groupe AMAG dispose également d'un **Innovation & Venture LAB** qui développe et pilote de nouveaux modèles d'entreprise autonomes dans les domaines «Smart City», «Mobility as a Service» et «Connected & Autonomous Car» et qui investit dans des start-up prometteuses.

Le **conseil d'administration** d'AMAG Group AG se compose de cinq membres non exécutifs qui, précédemment, ne faisaient pas partie de la direction du groupe ni du management du groupe AMAG. Il s'agit de Martin Haefner (président), de Josef Felder (vice-président), de Raymond Bär, d'Anita Hauser et de Peter Widmer.

La **direction du groupe** d'AMAG Group AG est l'organe subordonné au conseil d'administration. Elle se compose de Helmut Ruhl (CEO) et de Martin Meyer (CFO). La direction se compose de la direction du groupe ainsi que de Mathias Gabler (AMAG Automobiles et Moteurs SA), de Nicole Pauli (AMAG Leasing AG, depuis le 1^{er} janvier 2022), d'Olivier Wittmann (AMAG Import SA), de Beat Jaeggi (mobilog AG), de Hendrik Lütjens (AMAG Services AG et AMAG Parking AG), d'Adriano Rossi (AMAG First AG), de Philipp Wetzel (Innovation & Venture LAB), de Lorenz Aebersold (Legal & Compliance), d'Anja Bates (Group Human Resources), de Martin Everts (Corporate Development), de Dino Graf (Group Communication) et de Thomas Sauer (CIO et CDO).

Terminologie employée dans le présent rapport

Pour faciliter la lecture de ce rapport sur le développement durable, la dénomination AMAG sera majoritairement employée dans ce qui suit pour désigner AMAG Group AG ou le groupe AMAG.

Stratégie de développement durable

Le développement durable est l'un des cinq axes stratégiques d'AMAG. Cela crée la pertinence et les conditions-cadres nécessaires à la mutation qui s'impose.

01 Introduction → Stratégie de développement durable

Stratégie claire en période de mutation

Le secteur automobile est en pleine mutation. Et comme toute mutation, elle est empreinte de nombreuses incertitudes. C'est la raison pour laquelle il est crucial de se doter d'une orientation stratégique claire. Elle permet de recentrer les ressources de l'entreprise vers les sujets centraux et elle a aussi pour mission de montrer aux collaboratrices et collaborateurs la direction vers laquelle AMAG entend évoluer. Cette stratégie ne reste pas une notion abstraite puisqu'elle fait l'objet d'un soutien et d'une mise en œuvre en interne. La stratégie d'entreprise d'AMAG s'articule autour de cinq axes principaux qui, outre le «développement durable», sont nos «activités», notre «clientèle», la «numérisation» et notre «culture».

Nos activités pour un bel avenir

AMAG entend rester leader dans son cœur de métier que sont l'importation, la vente, le financement, la location ainsi que l'entretien et la logistique de véhicules, et continuer à renforcer ses positions de force. AMAG entend comprendre encore mieux sa clientèle et ses besoins de mobilité et lui permettre grâce à de nouveaux produits et services de se déplacer encore plus facilement à l'avenir, et dans de bonnes conditions.

Orientation clientèle et efficacité en hausse grâce à la numérisation

La poursuite de notre numérisation a pour objectif d'arriver à comprendre encore plus rapidement les nouveaux besoins de notre clientèle et à répondre individuellement à ses envies et à ses besoins. Les clientes et clients sont de plus en plus nombreux/-euses, par exemple à souhaiter acheter à l'avenir des véhicules neufs ou d'occasion sans contact, sur Internet. Ou, lors de l'achat, ils souhaitent pouvoir passer sans transition d'un processus hors ligne à un processus en ligne. Pour cela, AMAG va développer des solutions conviviales qui nécessiteront de nouveaux investissements en termes de numérisation. La numérisation va aussi grandement contribuer à la simplification des processus internes, à l'accélération des procédures et à l'amélioration de l'efficacité de l'entreprise.

Bâtir sur notre forte culture sociale

L'entreprise familiale suisse fondée en 1945 dispose d'une forte culture d'entreprise. AMAG veut rester un employeur attrayant, valoriser ses 6500 collaboratrices et collaborateurs et continuer à les former tout au long de leur carrière. La formation initiale et continue doit motiver et permettre les changements



Solutions de mobilité pour un bel avenir

à venir. Avec quelque 740 apprenties et apprentis, nous investissons dans la relève et nous nous engageons dans la voie de la formation duale. L'entreprise souhaite progresser dans les domaines de la diversité et de l'égalité des chances. Pour cela, elle a lancé des programmes en ce sens. Même en dehors de ses activités, l'entreprise assume une responsabilité sociale, que ce soit par son soutien à des représentations populaires à l'Opéra de Zurich, par des programmes d'intégration des réfugiées et réfugiés ou par la fondation du «Family Business Award» qui encourage la philosophie, le respect des principes et l'engagement des entreprises familiales.

Faire des affaires selon des normes éthiques élevées

Dans le domaine du développement économique durable, des directives et normes modernes de gouvernance et de compliance garantissent une gestion correcte, intègre et équitable des affaires. AMAG s'est dotée elle-même de structures de gouvernance modernes et a clairement séparé ses différents secteurs d'activités comme l'importation, le retail, le leasing ou la logistique, aussi bien au niveau du management que sur le plan juridique. Dans le cadre du développement économique durable, AMAG se consacre également avec beaucoup d'intensité à la sécurité au travail et à la protection de la santé de son personnel.

Réduire l'empreinte écologique

En matière de durabilité écologique, AMAG, à l'instar de l'ensemble de la filière automobile, a du retard à rattraper. Pour combler rapidement ces lacunes, cette thématique est profondément ancrée dans la stratégie de l'entreprise. Nous comptons réduire significativement l'empreinte écologique, encourager la mobilité électrique et, avec le soutien de partenariats comme avec les entreprises Synhelion ou Climeworks, soutenir activement la lutte contre le changement climatique.

chauffage des showrooms et des bureaux, il est prévu de renoncer à l'avenir à tous les combustibles fossiles, et de miser sur les pompes à chaleur et les sources d'énergie renouvelables comme le photovoltaïque et le chauffage urbain. Dans les ateliers de peinture, des rénovations technologiques et l'utilisation de peintures modernes et plus durables permettront de réduire sensiblement les besoins énergétiques.

Accélérer la transition

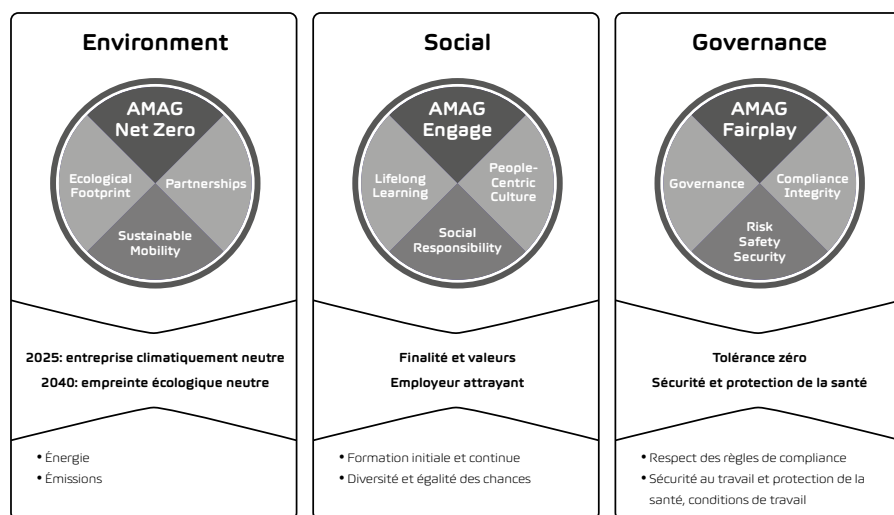
Pour faire avancer toutes ces mesures sur le plan stratégique mais aussi pour motiver chaque unité commerciale à mettre en œuvre des mesures écoresponsables, un prix interne du CO₂ de 120 francs la tonne est actuellement prélevé. Cela renchérit le coût des émissions et soutient ainsi la mise en œuvre économique des mesures. AMAG dépend aussi de ses partenaires pour la mise en œuvre de sa stratégie de développement durable. Par exemple, l'entreprise a conclu un contrat à long terme avec Climeworks, une start-up active dans le domaine du Direct Air Capture, et à travers son propre fonds d'innovation pour le climat à hauteur de 10 millions de francs, elle subventionne de jeunes entreprises et technologies susceptibles de contribuer au ralentissement voire à l'arrêt du changement climatique. Grâce à la mise en œuvre d'une multitude de mesures, nous parviendrons à apporter à long terme une contribution significative à la stratégie climatique de la Suisse à l'horizon 2050.

«Grâce à la mise en œuvre d'une multitude de mesures, nous parviendrons à apporter à long terme une contribution significative à la stratégie climatique de la Suisse à l'horizon 2050.»

La majeure partie de l'empreinte écologique d'AMAG est due aux émissions des véhicules achetés par la clientèle ou que nous utilisons nous-mêmes. C'est la raison pour laquelle la mobilité électrique doit être encouragée tant en interne qu'en externe et, grâce à des investissements dans le développement de carburants synthétiques, rouler en voitures classiques pourra aussi se faire à l'avenir dans le respect de l'environnement. Une autre part importante de l'empreinte carbone d'AMAG découle des combustibles tels que le fuel et le gaz employés d'une part pour le chauffage des showrooms et des bureaux et d'autre part pour le chauffage industriel des ateliers de peinture. Pour le

Aperçu de nos champs d'action

Sous la notion de «responsabilité AMAG», nous regroupons toutes les activités qui garantissent une action durable et anticipative au sein de l'entreprise. C'est ce que nous avons toujours fait depuis la création d'AMAG, et c'est aussi selon ce principe fondamental que nous agissons au sein de l'entreprise. Au cours de l'exercice 2021, nous avons encore accentué notre mission de développement durable et en avons fait une partie intégrante de notre stratégie. En suivant les critères ESG (critères environnementaux, sociaux et de gouvernance), nous nous sommes fixés des objectifs clairs pour la mise en œuvre active de notre responsabilité écologique, sociale et économique.



Stratégie de développement durable d'AMAG – un soutien global et national

Le développement durable est une œuvre commune

L'économie et les entreprises se trouvent aujourd'hui à un tournant dans le monde entier – avec de nouvelles technologies et des exigences sociales élevées à l'égard de leur orientation durable. AMAG est consciente de cette responsabilité qui est la sienne et l'assume. Les objectifs de développement durable des Nations Unies (ONU) et la stratégie de la Confédération pour un développement durable servent de cadre d'orientation à notre action.



Les 17 objectifs de développement durable (ODD) sont le plan d'action global des Nations Unies pour un avenir durable. Ils doivent permettre de préserver l'environnement, la prospérité et la paix dans le monde d'ici à 2030. La Suisse a ancré les objectifs des Nations Unies dans la stratégie de la Confédération pour un développement durable et fixé trois priorités: «consommation et production responsables», «climat, énergie et biodiversité» et «égalité des chances et coopération sociale». Pour une mise en œuvre réussie, la Confédération a besoin de la collaboration du monde économique, des cantons, des communes et de la société civile. Concrètement, il faut des mesures pour réduire les rejets de CO₂

en Suisse, pour assurer un haut niveau de formation et pour encourager l'égalité des sexes. À côté de cela, il faut créer des conditions-cadres qui encouragent l'innovation dans le pays et qui incitent à investir dans le développement durable.







Responsabilité globale, contribution nationale

La stratégie de durabilité d'AMAG repose sur une approche globale dans laquelle les aspects économiques, écologiques et sociaux sont interdépendants et où les 17 objectifs des Nations Unis s'entendent comme un tout.

À travers notre activité principale dans le secteur automobile, nous voyons actuellement le plus important levier dans le domaine de la protection du climat et dans la réduction continue des émissions de CO₂. L'éducation constitue un autre champ d'action efficace. Du fait de la numérisation et de la mobilité électrique, les métiers de la branche automobile évoluent eux aussi. En tant que l'une des plus importantes entreprises de formation de Suisse, nous pouvons apporter une contribution significative à la création de métiers d'avenir et à l'égalité des droits. La stratégie de durabilité d'AMAG comprend également un comportement éthique correct, transparent et exemplaire. Nous y voyons la condition préalable à des conditions de marché équitables, aptes à renforcer à long terme la place économique de la Suisse.

Par notre engagement, nous contribuons directement à six des 17 ODD. Dans la synthèse présentée à la page suivante, nous montrons la manière dont nous procédons actuellement, comment nous investissons, les résultats que cela nous permet d'obtenir et les effets de notre engagement.

Notre contribution aux objectifs de développement durable

Objectifs	Input	Outcome	Impact
 <p>4 ÉDUCATION DE QUALITÉ</p> <p>→ AMAG Engage</p>	AMAG a conscience de la pénurie de personnel qualifié et de la mutation en cours dans le secteur automobile. Nous travaillons sur des mesures visant à attirer dans l'entreprise de jeunes talents et des personnes en reconversion professionnelle.	En 2021, AMAG a formé plus de 700 apprenties et apprentis dans divers métiers.	Nous développons des compétences en vue de préparer AMAG et la Suisse aux nouvelles exigences du secteur de la mobilité.
 <p>5 ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES</p> <p>→ AMAG Engage</p>	AMAG traite sa clientèle, tous ses partenaires et son personnel avec estime et respect. Notre motivation est le fait que la diversité et la diversité constituent la base d'une entreprise performante et prospère à long terme.	En 2021, 6570 personnes de 72 nationalités différentes travaillaient pour AMAG. Parmi nos quelques 700 apprenties et apprentis, 9,9% étaient des femmes.	En tant que l'une des plus importantes entreprises de formation de Suisse, nous nous engageons pour un monde du travail inclusif où l'égalité des droits et l'égalité des chances constituent la base.
 <p>8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE</p> <p>→ AMAG Engage → AMAG Fairplay</p>	Une croissance économique durable est importante pour le maintien de la qualité de vie en Suisse. L'équité et le respect du cadre légal sont indispensables à cela.	AMAG applique une politique de tolérance zéro à l'égard des accords de concurrence. Pour garantir nos exigences élevées en matière de compliance, nous avons formé plus de 2000 collaboratrices et collaborateurs au droit des cartels et plus de 6000 à nos principes de conduite, en e-learning.	Nous soutenons la Suisse comme place économique et nous nous engageons pour des pratiques commerciales intègres.
 <p>12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES</p> <p>→ AMAG Net Zero</p>	L'offre croissante de voitures électriques fait aussi croître la curiosité des consommatrices et consommateurs. Parallèlement, cela fait naître de nouvelles interrogations auxquelles nous nous devons de répondre avec compétence.	En 2021, des experts de l'AMAG Academy ont formé plus de 2800 collaboratrices et collaborateurs en concessions. Par ailleurs, nous avons créé un centre d'information baptisé «the square» ainsi qu'une plate-forme d'information sur la mobilité électrique: «drive-electric.ch». La mise en place de notre propre équipe E-Mobility Solutions nous permet de façonner activement le changement – pour notre personnel et notre clientèle.	La clientèle reçoit les meilleurs conseils possibles lors de l'achat d'un véhicule. Nous encourageons l'intérêt et les connaissances dans le domaine de la voiture électrique et nous incitons notre clientèle à passer à la nouvelle technologie de propulsion.
 <p>9 INDUSTRIE, INNOVATION ET INFRASTRUCTURE</p>  <p>13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES</p> <p>→ AMAG Net Zero</p>	AMAG s'est fixé pour objectif d'atteindre une empreinte carbone climatiquement neutre d'ici à 2040. Notre trajectoire de réduction définit les économies annuelles nécessaires à cet effet. Nous estimons que le plus grand potentiel pour la conception d'une mobilité durable et individuelle se trouve dans le progrès technologique.	En 2021, nous avons fixé un prix interne du CO ₂ . Les recettes générées abondent le fonds AMAG pour le climat qui investit de manière ciblée dans les technologies suisses favorisant la protection du climat et de la biodiversité. En 2021, nous avons investi dans Synhelion, ce qui nous permet de soutenir le développement de carburants solaires grâce à la chaleur solaire.	Nous incitons à la réduction des émissions de CO ₂ et travaillons en permanence à la réalisation de nos objectifs climatiques. Nous encourageons la décarbonisation du secteur de la mobilité en Suisse.



02

**DÉVELOPPEMENT
DURABLE À 360°**

On en parle

02 Développement durable à 360° → On en parle

Sept questions sur le thème «dans les coulisses» à Ina Walthert, Lead Group Sustainability

Qu'est ce qui fait d'une organisation une entreprise durable?

Cela dépend beaucoup de ce que l'on entend par développement durable. Aujourd'hui, lorsque l'on parle de développement durable, la plupart des gens pensent au changement climatique. C'est très important aussi, car notre environnement devrait être la ressource à laquelle nous accordons notre priorité. Car sans écosystème préservé, pas d'environnement viable. Dans le contexte de l'entreprise, cet écosystème est impacté soit par les ressources nécessaires à l'activité, soit par le processus de production, soit par le produit. Ces processus peuvent être influencés positivement à court ou à long terme par des évolutions technologiques. Mais à côté de cela, le facteur humain constitue une autre composante importante qui, d'une part, est nécessaire afin que l'entreprise devienne plus durable et qui, d'autre part, est elle aussi une ressource à protéger. Une entreprise durable veille à tout cela.

Que réponds-tu aux personnes qui disent que «développement durable et industrie automobile» ne vont pas de pair?

Que le développement durable est un terme générique qui incarne la volonté de transformation de tout un secteur conscient que le statu quo n'est plus tenable dans les conditions-cadres actuelles. Le secteur automobile a certainement minimisé trop longtemps ce besoin. C'est pour cela que le changement s'accélère fortement aujourd'hui en s'appuyant sur les technologies. C'est important, car le secteur a un impact considérable sur les gaz à effet de serre émis au niveau mondial. Mais cette transition nécessite aussi la volonté de changement de la part des consommatrices et consommateurs. Cela veut dire que la réussite du développement durable nécessite une forte implication de la part de chacune et chacun.



Ina Walthert

À l'université de Zurich, tu as aussi travaillé sur le développement durable d'un point de vue scientifique. Comment ressens-tu son application dans la pratique des entreprises?

Le rôle de la science est d'avoir toujours une longueur d'avance – et celui de la pratique est de vérifier la théorie en appliquant la méthode des essais et erreurs. Cela permet à l'une comme à l'autre de s'améliorer. Lorsque je jette un regard rétrospectif sur mes expériences dans ces deux domaines, je constate cette même évolution. Le fait est que, du côté de l'entreprise, on accorde aujourd'hui une place plus importante au développement durable qu'il y a dix ans – plus de budget, plus de recrutements, plus d'attention de la part des cadres dirigeants. Cette évolution est aussi visible du côté de la science avec davantage de chaires de professeur dans le domaine du développement durable et une plus grande offre de filières d'études. Cela a aussi des répercussions sur la mise en œuvre.

AMAG s'est engagée dans la voie d'un avenir durable. Quelles sont les difficultés et quelle est la longueur de cette voie?

Cette voie est globalement difficile et elle est sans fin. C'est bien qu'AMAG relève ce défi. La motivation de contribuer à la transformation vers une mobilité durable est grande. La difficulté ne réside pas dans le fait de façonner une mobilité durable. Lorsque l'on considère la mobilité au sens classique du terme, nous disposons déjà, tout du moins pour le transport des personnes, d'une très bonne technologie durable – la mobilité électrique – qui ne cesse de progresser. On travaille ainsi avec beaucoup

d'engagement sur des nouvelles solutions de batteries et sur le recyclage des batteries. La difficulté réside davantage dans la création de conditions-cadres adéquates à des besoins de mobilité très individuelles, comme la fourniture d'une quantité d'électricité verte suffisante ou la mise en place d'une infrastructure de recharge. Cela veut dire que la transformation de la mobilité exige bien davantage que la seule fourniture d'un moyen de transport. Avant tout cela, l'être humain doit s'adapter. Les besoins sont très différents selon la tranche de vie, les conditions de logement et le lieu de travail.

Il s'agit là du premier rapport sur le développement durable d'AMAG.

À quels défis as-tu dû faire face? Et quelles opportunités y vois-tu?

Il y en a beaucoup (rires). Certainement, l'intégration des nombreuses et différentes parties prenantes internes nécessaires à la rédaction d'un tel rapport. Et la base de données des indicateurs environnementaux qui est primordiale pour la mise en œuvre de notre stratégie climatique. N'étant chez AMAG que depuis novembre dernier, cela m'a aussi permis d'apprendre très vite énormément de choses. Et comme tous les processus et responsabilités ne sont pas encore définitivement fixés, la marge de manœuvre reste encore grande. Nous pouvons mettre en place la question du développement durable de manière nouvelle et professionnelle en tirant des enseignements d'autres entreprises et de la science. C'est très motivant.

Comment convaincre les collaboratrices et collaborateurs que le développement durable a un rôle central à jouer?

Le développement durable, tout le monde en parle déjà. Le risque est que cette notion soit mal comprise ou liée à trop peu d'obligations. C'est pourquoi la signification du développement durable dans le contexte spécifique de l'entreprise doit être clarifiée, et son implémentation doit être menée avec force et volonté. J'aimerais aussi ajouter à cela les deux réflexions suivantes: premièrement, le développement durable est un thème déjà très présent dans de nombreux domaines de l'entreprise et il n'est pas nécessaire d'en faire une mission spécifique. Le meilleur exemple est le département des ressources humaines qui a toujours veillé au développement durable du fait qu'il se préoccupe de la santé et de la sécurité ou de la qualification des collaboratrices et collaborateurs et du recrutement de nouveaux talents. De ce point de vue-là, le développement durable n'est pas une nouvelle mission mais un processus continu qui montre la volonté de l'entreprise à s'améliorer.

Deuxièmement, il convient de transmettre le savoir-faire nécessaire à de nouveaux sujets. Chez AMAG, c'est aussi le chemin que nous avons choisi. Il faut beaucoup informer sur la manière dont nous mettons en œuvre notre responsabilité écologique et sur les objectifs que nous poursuivons. Pour cela, nous élaborons d'une part des supports de formation complets. D'autre part, les collaboratrices et collaborateurs qui ont déjà de grandes connaissances et un intérêt personnel pour le développement durable sont nombreux à me contacter. J'essaie de profiter de ce fort intérêt pour porter le sujet au sein de l'organisation.

En une phrase: quel est le message-clé du rapport sur le développement durable AMAG 2021 que tu souhaiterais faire passer?

Le message-clé que je souhaiterais faire passer est que ce premier rapport sur le développement durable AMAG existe. Il nous permet de rendre public notre stratégie et nos progrès – et nous continuerons à le faire à l'avenir.

Regard sur l'entreprise

Au chapitre qui suit, nous allons montrer la manière dont AMAG vit le développement durable au quotidien. Pour cela, nous avons recherché des articles dans les trois domaines du développement durable «Fairplay», «Net Zero» et «Engage», qui relatent et illustrent notre engagement dans les thèmes essentiels de nos champs d'action.

02 Développement durable à 360° → Regard sur l'entreprise

Nous allons de l'avant.

Par «nous», nous montrons la manière dont le développement durable s'est développé dans nos différents secteurs d'activité et quels défis nous occupent.

Par «allons», nous prouvons que nos paroles sont suivies d'actes.

Par «de l'avant», nous affirmons la manière dont nous allons poursuivre résolument la voie du développement durable à 360°.

L'élément en bas de page indique où vous vous situez.

Fairplay

02 Développement durable à 360° → Fairplay

Un aperçu

Sous le terme «AMAG Fairplay», AMAG regroupe les initiatives pour une bonne Corporate Governance, les activités visant à garantir les exigences légales et une pratique intègre des affaires, la promotion de la sécurité et de la santé au travail et le sujet de la cybersécurité. AMAG s'engage à adopter systématiquement une attitude correcte aussi bien sur le plan juridique qu'éthique. Par conséquent, nous appliquons par exemple une politique de tolérance zéro à l'égard des engagements de non-concurrence. AMAG dispose d'un système de gestion des risques et de compliance adapté à la taille de l'entreprise et orienté vers la gestion continue et systématique des risques et des opportunités de l'entreprise.

Governance

Pour garantir à long terme la création durable de valeurs, la direction et le conseil d'administration entendent orienter la gestion et la surveillance de l'entreprise selon des standards établis. Cela comprend l'application systématique du principe de double contrôle et de séparation des fonctions au sein de l'organisation de l'entreprise et de sa direction. Les principes de conduite édictés par AMAG et imposés au personnel fixent les principes centraux de l'entreprise pour la conduite des affaires au quotidien, les relations mutuelles au sein de l'entreprise, avec les partenaires et la clientèle.

Risk, Safety et Security

Le succès durable de l'entreprise est assuré par l'identification précoce des opportunités et des risques et une gestion prévoyante. Chez AMAG, les risques sont gérés de manière responsable grâce à un système de gestion globale des risques et à un système de contrôle interne. Une identification, une analyse et une quantification de tous les types de risques sont effectuées périodiquement. AMAG applique les directives du groupe en matière de gestion des risques et les complète en fonction des besoins avec des facteurs spécifiques selon les exigences et les dispositions réglementaires applicables à ses secteurs d'activité.

La sécurité et la protection de la santé sont des préoccupations majeures d'AMAG. Des formations continues régulières et spécifiques aux groupes cibles permettent aux collaboratrices et collaborateurs de respecter toutes les normes de sécurité nécessaires au sein du groupe.

→ Voir rapport ICP
Page 171

Le risque de cyberattaques s'est accru ces dernières années. C'est la raison pour laquelle AMAG a élaboré une stratégie de cybersécurité qu'elle a implémenté à l'échelle du groupe. Elle doit garantir la protection des informations sensibles, des données électroniques de la clientèle et de la technologie de l'information. La création de plans de réaction adaptés doit permettre l'application de mesures de défense adéquates en cas de besoin. Au sein d'AMAG, la cybersécurité est une priorité absolue.

Compliance et Integrity

AMAG a élaboré et implémenté un programme de compliance complet. La «compliance est l'affaire de la cheffe ou du chef» définit, en tant que «tone from the top», les mesures procédurales et organisationnelles complémentaires. Le respect de la politique stricte de tolérance zéro à l'égard d'accords illégaux de non-concurrence est concrétisé par des principes de conduite et des directives, et il est ancré dans l'esprit des collaboratrices et collaborateurs par des formations et des campagnes d'information régulières. Par ailleurs, un portail d'alerte a été mis en place pour permettre au personnel comme à des tierces personnes de signaler d'éventuelles irrégularités, même de manière anonyme.

→ Voir rapport ICP
Page 163



Compliance et Integrity

Le Fairplay est la base d'une activité économique durable. Dans les aperçus suivants de l'entreprise, nous vous montrons ce que Fairplay signifie pour nous, la manière dont nous appliquons les bases légales et la manière dont cela se traduit au quotidien pour les collaboratrices et collaborateurs.

Une base pour la compliance et un comportement exemplaire

Le secteur automobile s'est déjà retrouvé à maintes reprises dans le collimateur de la Commission fédérale de la concurrence – de même qu'AMAG. Avec AMAG Fairplay, l'entreprise s'engage donc depuis 2019 à aller au-delà du simple respect des lois et des règles et à se comporter de manière exemplaire. La nouvelle équipe Legal & Compliance mise en place à cet effet met ces principes en pratique par le biais de règles claires et de campagnes d'information.

La loi suisse sur les cartels entend protéger la libre concurrence en empêchant les effets néfastes des cartels et autres restrictions de la concurrence telles que des ententes sur les prix et les régions. La Commission de la concurrence (COMCO), une autorité fédérale indépendante fondée en 1996, s'assure que c'est bien le cas. Elle applique la loi, mène des enquêtes en cas de doute et peut prononcer des amendes en cas d'infraction.

En 2021, l'enquête ouverte en 2018 à l'encontre d'AMAG et d'autres concessionnaires des marques Volkswagen était toujours en cours dans le Tessin. La COMCO soupçonnait des accords lors d'appels d'offre entre 2006 et 2018 dans les procédures d'achat de véhicules de tourisme et d'utilitaires pour les pouvoirs publics. En 2019, à la suite d'une auto-dénonciation d'AMAG Automobiles et Moteurs SA, elle avait étendu la procédure à d'autres secteurs. AMAG coopère pleinement avec les autorités.

Les secteurs ancrés au niveau régional en danger

À l'origine des infractions à la loi des cartels, il y a souvent des contacts entre concurrents et/ou leurs collaboratrices et collaborateurs. Les secteurs les plus menacés sont ceux dans lesquels il y a beaucoup de petites entreprises qui opèrent dans la même région, comme c'est le cas notamment dans le BTP et l'automobile. Mais pour AMAG, une chose est claire: «Il y a une tolérance zéro à l'égard des infractions à la concurrence», déclare Lorenz Aebersold, responsable Legal & Compliance chez AMAG depuis mai 2019, «il est hors de question que nous fassions l'objet d'une nouvelle enquête à l'avenir.»

Tout comportement illicite va à l'encontre des valeurs de l'entreprise et nuit à sa réputation et, par conséquent, à ses affaires. C'est pourquoi depuis 2019, AMAG s'engage avec AMAG Fairplay à aller au-delà du simple respect des lois et des règles et à adopter un comportement exemplaire, transparent et éthique vis-à-vis de sa clientèle, de ses partenaires et de la société en général. Ce principe de base vise à bâtir la confiance auprès des clientes et clients, sur le marché et auprès des autorités. Dans ce contexte, AMAG Fairplay montre aux collaboratrices et collaborateurs

- quelles lois et dispositions s'appliquent à AMAG,
- la manière dont elles doivent être interprétées et respectées,
- la manière dont AMAG vit ses valeurs et assume sa responsabilité,
- ce que AMAG fait pour prévenir les risques.

«Un accord illicite de non-concurrence est plus vite arrivé qu'on ne le pense.»

Lorenz Aebersold et son équipe ont reçu pour mission d'élaborer des ensembles complets de règles sur la compliance dans le cadre d'AMAG Fairplay, et de les ancrer dans le quotidien. Il s'agit, entre autres, de codes de conduite valables pour l'ensemble du personnel, d'une directive du groupe et de notices relatives au droit des cartels ainsi que de directives du groupe sur les invitations et les cadeaux, les conflits d'intérêts, la protection des données et d'autres thèmes pertinents.

Les messages doivent être compréhensibles par toutes et tous

«Si mon poste et mon équipe existent sous cette forme, c'est parce qu'AMAG considère le Fairplay et la compliance comme des questions centrales», déclare Lorenz Aebersold. Dès le milieu de l'année 2019, il a débuté avec des campagnes d'information et des formations intensives en droit de la concurrence – d'ici la fin de 2021, près d'un tiers du personnel devrait avoir suivi des cours en présentiel sur le sujet. Son défi: «Nos messages doivent être compris et reçus de la même manière par toutes les collaboratrices et collaborateurs.»

En effet, un accord illicite de non-concurrence est plus vite arrivé qu'on ne le pense. Voici quelques exemples donnés par Lorenz Aebersold dans les entretiens d'AMAG Automobiles et Moteurs SA:

- Essayer de savoir si un concurrent de la région envisage d'augmenter son forfait de livraison pour l'année prochaine
- Discuter avec un concurrent lors d'un déjeuner ou d'un salon de nouveaux tarifs promotionnels et de remises
- Échanger des informations avec un concurrent au sujet d'une cliente ou d'un client auquel les deux parties ont affaire
- S'entendre avec un concurrent sur des partages de secteurs géographiques. Par exemple qui fera des campagnes d'affichage publicitaires dans quelle région ou qui publiera des annonces dans quel journal

Le Welcome Day est l'occasion d'informer les nouvelles recrues au sujet de tels liens et des conduites à tenir. Des informations sur le Fairplay, la compliance et le droit des cartels sont également disponibles sur l'Intranet et sont régulièrement mises à jour. Les thèmes de la compliance et du droit des cartels font également partie de la formation des cadres.

Portail d'alerte anonyme

La conduite à tenir en cas de comportement répréhensible fait également partie des informations dispensées. Toutes les collaboratrices et collaborateurs peuvent s'adresser à leur hiérarchie, aux responsables du personnel ou directement à l'équipe Legal & Compliance en cas de doutes ou de suspicions. Il est également possible de faire des signalements anonymes via le portail d'alerte d'AMAG.

«Pour nous, il est important d'informer aussi très clairement sur les conséquences des infractions aux règles», confie Lorenz Aebersold. Quiconque participe à un accord illicite de non-concurrence s'expose à des sanctions relevant du droit du personnel pouvant aller jusqu'au licenciement immédiat. Ce «carton rouge» figurait au cœur de la campagne de tolérance zéro déployée conjointement par les équipes Legal & Compliance et Group Communication en 2021 (voir page 50).

«Chez nous, on a le droit de se tromper parce qu'on apprend de ses erreurs. Sauf en cas d'accord illicite de non-concurrence où là, la tolérance zéro est de mise.»

«Il fallait le carton rouge comme signal»

Au sein d'AMAG Fairplay, c'est dès le début de l'année 2019 qu'AMAG commence avec un vaste programme Compliance et qu'elle déploie la campagne de tolérance zéro au sein de toute l'entreprise en 2021. Cette campagne se concentre sur le respect de la loi sur les cartels. Un aperçu de la campagne et un entretien avec Sandro Schwager, responsable du réseau de distribution du Tessin et de Suisse centrale chez AMAG Automobiles et Moteurs SA depuis 2010, sur l'écho rencontré dans les concessions du Tessin.

Avec la campagne de tolérance zéro, AMAG s'est consacrée en 2021 à un thème bien particulier, celui du respect de la loi sur les cartels. Cette campagne repose sur le principe AMAG Fairplay (voir page 41) et vise à faire comprendre aux collaboratrices et collaborateurs, au moyen d'illustrations et d'exemples concis, les domaines dans lesquels la tolérance zéro s'applique, et avec quelle

«En tant qu'organisation régionale, nous avons l'impression d'être sous l'orage bien que le Tessin soit le coin le plus ensoleillé de Suisse.»

facilité on peut vite tomber dans un piège. Autre message important de cette campagne: tous les membres du personnel sont personnellement responsables du respect des prescriptions légales et réglementaires. Le fait que le CEO, Helmut Ruhl, parraine la campagne de tolérance zéro montre à quel point le Fairplay est une question cruciale pour AMAG.



Campagne interne à AMAG sur la politique de tolérance zéro diffusée sur écran

La campagne englobait diverses mesures dont des affiches, des économiseurs d'écran, un roadshow dans toutes les concessions AMAG Automobiles et Moteurs SA et AMAG First AG, ainsi qu'une page de renvoi sur l'Intranet. Chaque mois, un exemple de cas fictif est présenté sur la page de renvoi, une story relatant une infraction à une loi ou à une réglementation. Ces histoires illustrent à quel point il est facile de franchir la limite de l'illégalité, sans obligatoirement s'en rendre compte. Un autre élément phare de cette campagne a été le «carton rouge» qui montrait bien les conséquences d'une infraction à la loi ou aux règlements qui, en cas de faute intentionnelle, pouvaient aller jusqu'au licenciement immédiat et à des poursuites judiciaires.

Sandro Schwager, cette image forte du carton rouge était-elle nécessaire? En effet, c'est quelque chose de marquant. Mais il fallait ce carton rouge pour signaler que ce qui pouvait se faire ponctuellement par le passé ne serait certainement plus toléré aujourd'hui. Beaucoup de personnes travaillent chez nous depuis trente ans, voire plus, et ont connu encore une autre époque. Les réactions m'ont prouvé que le message était passé.

Comment as-tu accompagné la campagne de 2021 dans le Tessin?

J'ai abordé le sujet de la tolérance zéro et un peu plus largement du Fairplay une fois par trimestre lors des réunions de management. Par ailleurs, il y a eu deux sessions en présentiel pour l'ensemble du personnel. Bien entendu, nous avons aussi placardé les affiches dans les concessions.

Quelle a été la réaction des collaboratrices et collaborateurs?

Dans le Tessin, la situation de départ était quelque peu particulière pour la campagne étant donné que les enquêtes actuelles de la COMCO concernent ce canton. En tant qu'organisation régionale, nous avons l'impression d'être sous l'orage bien que le Tessin soit le coin le plus ensoleillé de Suisse. Je pense que c'est pour cette raison que les collaboratrices et collaborateurs ont suivi et perçu la campagne avec une attention toute particulière. Pour les personnes directement concernées par l'enquête, ce fut une période très compliquée.



Sandro Schwager

Et l'impact de la campagne?

J'ai remarqué que le comportement des collaboratrices et collaborateurs a changé. Aujourd'hui, ils se renseignent plutôt deux fois qu'une pour s'assurer qu'un contact spécifique est acceptable ou qu'il pose un problème.

N'y a-t-il pas le risque de développer une culture de la peur?

Je pense qu'il faut un équilibre sain et une juste mesure. Nous devons indiquer clairement où se situent les limites, sans pour autant instiller une peur généralisée. Après tout, nous devons continuer à apporter du bonheur à notre clientèle et leur vendre nos produits et services.

Globalement, comment juges-tu la campagne?

Elle a fonctionné. Les collaboratrices et collaborateurs ont désormais davantage conscience du fait qu'AMAG est au centre de l'attention du public et qu'ils sont la carte de visite de l'entreprise. Il est très important pour moi que ces thématiques soient diffusées auprès du personnel. Car il ne faut pas oublier que nous, les collaboratrices et collaborateurs, devons être conscients du fait qu'AMAG est un employeur de premier ordre. Et chacune et chacun d'entre nous porte une part de responsabilité afin qu'il en reste ainsi.

«Le Fairplay fait partie de notre culture et de notre ADN»

La première vague d'information et de campagne d'envergure sur la tolérance zéro est terminée. Quelle suite à donner sur ces thèmes? Un aperçu avec Lorenz Aebersold, responsable Legal & Compliance.

La priorité actuelle d'AMAG est d'une part de voir la COMCO boucler son enquête dans le Tessin, et d'autre part, de poursuivre sans relâche la formation et la sensibilisation de son personnel. Lorenz Aebersold, responsable Legal & Compliance nous en dit plus sur les défis que l'entreprise s'apprête à relever.

Lorenz Aebersold, avec la campagne sur la tolérance zéro, AMAG a-t-elle atteint son objectif?

Le Fairplay, la compliance et la tolérance zéro sont des thématiques sans fin qui nous accompagnent en permanence. Nos formations, présentations et campagnes régulières sur le thème de la compliance ainsi que le portail d'alerte pour les signalements anonymes en sont la preuve.

«Le Fairplay, la compliance et la tolérance zéro sont des thématiques sans fin qui nous accompagnent en permanence.»

Nous faisons régulièrement passer nos messages pour que chacune et chacun ait pleinement conscience qu'en matière d'infraction à la concurrence, la tolérance zéro s'applique stricto sensu. Avec ces actions régulières, nous courrons bien sûr le risque d'une certaine «fatigue» au sujet de la compliance, et donc que les collaboratrices et collaborateurs en soient rebutés.

De quelle manière comptes-tu contrer cet effet?

L'intensité avec laquelle nous avons abordé le sujet de la compliance ces trois dernières années était adéquate et essentielle. Cependant, lorsque nous définirons la cadence de notre future communication, nous garderons à l'esprit le fait que le personnel risque d'en être lassé. En même temps, AMAG est en pleine mutation et, d'une manière générale, il se passe beaucoup de choses sur lesquelles nous communiquons régulièrement. À moyen terme, la compliance occupera donc d'elle-même la place qu'elle mérite: pour toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs, le Fairplay est une évidence absolue. Il fait partie de notre culture et de notre ADN.



Lorenz Aebersold

Quelles autres difficultés perçois-tu?

Le fait que les collaboratrices et collaborateurs finissent par tout considérer comme relevant de la compliance et pensent qu'AMAG n'accepte plus aucune erreur. Ce n'est pas le cas. Bien entendu, la tolérance zéro s'applique à l'égard des accords illicites de non-concurrence, mais cela ne

veut pas dire que si une personne commet une faute dans son travail au quotidien, elle s'expose à un licenciement immédiat. Chez nous, on a le droit de se tromper parce qu'on apprend de ses erreurs. Sauf en cas d'accord illicite de non-concurrence où là, la tolérance zéro est de mise.

Quels autres défis vois-tu pour AMAG en termes de droit des cartels et/ou de compliance, et comment AMAG les aborde-t-elle?

Le thème de la compliance ne concerne pas uniquement AMAG mais la branche tout entière. C'est la raison pour laquelle nous nous efforçons d'ancrer le sujet dans notre réseau de partenaires. Par ailleurs, je participe régulièrement à des réunions avec l'association suisse des concessionnaires du groupe de marques Volkswagen, ou j'échange avec l'union professionnelle suisse de l'automobile (UPSA) sur les thèmes de la compliance.



Nous contribuons en particulier au sous-objectif 8.4 des objectifs de développement durable des Nations Unies:

«Améliorer progressivement l'efficacité des ressources dans la consommation et la production à l'échelle mondiale d'ici 2030 et aspirer au découplage de la croissance économique et de la dégradation de l'environnement.»

Risk, Safety et Security

Les cyberattaques peuvent paralyser une entreprise. Nous avons évité de justesse une telle attaque. Depuis, nous avons considérablement amélioré notre cyberrésilience. Il faut veiller tout particulièrement au maillon le plus faible de la chaîne: l'être humain.

Une cyberattaque et ses conséquences

Dans un monde globalement interconnecté, la sécurité des informations est essentielle pour toute entreprise et fait partie d'une prise de position durable. AMAG en avait déjà pleinement conscience même avant que ses systèmes informatiques ne soient attaqués en 2020. Même si l'attaque a pu être contrée au tout dernier moment, elle a eu un impact majeur sur l'entreprise.

Les technologies de l'information sont devenues indispensables dans le travail au quotidien et sont d'une grande utilité. Cependant, elles comportent une multitude de risques: des virus peuvent perturber le traitement des données, des pirates informatiques peuvent voler les données et en faire un usage abusif ou faire du chantage aux entreprises en cryptant les données.

En 2020, AMAG a eu l'occasion de juger par elle-même l'ampleur réelle des risques informatiques. Dès la fin de l'année 2019, un employé avait probablement cliqué de chez lui sur une pièce jointe Excel infectée par un programme malveillant et permis ainsi à des pirates informatiques d'accéder à son ordinateur et, de ce fait, au réseau d'AMAG. Fin janvier 2020, le Centre national pour la cybersécurité (anciennement MELANI), un office fédéral pour la sécurité de l'information, alertait AMAG après avoir constaté qu'une adresse IP suspecte avait été contactée depuis le réseau d'AMAG. Une alerte lancée juste à temps, comme cela s'est avéré plus tard.

À l'origine de cette attaque: un groupe criminel de pirates informatiques agissant à l'échelle internationale depuis la Russie. Il était sur le point de trouver la sauvegarde de l'ensemble du réseau AMAG afin de le chiffrer pour pouvoir faire pression sur l'entreprise. La déconnexion immédiate de l'Internet de tous les systèmes et l'intervention d'une équipe de crise a permis d'empêcher ce chantage et d'éviter des dommages plus importants. Malgré cela, jusqu'à la fin mars, le personnel d'AMAG et une partie des partenaires indépendants ont subi de très importantes restrictions dans leurs activités au quotidien, avec les conséquences financières qui en découlent.

Veiller à long terme à la sécurité des systèmes

Roger Mattmann a participé à la gestion de crise aiguë dès les premières semaines qui ont suivi la cyberattaque bien qu'il ne fût censé prendre officiellement le poste de Chief Information Security Officer chez AMAG, décidé en 2019, qu'au 1^{er} avril 2020. «Il s'agissait d'anticiper et de veiller à la sécurité des systèmes à long terme», se souvient l'expert en sécurité informatique. On s'est rapidement rendu compte que l'ancien réseau informatique était trop compromis par l'attaque pour qu'on puisse continuer à s'en servir. Entre mars et août 2020, Roger Mattmann et le service informatique ont donc mis en place un tout nouveau système informatique, mieux sécurisé, baptisé «AMAG Clean» avant d'y transférer toute l'exploitation. «Ce fut un travail considérable pour tous les participantes et participants», confie Roger Mattmann. Il a fallu

Un groupe international de pirates informatiques était sur le point de trouver la sauvegarde de l'ensemble du réseau AMAG afin de le chiffrer et pouvoir ainsi faire pression sur l'entreprise.

reconfigurer intégralement plus de 5000 ordinateurs de bureau et portables sur 150 sites, et déployer près de 500 nouveaux serveurs avec 57 applications. Une cinquantaine de spécialistes internes et externes furent impliqués dans les travaux qui ont représenté au total près de 20 000 heures de travail. À côté de cela, il a fallu également assurer les activités habituelles.

Un sentiment de sécurité différent

Quelles leçons le Chief Information Security Officer tire-t-il de cette cyberattaque? «Cette attaque a modifié la perception de la sécurité au sein de l'entreprise, jusqu'à une plus grande attention de la part du management», explique Roger Mattmann. Néanmoins, le nouveau système n'est pas à l'abri de nouvelles attaques, car les cybercriminels ne cessent de s'adapter. Une autre leçon que nous avons apprise est que l'humain reste le plus gros maillon faible et la porte d'entrée à des tentatives de piratage. C'est pourquoi en 2021, AMAG a renforcé la sensibilisation de son personnel par une campagne d'information centrée sur le personnage de «Troy», créé en 2019 (voir page 62).



«Renforcer le pare-feu humain»

Aussi intelligents que puissent être les systèmes informatiques, l'être humain restera toujours le plus gros maillon faible de la sécurité des informations. C'est pourquoi AMAG a renforcé la sensibilisation de son personnel à ce sujet en 2021. Le personnage de «Troy» y tenait la vedette.

Chez AMAG, Troy est l'incarnation de la sécurité des informations depuis 2019. Depuis, ce personnage créé par une dessinatrice apparaît dans toutes les campagnes d'information et de sensibilisation autour de la prévention contre les e-mails frauduleux et autres risques de piratage. À la suite de la cyber-attaque de 2020, AMAG s'est davantage focalisée sur un renforcement de la prévention, et l'équipe Information Security nouvellement créée a elle aussi fait appel à Troy. «Depuis, la grande majorité des collaboratrices et collaborateurs connaissent Troy et ce dernier peut avoir une grande influence», explique Philipp Erismann, System Engineer chez AMAG Corporate Services AG et l'un des pères spirituels du personnage. C'est lui qui l'a développé en coopération avec le service Group Communication et des spécialistes externes.

→ Voir Fairplay
Pages 42 à 43



Philipp Erismann

Philipp Erismann, qui est Troy?

C'est le méchant qui représente les dangers auxquels sont exposés nos systèmes informatiques au quotidien. Troy est un jeune garçon à l'allure innocente. À travers lui, nous voulons montrer que les pirates informatiques passent inaperçus et qu'il nous faut donc être en permanence sur nos gardes. Les histoires de Troy montrent à nos collaboratrices et collaborateurs les dangers qui les guettent.

De quels dangers s'agit-il?

Ce peut être une clé USB contenant un malware placée dans nos bureaux par une bande criminelle et qu'un membre du personnel de chez AMAG branche sur son ordinateur par curiosité. Ou encore le fait de travailler sur son ordinateur portable lors d'un trajet en train, sans se méfier du regard indiscret de son voisin. Il devient de plus en plus difficile de déceler les e-mails d'hameçonnage dont usent les pirates pour obtenir les codes d'accès à nos réseaux, bases de données et autres informations.

«J'ai reçu un e-mail que je pensais provenir d'Ikea. Je n'ai pas remarqué qu'Ikea comportait une petite faute d'orthographe dans l'adresse de l'expéditeur parce que la story me paraissait crédible.»

Comment met-on en garde les collaboratrices et collaborateurs contre l'hameçonnage?

En 2021, nous avons fait l'acquisition d'un simulateur d'hameçonnage afin de renforcer le pare-feu humain. Et honnêtement, je me suis moi-même fait avoir.

Comment ça?

J'ai reçu un e-mail que je pensais provenir d'Ikea. Je n'ai pas remarqué qu'Ikea comportait une petite faute d'orthographe dans l'adresse de l'expéditeur parce que la story me paraissait crédible. Nous venions d'emménager au nouveau siège social de Cham et la filiale Ikea de Cham proposait dans son mail des produits en promotion pour le télétravail. J'ai donc cliqué sur le lien. En guise de réponse, j'ai alors reçu un message provenant de notre campagne.



Campagne TROY «à domicile et en déplacement»

Identifier les e-mails d'hameçonnage avec Hoxhunt

Le programme de formation Hoxhunt, conçu en 2021, envoie à intervalles irréguliers des e-mails d'hameçonnage destinés à piéger les membres du personnel. Pour rendre l'exercice encore plus crédible, du spam sans danger fait également partie du répertoire. De plus, Hoxhunt est aussi conçu comme un jeu-concours, ceci afin d'accroître la motivation. Voici le principe de fonctionnement du programme: lorsqu'une personne a des doutes sur un e-mail, elle doit cliquer sur un bouton spécifique. Si l'e-mail en question fait partie du programme de formation, elle reçoit des points et monte dans le classement. Si l'e-mail ne fait pas partie du programme de formation mais qu'il pourrait représenter une réelle menace, Hoxhunt le transfère à l'équipe Information Security pour qu'elle l'analyse.

La sécurité des informations reste une priorité absolue

La numérisation des processus AMAG va se poursuivre. Le thème de la sécurité des informations restera donc encore à l'ordre du jour ces prochaines années. Roger Mattmann, Chief Information Security Officer, dévoile les mesures sur lesquelles il mise.

Roger Mattmann a analysé la cyberattaque de 2020, aidé de son équipe, de nombreuses autres personnes impliquées, du management, et même de membres de la direction du groupe. Cela a abouti à cinq conclusions et mesures centrales. «Nous travaillons sur tous ces thèmes et comptons nous améliorer sans cesse au cours des prochaines années», confie le Chief Information Security Officer.

1. Sensibilisation

Le programme de formation Hoxhunt, élaboré et lancé en 2021, sera déployé dans toute l'entreprise. Pour motiver le personnel, la fonction de jeu-concours est activée depuis le début de l'année 2022. Hoxhunt sensibilise les collaboratrices et collaborateurs AMAG aux dangers de l'hameçonnage.

2. Détection

AMAG renforce ses systèmes techniques à la détection des cyberattaques et sa capacité de réaction.

3. Service Security Operations

Le ou la Chief Information Officer est chargé/-ée de mettre en place un service qui centralise tous les signalements d'incidents, les analyse et y répond à l'aide de la Cyber Security Incident Response Team.



Roger Mattmann

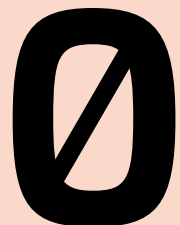
4. Cyber Security Incident Response Team

Pour contrer les cyberattaques, il faut pouvoir disposer rapidement d'un nombre suffisant de spécialistes en informatique. Mieux ils connaissent les systèmes AMAG, plus ils seront à même de travailler efficacement. C'est la raison pour laquelle AMAG met en place une Cyber Security Incident Response Team que le Chief Information Security Officer peut convoquer sans délai parmi son équipe et d'autres organisations AMAG.

5. Protection des terminaux

Tous les terminaux susceptibles d'être utilisés par les collaboratrices et collaborateurs d'AMAG doivent être sécurisés contre les programmes malveillants par une protection basée sur une approche comportementale. Par ailleurs, l'entreprise souhaite mettre en place pour l'ensemble du personnel une protection d'identité pour un usage sécurisé des solutions basées sur le cloud.

Faits Fairplay



Tolérance

Concurrence loyale

Avec la campagne de tolérance zéro, AMAG s'est consacrée à un thème bien précis en 2021, celui du respect de la loi sur les cartels. Cette campagne repose sur le principe «AMAG Fairplay» et vise à faire comprendre aux collaboratrices et collaborateurs, au moyen d'illustrations et d'exemples concis, les domaines dans lesquels la tolérance zéro s'applique et avec quelle facilité on peut vite tomber dans un piège.

Pages 50 – 53

Formations

Fin 2021, AMAG avait formé 2000 collaboratrices et collaborateurs à la problématique du droit des cartels.

Page 163

2000
collaboratrices
et collaborateurs

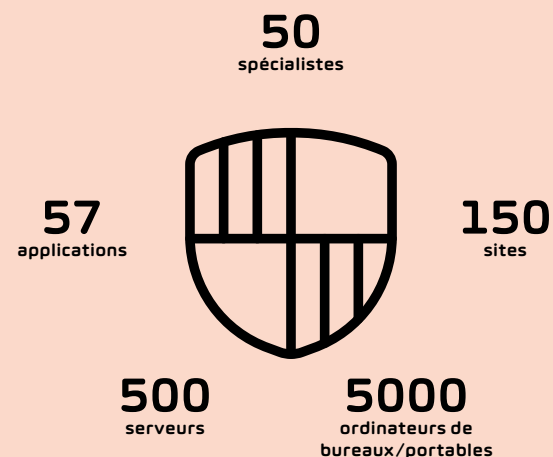


6000
collaboratrices
et collaborateurs

E-learning

Qu'est-ce qui est encore admis? Qu'ai-je encore le droit de faire? Pour aider le personnel à adopter la bonne attitude, AMAG a déployé une formation en ligne sur les «principes de conduite d'AMAG». Jusqu'à ce jour, 6000 collaboratrices et collaborateurs ont suivi cette formation.

Page 163



Un tour de force en matière de sécurité

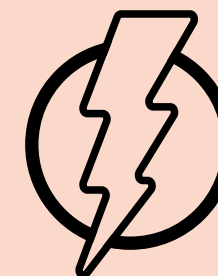
AMAG met en service un système informatique mieux sécurisé: «AMAG Clean». Cela a nécessité la configuration de plus de 5000 ordinateurs de bureau et portables sur plus de 150 sites, de près de 500 nouveaux serveurs avec 57 applications et 20000 heures de travail réalisées par une cinquantaine de spécialistes internes et externes.

Page 59

Un anti-héros pour la cyberrésilience

Lancement de «Troy», personnage témoin par un jeune garçon à l'air innocent, afin de sensibiliser le personnel aux risques auxquels s'exposent au quotidien les systèmes informatiques d'AMAG. Parallèlement, AMAG déploie son programme de formation «Hoxhunt» dans toute l'entreprise.

Page 63



Safe!

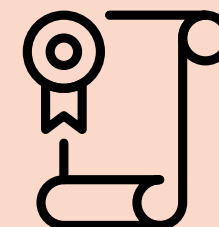
En toute sécurité

Aucun vol ni aucune perte de données en 2021
Page 185

Certification CFST

AMAG se sert d'un système de gestion qui lui est propre avec des «spécialistes» de la sécurité au travail et de la protection de la santé.

Page 171



Net Zero

02 Développement durable à 360 → Net Zero

Un aperçu

Le programme AMAG Net Zero rassemble tous les engagements et les efforts en matière de protection de l'environnement et du climat. Une attention particulière est portée à la réduction des émissions de CO₂ dues à la vente et à l'utilisation des véhicules. De plus, AMAG s'est engagée dans l'initiative «Science Based Targets» et oriente ses objectifs sur le standard Net Zero et l'accord de Paris visant à limiter le réchauffement à 1,5 degré.

La mise en application de la stratégie climatique est dirigée par le nouveau Group Sustainability Board d'AMAG, auquel appartiennent notamment les Managing Directors des Business Units ainsi que la direction du groupe.

Ecological Footprint

Dans le cadre de ses activités commerciales, AMAG produit du CO₂, dû principalement à la consommation d'essence et de gasoil pour l'utilisation de sa propre flotte de véhicules et à la consommation de combustibles fossiles tels que le fuel et le gaz. La réduction des émissions s'effectue par l'électrification résolue de sa flotte, le passage à des énergies renouvelables, notamment par l'extension d'installations photovoltaïques sur tous les sites appropriés et par une multitude de mesures visant à améliorer l'efficacité énergétique. Outre une feuille de route visant la rénovation énergétique des bâtiments, cela comprend le transfert sur le rail de la logistique dès lors que cela fait sens, le recours à des méthodes de fabrication plus efficaces sur le plan énergétique, par exemple dans le domaine de la peinture, ou de nouveaux services tels que des espaces de coworking dans les garages pour réduire la mobilité de remplacement pendant les passages à l'atelier.

Sustainable Mobility

AMAG vise d'ici à 2040 une empreinte carbone climatiquement neutre. Cela concerne avant tout le CO₂ émis par la flotte des véhicules clients dans l'entreprise, mais aussi par nos collaboratrices et collaborateurs qui se rendent au travail, à leur domicile ou en déplacement professionnel. Dès que les conditions en termes d'infrastructure de recharge seront réunies, l'objectif à l'horizon 2025 sera d'écouler 50% de véhicules rechargeables, c'est-à-dire des véhicules entièrement électriques et hybrides rechargeables. D'ici 2030, cette proportion devra atteindre les 70%. AMAG ne se contente pas d'électrifier ses produits, elle propose également des offres de mobilité dans l'air du temps et respectueuse des ressources avec de nouveaux modèles d'abonnement et de

partage. Par ailleurs, l'offre moderne de travail à domicile et de travail mobile va contribuer à réduire la circulation liée au travail.

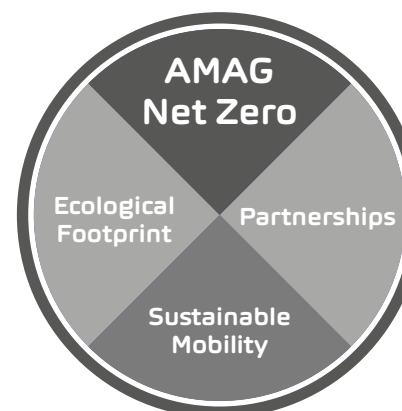
Partnerships

AMAG estime que le plus grand potentiel pour la conception d'une mobilité durable et individuelle se trouve dans le progrès technologique. C'est pourquoi elle soutient des initiatives prometteuses en apportant son savoir-faire et des moyens financiers. En tant que premier partenaire du secteur automobile, AMAG a participé fin 2020 à l'«initiative de mobilité de l'EPFZ». AMAG participe actuellement à trois projets de recherche, notamment ceux portant sur la réduction des émissions de CO₂ et le développement de carburants synthétiques.

De plus, un fonds d'innovation et de protection du climat propre à l'entreprise a été créé et doté d'environ 10 millions de francs levés grâce à une taxe interne sur le CO₂. Ce fonds permettra de réaliser des investissements dans des projets climatiques et des innovations d'ici à 2025. L'accent est mis sur les start-up suisses actives dans le domaine de la mobilité durable et de la décarbonisation. Un premier investissement a eu lieu sous la forme d'une participation dans la société suisse Synhelion AG, une société dérivée de l'EPFZ, qui développe des solutions dans le domaine de la chaleur solaire avec lesquelles elle produit des carburants solaires (solar fuels).

En outre, la caisse de pension d'AMAG mise désormais sur une approche durable de gestion des actifs pour ses placements et investissements. En sa qualité de prestataire de services financiers, AMAG Leasing AG a élaboré un cadre de financement vert et peut ainsi financer de manière ciblée la mobilité électrique sur le marché des capitaux et, dans sa fonction, soutenir le groupe dans le domaine de la mobilité durable.

→ Voir Investissements dans le progrès technologique
Pages 102 à 104



Sustainable Mobility

Chez AMAG, la mobilité électrique va bien au-delà des véhicules électriques de ses marques. Les articles qui suivent montrent tout ce qui fait partie de notre approche de la mobilité durable et la manière dont vous la vivons, entre autres une interview du responsable de l'équipe E-Mobility Solutions et un entretien avec un client de flotte.

Façonner activement la mutation vers la mobilité électrique

Il y a encore quelques années, nous étions incapables de dire combien de temps il faudrait à la mobilité électrique pour s'imposer. Aujourd'hui, la direction et la cadence sont claires. AMAG a préparé son organisation à ce changement. Les différentes marques mais aussi l'équipe E-Mobility Solutions fondée en 2021 ont un rôle important à jouer.

Il y a quinze ans, lorsque vous rouliez en voiture électrique vous passiez pour un/-e intégriste écologique. Il y a encore sept à huit ans, on ne savait pas encore combien de temps il faudrait aux Suissesses et Suisses pour passer à un mode de propulsion respectueux du climat. Et à l'époque, rares étaient les personnes capables de prévoir qu'en 2021, le président du directoire de VW, Herbert Diess, prédirait aux véhicules électriques plus de 70% de part de marché pour 2030. Jusqu'en 2019, le thème de la mobilité électrique était principalement du ressort des différentes marques. Avec l'augmentation fulgurante des tâches et du besoin de coordination à l'échelle du groupe, AMAG a commencé à mettre en place des ressources correspondantes quelle que soit la marque. La mission exigeante de l'équipe: de nombreuses collaboratrices et collaborateurs ont l'«essence dans le sang» et doivent maintenant faire face à un changement fondamental de la mobilité individuelle.

→ Voir rapport ICP
Page 167



Nous contribuons en particulier au sous-objectif 12.8 des objectifs de développement durable des Nations Unies:

«D'ici à 2030, faire en sorte que toutes les personnes, partout dans le monde, aient les informations et connaissances nécessaires au développement durable et à un style de vie en harmonie avec la nature.»

Rendre l'organisation apte à la mobilité électrique

Début 2021, la décision a été prise de poursuivre le développement de la thématique de la mobilité électrique au sein d'AMAG Import, rebaptisée pour l'occasion E-Mobility Solutions. «Solutions, cela convient car nous n'avons cessé de nous focaliser de plus en plus sur une offre de solutions globales», confie Marc Geissmann, responsable depuis l'été 2021 de l'équipe en pleine expansion.

Tandis que les marques se concentrent sur les véhicules, son équipe répond de manière stratégique à la question de la «recharge». «Nous comptons participer activement à la transformation de la mobilité», explique Marc Geissmann. Parallèlement, ils s'occupent d'une multitude de projets visant à rendre l'organisation apte à appréhender avec succès la mobilité électrique; entre diverses formations et la mise en œuvre de courses d'essai prolongées pour le personnel.

De nombreuses collaboratrices et collaborateurs ont l'«essence dans le sang» et sont désormais confrontés à un changement fondamental de la mobilité individuelle.

Dans la mise en œuvre de son initiative de mobilité électrique, AMAG se retrouve souvent confrontée aux doutes et aux préjugés émis par la clientèle, notamment concernant l'autonomie des véhicules, la disponibilité des stations de recharge électrique en Suisse et à l'étranger, ou le comportement routier des voitures électriques. Il fallut aussi entraîner les collaboratrices et collaborateurs vers le chemin de l'avenir. L'entreprise décida donc rapidement des changements et des mesures dont la mise en œuvre devrait s'étaler sur plusieurs années en fonction du projet et du groupe cible. Les principales mesures prises furent les suivantes:

- Conférer aux collaboratrices et collaborateurs la capacité d'appréhender les thèmes de la mobilité électrique et développer leurs compétences dans ce domaine
- Proposer au personnel des offres spéciales dont une participation aux coûts de l'infrastructure de recharge à domicile (charge@home) et une recharge gratuite sur leur lieu de travail (charge@work)
- Électrifier la flotte des véhicules de fonction
- Étendre l'infrastructure de recharge sur ses sites avec près d'un millier de stations de recharge, dont environ un quart de stations accessibles aussi au public, y compris des supercharger sur des sites centraux
- Proposer des calculateurs pour les clientes et clients de flotte avec un aperçu du coût global des différentes solutions de mobilité électrique
- Ouvrir «the square» dans The Circle de l'aéroport de Zurich (2021): un New Mobility Hub et le premier centre de compétences et d'expérience dédié à la nouvelle mobilité individuelle durable
- Proposer de nouvelles offres de mobilité respectueuses des ressources avec Clyde, ubeeqo et Europcar afin de promouvoir la mobilité électrique
- Lancer la plateforme communautaire «drive-electric.ch» pour répondre à toutes les questions liées à la mobilité électrique (2021)

«Nous trouvons rapidement des réponses et des solutions»

Avec sa flotte d'entreprise, Griesser AG souhaite atteindre la neutralité climatique d'ici 2030. Pour ce faire, elle mise sur les véhicules électriques de Volkswagen pour ce qui est des voitures de tourisme. Quelles expériences a-t-elle acquises à cet égard? Une interview avec Alex Ruckstuhl, responsable de la gestion de flotte chez Griesser.

Ayant son siège principal à Aadorf (TG), Griesser AG a inauguré une nouvelle ère en termes de mobilité. Le producteur d'installations de protection solaire comme les stores à lamelles, les volets roulants, les marquises, les marquises de façade et les commandes associées a opté pour une flotte d'entreprise sans émission et respectueuse du climat. Pour plus de durabilité, tous les 380 véhicules d'entreprise des 12 sites suisses passeront à un moteur électrique respectueux du climat d'ici à 2030. La moitié de ces véhicules sont des voitures de tourisme avec lesquels les chefs de projet et les collaboratrices et collaborateurs du service externe en particulier se déplacent. Depuis de nombreuses années, Griesser collabore avec AMAG Import SA concernant ces près de 140 véhicules.

Alex Ruckstuhl, combien de véhicules électriques sont actuellement opérationnels dans votre flotte de voitures de tourisme?

La flotte électrique de Griesser comprend actuellement entre autres 5 VW ID.3 Pure Performance, 15 VW ID.3 Tech Pro Performance et 3 VW e-Golf. Nous avons à nouveau commandé 15 VW ID.3.

Comment les véhicules sont-ils parvenus aux collaboratrices et collaborateurs?

Très bien dans l'ensemble, notamment grâce aux nombreux systèmes d'assistance qui facilitent la conduite.

Y a-t-il également des critiques?

Au cours du premier hiver, nous avons constaté que l'autonomie des véhicules électriques est réduite de façon remarquable lorsqu'il fait très froid. Par conséquent, les conductrices et conducteurs doivent déjà opter



Alex Ruckstuhl

pour un autre plan. Toutefois, AMAG Import SA travaille sur cette question. Des recommandations sur la manière dont la consommation de la batterie peut être réduite ont constitué une première mesure, notamment en évitant d'appuyer sans cesse sur la pédale d'accélérateur.

Comment Griesser résout-il la question de la recharge des véhicules électriques?

Les personnes dans le service externe doivent pouvoir recharger le véhicule à domicile. Cela s'applique plus facilement aux propriétaires de logements qu'aux collaboratrices et collaborateurs qui vivent dans des logements en location. Les collaboratrices et collaborateurs propriétaires ont pu installer une Wallbox dont Griesser participaient aux coûts. Par ailleurs, ils reçoivent une contribution à la facture d'électricité à domicile. Il existe d'autres possibilités de recharge sur nos sites, et nous mettons à la disposition de toutes et tous une carte de recharge pour les stations de recharges publiques.

Comment vivez-vous la collaboration avec AMAG Import SA?

Nous sommes vraiment très bien accompagnés. Lorsque nous avons une demande, nous recevons rapidement des réponses et des solutions. Seuls les prix du service après-vente sont trop élevés à notre avis, et nous l'avons fait savoir. Je ne peux pas encore juger si ce sera également le cas en ce qui concerne les véhicules électriques.

«Je suis également impressionné par la manière dont AMAG soutient de manière active ses collaboratrices et collaborateurs dans le passage aux véhicules électriques. Cela représente déjà un signe fort.»

Et comment évaluez-vous AMAG dans l'ensemble en matière de développement durable?

AMAG Import SA est une marque de grande envergure et a été la première importatrice à avoir mis sur le marché une large gamme de voitures électriques. Pour chaque besoin, il existe un modèle adapté. Je suis également impressionné par la manière dont AMAG soutient de manière active ses collaboratrices et collaborateurs dans le passage aux véhicules électriques. Cela représente déjà un signe fort, même si je suis impatient de savoir si AMAG Import SA atteindra vraiment ses objectifs dans ce domaine.

Motivez-vous également vos collaboratrices et collaborateurs à opter pour la mobilité électrique?

Oui, nous le faisons en les mettant en contact direct avec la mobilité électrique. Nous l'avons par exemple fait lors de la Journée de la durabilité à l'automne 2021, puis conjointement avec AMAG Import SA dans le cadre d'un événement cool.



Une start-up au sein d'AMAG

À l'automne 2021, l'équipe E-Mobility Solutions a reçu le feu vert pour déployer le modèle d'entreprise préalablement développé pour une offre avec mobilité électrique complète à partir de 2022. Cette offre comprend tous les services et produits liés au véhicule électrique. Dans une interview, Marc Geissmann, Head of E-Mobility Solutions chez AMAG Import SA, parle de ce que prévoit l'unité au cours des prochaines années.

Marc Geissmann, comment doit-on se représenter l'équipe E-Mobility Solutions?

Elle est née des besoins en électricité de notre clientèle. Nous les avons analysés et réalisés que chez AMAG, nous avons besoin de notre propre offre qui couvre des solutions sur le thème de la recharge. Pour cela, nous avons mis sur pied une équipe spécialisée de 15 personnes.



Marc Geissmann

Comment peut-on décrire au mieux l'offre?

Grâce à son approche «Tout à la même adresse», elle assure une commodité totale à nos clientes et clients. Les clientes et clients commerciaux/ -iales et d'entreprises reçoivent chez nous des conseils complets sur la mobilité électrique, y compris sur les solutions de recharge et d'énergie nécessaires. Nous garantissons la réalisation d'infrastructures de recharge et d'énergie et, ce faisant, nous assumons la gestion de projet et l'ingénierie jusqu'à la mise en service. Grâce à notre propre plateforme clients et à notre propre application, nous assurons en outre un fonctionnement sans souci de flottes de véhicules électriques, y compris le suivi et la facturation. Nos solutions sont en cours de préparation dans le cadre de projets pilotes en vue de leur lancement sur le marché.

«Le marché de la mobilité électrique évolue très rapidement. Nous devons donc aussi continuellement nous développer et sans cesse adapter notre offre aux besoins des clientes et clients.»

À quels autres développements t'attends-tu dans le domaine de la mobilité électrique?

Le marché de la mobilité électrique évolue très rapidement. Nous devons donc aussi continuellement nous développer et sans cesse adapter notre offre aux besoins des clientes et clients. Par ailleurs, nous nous intéressons aux tendances et aux nouveaux développements comme la recharge



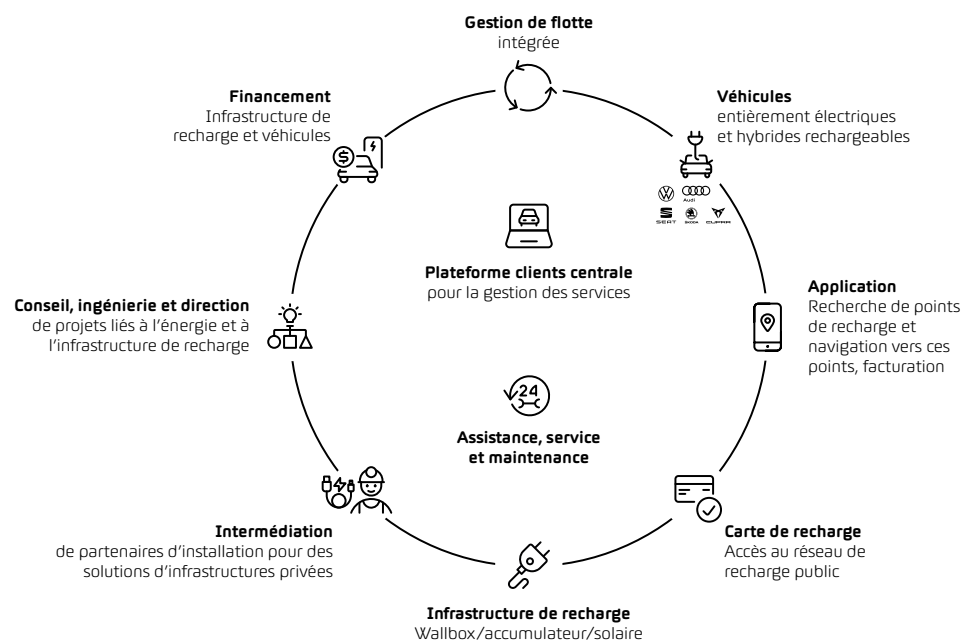
Nous contribuons en particulier au sous-objectif 9.4 des objectifs de développement durable des Nations Unies:

«D'ici à 2030, moderniser l'infrastructure et adapter les industries afin de les rendre durables, par une utilisation plus rationnelle des ressources et un recours accru aux technologies et procédés industriels propres et respectueux de l'environnement, chaque pays agissant dans la mesure de ses moyens»

bidirectionnelle ou l'utilisation de systèmes de stockage avec des batteries de seconde vie. Cela signifie que, après utilisation dans une voiture électrique et avant d'être recyclées, les batteries peuvent encore être utilisées dans des installations stationnaires pour stocker de l'énergie.

Portefeuille d'offres AMAG

Recharge et énergie



Ecological Footprint

AMAG s'est engagée à réduire fortement sa consommation d'énergie dans les années à venir. Aux pages suivantes, nous montrerons dans trois rapports comment y parvenir: grâce à une optimisation énergétique régulière du parc immobilier, grâce à des technologies innovantes telles que dans le nouveau Carrosserie Center Wettswil am Albis et grâce à des processus allégés à une faible consommation de ressources.

Immobilier et retail: ensemble pour le climat

L'optimisation énergétique du parc immobilier est pour AMAG une mesure essentielle pour réduire les émissions de CO₂. Pour mener à bien cette tâche exigeante, une bonne coordination avec les efforts d'économie d'énergie des entreprises d'AMAG Automobiles et Moteurs SA est importante.

Lorsqu'il est question de protection du climat en Suisse, l'immobilier constitue un point clé. Environ un tiers des émissions de CO₂ sont causées par le parc immobilier. Pour le groupe AMAG, ce nombre est même légèrement plus élevé. Thomas Linder, responsable Immobilier, suppose qu'il s'agit environ de 40% des émissions de CO₂ propres à l'entreprise. C'est pourquoi l'immobilier est d'une grande importance dans la stratégie de développement durable d'AMAG. De ce fait, les mesures sont étroitement liées aux entreprises qui travaillent dans les bâtiments. Il s'agit essentiellement de garages, de biens logistiques et de centres de carrosserie.

Depuis quelques années, AMAG réduit déjà les émissions de CO₂ provenant de ses biens immobiliers. À cet égard, voici quelques jalons:

- Premières installations photovoltaïques dès 2007, toujours sans consommation d'énergie; première grande installation photovoltaïque en 2012 dans le système de rayonnages de grande hauteur à Buchs
- Production durable de chaleur et d'énergie depuis 2010 grâce au chauffage urbain sur cinq sites et des pompes à chaleur sur huit sites; nouvelles constructions en un mode efficace en énergie
- Modèle des grands consommateurs depuis 2014: mesures spécifiques avec réduction sur 20 sites de forte consommation; mesures pour l'amélioration de l'efficacité énergétique
- Depuis 2017: achat d'électricité provenant de sources renouvelables, notamment d'installations d'énergie hydraulique certifiées

Rénovation à l'aide de sources d'énergie renouvelables

Les défis en matière de rénovation énergétique chez AMAG Immobilier sont énormes. Thomas Linder: «Beaucoup de nos biens immobiliers sont des bâtiments des années 1970 et 1980 et, par conséquent, sont peu optimisés pour une faible consommation d'énergie.» Toutefois, plusieurs de ces bâtiments entrent désormais dans le cycle de vie lors d'une phase de rénovation,

ce qui offre des possibilités de mise en œuvre de mesures. Un point crucial à cet égard est le remplacement des chauffages au mazout et au gaz naturel par des sources d'énergie renouvelables telles que le chauffage urbain et les pompes à chaleur. «Nous essayons toujours de trouver le moment idéal pour le remplacement, par exemple associé à une rénovation. Et pour chaque rénovation, nous établissons une feuille de route comportant des mesures énergétiques», explique Linder. De ce fait, des installations photovoltaïques et une domotique intelligente sont également des éléments essentiels. Lorsque de nouvelles constructions sont prévues, elles sont aujourd'hui conçues dès le départ de manière durable et neutre du point de vue énergétique.



Thomas Linder et Frank Böhmerle

En cas de doute, investir dans des solutions efficaces sur le plan énergétique et faibles en CO₂

Selon Thomas Linder, le diable réside dans les détails: «Tout bâtiment existant est une pièce unique et au final, les investissements et la durée d'amortissement doivent concorder, même si nous sommes prêts à faire certains compromis sur le rendement.» Pour ce faire, AMAG a fixé un prix interne de 120 francs par tonne de CO₂ pour créer de la motivation en cas de doute concernant des investissements dans des solutions efficaces sur le plan énergétique et faibles en CO₂. Comme exemple du diable dans les détails s'agissant de constructions existantes, Linder cite les nouvelles installations photovoltaïques sur les toits, lesquelles peuvent engendrer des frais consécutifs considérables du fait des protections anti-chutes nécessaires et des lanterneaux incassables.

Collaboration étroite entre les Business Units

Tant pour la rénovation des immeubles existants que pour de nouvelles constructions, Linder et son équipe travaillent en étroite collaboration avec les Business Units du groupe AMAG. À cet égard, il s'agit d'une part du chauffage et du refroidissement des bâtiments, mais d'autre part également de la chaleur industrielle. À ce sujet, Frank Böhmerle, Chief Technical Officer chez AMAG Automobiles et Moteurs SA, déclare: «Pour un résultat optimal, nous devons assurer une très bonne coordination entre bâtiment et exploitation.» Cela concerne particulièrement les ateliers de peinture énergivores. Toutefois, même dans les garages, il existe un fort potentiel d'amélioration, notamment

«Même les collaboratrices et collaborateurs de Tesla sont venus/-ues pour admirer cela».

en ce qui concerne les compresseurs, les plateformes de levage et les ponts élévateurs. Pour ce faire, Böhmerle pousse pour le remplacement progressif d'installations et d'équipements anciens par des installations et équipements dont les besoins en énergie sont réduits.



Nous contribuons en particulier au sous-objectif 12.2 des objectifs de développement durable des Nations Unies:

«D'ici à 2030, parvenir à une gestion durable et à une utilisation rationnelle des ressources naturelles»

Un jalon dans la collaboration entre l'immobilier et le retail a été la conception du nouveau Carrosserie Center à Wettswil am Albis (voir page 92). Pour Frank Böhmerle, le résultat révélé en 2021 est une expérience positive, «même les collaboratrices et collaborateurs de Tesla sont venus/-ues pour admirer cela.» AMAG Automobiles et Moteurs SA va également de l'avant en ce qui concerne un autre thème pertinent pour l'environnement: les processus dans les entreprises doivent être traités de façon numérique et sans papier dès que possible, ce qui réduira considérablement la consommation de papier, ne serait-ce que pour plus d'un million de factures par an (voir page 99).

«Sans aucun doute un projet phare»

Dans le Carrosserie Center à Wettswil am Albis inauguré en 2021, AMAG a conçu des bâtiments et leur exploitation de la manière la plus durable possible. Inspection avec Reto Gut, responsable Business Unit Carrosserie chez AMAG Automobiles et Moteurs SA.

Lumineux, grand, spacieux, calme: des impressions qu'un observateur n'associerait pas forcément à un Carrosserie Center. Il s'agit pourtant d'un Carrosserie Center qui remplit ces critères, plus exactement de l'AMAG Carrosserie Center de Wettswil am Albis ouvert en fin mai 2021, entre Zurich et Zoug. L'optimisation des processus explique le fonctionnement aussi silencieux de l'exploitation qui compte environ 45 collaboratrices et collaborateurs. Chaque chose est à sa place, les stations des véhicules, de l'analyse des dommages aux cabines de peinture en passant par la réparation de la carrosserie, sont disposées directement les uns à côté des autres, «la voiture se déplace pratiquement de manière automatique», déclare Reto Gut, responsable Business Unit Carrosserie. Il a engagé le centre en collaboration avec son équipe, a supervisé sa conception et sa construction, et se retrouve encore régulièrement sur le site aujourd'hui; «je vis juste au coin de la rue», dit-il en riant.



Reto Gut



Nous contribuons en particulier au sous-objectif 9.4 des objectifs de développement durable des Nations Unies:

«D'ici à 2030, moderniser l'infrastructure et adapter les industries afin de les rendre durables, par une utilisation plus rationnelle des ressources et un recours accru aux technologies et procédés industriels propres et respectueux de l'environnement, chaque pays agissant dans la mesure de ses moyens.»

Pris en charge par l'intelligence artificielle, la planification du travail et l'optimisation des processus pour jusqu'à 150 véhicules par semaine ne sont pas pertinentes uniquement du point de vue économique. «Lorsque nous travaillons de manière efficace, cela constitue également un avantage sur le plan écologique, car nous consommons moins d'énergie», déclare Gut. Au fait, dans la nouvelle construction de Wettswil, l'entreprise a mis en œuvre ce qu'il est possible de réaliser du point de vue technique et conceptuel pour soutenir les objectifs de développement durable d'AMAG, «sans aucun doute un projet phare», déclare Reto Gut, qui travaille depuis 2013 chez AMAG Automobiles et Moteurs SA. Les équipements spéciaux destinés à la réparation de véhicules électriques font également partie intégrante de cette orientation innovante.

«Il ne sert à rien de mélanger un demi-litre de peinture pour un couvercle de réservoir et de jeter le reste ensuite»

Dans les Carrosserie Centers classiques, les ateliers de peinture ont de loin les besoins les plus importants en termes de chauffage et de ventilation. C'est le contraire à Wettswil am Albis: les nouvelles installations consomment environ moitié moins d'énergie que les installations classiques grâce à une récupération de chaleur sur toute l'année et à gestion intelligente de l'énergie. Un exemple: la ventilation est à l'arrêt si aucune opération de peinture n'est en cours. Dès qu'une collaboratrice ou un collaborateur actionne un pistolet à peinture, la ventilation de l'installation se met en marche automatiquement, «c'est également génial en matière de sécurité au travail», déclare Gut dans l'une des cabines de peinture.

La régulation de la température est cruciale pour la qualité des travaux de peinture. Avec une température ambiante inférieure à 18 degrés, les résultats obtenus ne sont pas plus exacts qu'avec une température supérieure à 30 degrés. «Cela peut constituer un problème en été», affirme Gut, et c'est



AMAG Carrosserie Center de Wettswil am Albis

l'une des raisons pour lesquelles la hauteur du bâtiment est d'environ onze mètres. Pour réduire les variations de température et ainsi la consommation d'énergie, les Carrosserie Centers utilisent par ailleurs de plus en plus des peintures qui ne sont plus activées par la température, mais par l'humidité de l'air. Toutefois, pour le moment, ces peintures sont adaptées pour des surfaces plus grandes, sous certaines conditions.

Le mélange des couleurs de peinture est également prévu pour une utilisation durable des ressources. Pour les petites quantités, un mélangeur automatique spécial est utilisé. «Il ne sert à rien de mélanger un demi-litre de peinture pour un couvercle de réservoir et de jeter le reste ensuite», explique Reto Gut. AMAG veille également à la durabilité pour ce qui est des agents de remplissage utilisés pour réparer les dommages à la carrosserie. À Wettswil, les collaboratrices et collaborateurs de Gut utilisent un agent de remplissage qui durcit de l'intérieur sous expositions aux rayons UV, et non plus de l'extérieur sous l'action de la chaleur, «l'un de nos bijoux pour l'environnement», déclare le responsable Business Unit Carrosserie.

Enfin, un tour sur le toit pour découvrir notre deuxième bijou pour l'environnement. La grande installation photovoltaïque de plus de 1200 m² occupe une plus grande partie de la surface du toit. Les jours ensoleillés, elle fournit jusqu'à 136% de l'énergie nécessaire au fonctionnement du centre tout entier, y compris à la recharge des véhicules de remplacement électriques. Au total, l'installation peut générer jusqu'à 227 000 kilowattheures d'électricité par an.



«Cela semble simple, mais est pourtant très complexe dans la pratique»

Dans le secteur après-vente, AMAG travaille à différents niveaux pour réduire l'intensité d'utilisation de l'énergie et des ressources. Dans une interview, Michael Rösser, responsable After-Sales chez AMAG Automobiles et Moteurs SA, indique de quels niveaux il s'agit.

Michael Rösser, que peut faire AMAG Retail dans le secteur après-vente pour soutenir les objectifs de développement durable du groupe AMAG? Nous visons également la réduction de l'intensité d'utilisation de l'énergie et des ressources. La condition préalable pour cela est que nous

«Nous visons également la réduction de l'intensité d'utilisation de l'énergie et des ressources.»

normalisons toutes nos opérations, c'est-à-dire que nous intégrions les mêmes processus sur chacun des quelque 80 sites. Cela nous permettra de promouvoir la numérisation et de réduire ainsi la consommation des ressources.

Peux-tu en donner un exemple?

À l'avenir, nous souhaitons concevoir nos processus autant que possible sans papier. À partir de la mi-2022, nous n'imprimerons plus l'ordre d'atelier sur papier, mais nous inviterons plutôt les clients à le signer sur une tablette. Nous appliquerons également la dématérialisation aux factures: nos clientes et clients auront à choisir entre une facture classique en papier et une facture PDF par e-mail, que nous expliquerons



Michael Rösser

alors sur tablette uniquement au moment où la cliente ou le client récupère la voiture. Nous avons un énorme potentiel de réduire notre consommation de papier de près d'un million de factures par an.

Cela semble facile. Pourquoi AMAG ne s'y est-il pas attelé plus tôt? Cela semble peut-être simple, mais est pourtant très complexe dans la pratique. Un exemple: de nombreux ordres de réparation peuvent être exécutés en interne sur une voiture. Nous devons être en mesure de représenter cela de façon numérique tout comme l'horodatage des mécaniciennes et mécaniciens déployés. Au bout du compte, il ne doit plus y avoir de pochette de commande avec 30 pages de papier, mais tout doit être enregistré par voie numérique.



Nous contribuons en particulier au sous-objectif 13.1 des objectifs de développement durable des Nations Unies:

«Renforcer, dans tous les pays, la résilience et les capacités d'adaptation face aux aléas climatiques et aux catastrophes naturelles liées au climat.»

Quels autres thèmes figurent sur le programme de développement durable du service après-vente?

Le thème du smart repair nous tient également à cœur. Cela signifie que, chaque fois que c'est possible, nous réparons les pièces plutôt que de les remplacer. Les pare-brise ayant subi de petits impacts de pierre constituent un bon exemple à ce sujet. Auparavant, ils auraient été immédiatement remplacés, ce qui répondait également aux souhaits de nombreux/-euses clientes et clients. Pourtant, dans la majorité des cas, une réparation avec de la résine suffit en réalité. Aujourd'hui, nous réparons également les trous de brûlure dans les sièges, de façon générale. Bien évidemment, le thème de la mobilité électrique constitue également un domaine prioritaire pour nous. Par exemple, nous implantons des centres de compétences haute tension dans certains garages qui ne font pas que remplacer les batteries, mais qui les réparent également.

Investissements dans le progrès technologique

Fonds vert

Pour atteindre ses objectifs de développement durable, AMAG promeut en interne des mesures qui contribuent à réduire son empreinte carbone, et ce en fixant un prix de 120 francs par tonne de CO₂. Grâce à ces moyens, AMAG alimente un fonds pour le climat et l'innovation qui soutient les start-up technologiques contribuant à ralentir et à arrêter le changement climatique.

Partenariat avec Climeworks

Climeworks utilise la technologie «Direct Air Capture», une technologie qui élimine directement le dioxyde de carbone de l'air et réduit ainsi des émissions de CO₂ inévitables et historiques. Le dioxyde de carbone séparé de l'air est soit recyclé et utilisé comme matière première, soit éliminé complètement de l'air par stockage sécurisé. Les installations de Climeworks fonctionnent exclusivement grâce à une énergie renouvelable ou à une énergie issue de déchets.



Technologie Direct-Air-Capture de Climeworks

La première installation a été mise en service en 2017, et en 2021, Climeworks a ouvert la première installation d'envergure du monde à Hellisheidi, en Islande. Par l'intermédiaire de la société de participation Big Point Holding AG, le propriétaire d'AMAG, Martin Häfner, est depuis le début un investisseur principal de l'entreprise. Depuis 2021, le groupe AMAG collabore également plus étroitement avec Climeworks. D'ici 2040, AMAG souhaite réduire 90% de ses émissions et, pour cela, éliminer dans les prochaines années déjà 10% des émissions grâce à Climeworks. En 2040, les 50% des émissions restantes devront être éliminés au moyen de cette innovation suisse avant-gardiste.

Green-Finance-Framework

AMAG offre désormais aux investisseuses et investisseurs ayant un objectif de placement durable la possibilité d'investir dans la transformation du secteur. Ainsi, AMAG Leasing AG a créé un cadre de financement vert en 2021 et a émis la première obligation verte. Le cadre de financement vert est en phase avec la version 2021 des principes applicables aux obligations vertes («GBP») de l'ICMA et des principes applicables aux prêts verts («GLP»), qui sont un ensemble de lignes directrices volontaires préconisant la transparence et la publication d'informations et promouvant l'intégrité dans le développement des marchés financiers verts.

AMAG Leasing AG dispose d'un portefeuille d'environ 180 000 contrats de leasing d'une valeur de plus de quatre milliards de francs. Avec le cadre de financement vert, AMAG Leasing AG souhaite orienter ce portefeuille vers une mobilité durable. Concrètement, les voitures électriques (BEV) ainsi que les Plug-In Hybrid (PHEV) qui émettent un maximum de 50 g d'émissions de CO₂ par kilomètre doivent être particulièrement encouragés. Par ailleurs, ce cadre permet d'investir dans l'infrastructure photovoltaïque pour accélérer la transition énergétique.

En réorientant son action vers le marché financier, AMAG envisage non seulement de soutenir les objectifs de développement durable des Nations Unies dans le domaine de la mobilité propre et climatiquement neutre, mais aussi de s'orienter résolument vers sa vision de premier fournisseur de mobilité durable.

Investissement dans Synhelion

En remplaçant les carburants fossiles par des carburants solaires neutres en carbone, Synhelion souhaite contribuer à long terme à un secteur des transports sans émissions. Pour cela, l'entreprise construit la première installation de production industrielle de carburant solaire au monde. En 2021, le groupe AMAG a investi directement dans Synhelion. En plus de son engagement avec Climeworks, AMAG souhaite boucler complètement la boucle des carburants synthétiques durables: le CO₂ généré par les moteurs à combustion peut être filtré à partir de l'air à l'aide de la technologie de Climeworks, puis retransformé en carburants synthétiques durables grâce à la technologie de Synhelion. AMAG souhaite ainsi permettre aux propriétaires des quelque 200 000 Classic Cars de déployer leurs véhicules d'époque ou classiques tant aimés de manière durable et climatiquement neutre à l'avenir.



En sortie: Porsche ST dans les Alpes suisses



Faits Net Zero

↓30%

Objectif empreinte zéro

D'ici 2025 AMAG souhaite atteindre une empreinte écologique neutre et, pour cela, réduire au moins 30% des émissions des scopes 1 et 2.

Page 167

CO₂

Participations et partenariats durables

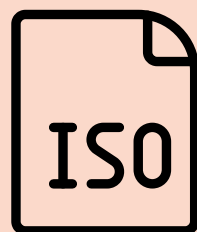
- Climeworks: élimination de CO₂ directement à partir de l'air
- Synhelion: transformation de CO₂ en carburants synthétiques au moyen de l'énergie solaire

Pages 102 – 104

Développement durable et système

AMAG Import SA et mobilog SA utilisent un système de gestion de l'environnement conforme à la norme ISO 14001:2015.

Page 168

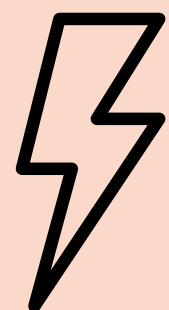


Technologie majestueuse

- Consommation d'environ 50% en moins d'énergie dans les nouvelles installations de peinture dans le Carrosserie Center de Wettswil, grâce à une récupération de chaleur sur toute l'année et à gestion intelligente de l'énergie
- Miser sur le smart repair: réparer au lieu de remplacer
- Réduction considérable de la consommation de papier à l'avenir grâce à la numérisation de plus d'un million de factures par an

Page 90

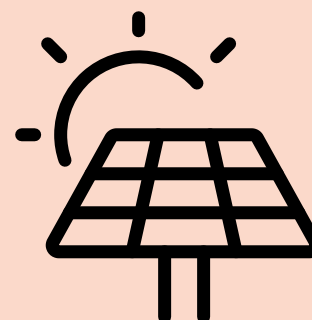
-50%



Un avenir électrique: nous commençons par nous-mêmes

- Ouverture de «the square» dans The Circle de l'aéroport de Zurich: un New Mobility Hub et le premier centre de compétences et d'expérience dédié à la nouvelle mobilité individuelle durable.
- Lancement de la plateforme communautaire «drive-electric.ch» pour répondre à toutes les questions liées à la mobilité électrique (2021).
- Aménagement de l'infrastructure de recharge sur ses propres sites avec près d'un millier de stations de recharge: sera le cas d'ici la fin de l'année 2022

Page 77



Plus de soleil

- Installation d'une infrastructure photovoltaïque de 5700 m² en 2021
- Production pouvant atteindre 227 000 kilowatt-heures d'électricité par an grâce à une grande installation photovoltaïque de plus de 1200 m² au Carrosserie Center de Wettswil. Cette installation fournit jusqu'à 136% de l'énergie nécessaire au fonctionnement du centre tout entier, y compris à la recharge des véhicules de remplacement électriques. Page 94

Engage

02 Durabilité vécue à 360° → Engage

Un aperçu

L'être humain est au cœur de toutes les activités: sous le terme AMAG Engage, AMAG regroupe l'engagement en faveur des collaboratrices et collaborateurs et de la société. AMAG est convaincue que la diversité et la variété des collaboratrices et collaborateurs constituent la base d'une entreprise florissante et performante aussi à l'avenir.

Lifelong Learning

Avec environ 740 apprenties et apprentis, AMAG est l'un des plus grands formateurs en Suisse, pose des jalons dans le domaine de la formation continue et offre aux collaboratrices et collaborateurs des possibilités d'apprentissage tout au long de la vie. Depuis 2020, AMAG propose des postes de préapprentissage d'intégration. Dans le cadre du programme Long Term Empowerment, des initiatives qui soutiennent les collaboratrices et collaborateurs dans la planification de leur carrière tout au long de la vie sont regroupées. Cela comprend l'offre de coaching et de mentorat, des cours de fitness numérique ainsi que des offres visant à promouvoir le bien-être physique et mental. Ces formations continues se font d'une part par la HR Academy, l'Academy d'AMAG Import AG ainsi qu'à travers des cours externes, et d'autre part à l'aide d'outils dans le domaine de la formation en ligne.

Social Responsibility

À travers des mesures ciblées dans les domaines «Sponsoring et Donations», AMAG promeut le bien-être social de la Suisse. Avec l'AMAG Family Business Award qui a eu lieu pour la dixième fois en 2021, AMAG se distingue dans le domaine de l'entrepreneuriat familial durable. Le partenariat de plusieurs décennies avec l'Orchestre de chambre de Zurich, ZKO, et le soutien à la représentation populaire de l'Opéra de Zurich constituent, avec d'autres petites participations, la contribution d'AMAG à la préservation de la création culturelle suisse. À l'aide de ressources issues du fonds AMAG, il a été possible de fournir des véhicules à diverses organisations et familles démunies.

People Centric Culture

Pour AMAG, People Centric Culture veut dire mettre les collaboratrices et collaborateurs au centre de nos préoccupations, car ce sont elles et eux qui influencent la réussite d'AMAG par leurs agissements et leur comportement. AMAG vit la diversité grâce à ses collaboratrices et collaborateurs provenant de plus de 70 nations, et les expériences diverses se reflètent dans une culture d'entreprise moderne. Le respect de l'égalité salariale interne à l'échelle du groupe entre les femmes et les hommes a été consacré par la norme de certification Fair-ON-Pay. La part des femmes au sein d'AMAG était de 16,3% à la fin de l'année. C'est un objectif déclaré de la direction et du conseil d'administration de faire également d'AMAG un employeur encore plus attrayant pour les femmes.

→ Voir rapport ICP
Page 182



→ Voir Lifelong Learning
Page 131

People Centric Culture

La diversité renforce les entreprises, qu'elle concerne l'âge, le sexe, l'origine ou la formation. Les pages suivantes donnent un aperçu de la manière dont nous encourageons la diversité chez AMAG, par exemple en plaçant les collaborateurs et collaboratrices au centre de nos préoccupations ou en proposant un préapprentissage d'intégration pour réfugiés et personnes admises à titre provisoire.

La diversité renforce AMAG

Qu'elle concerne l'origine, l'âge ou la formation des collaboratrices et collaborateurs, la diversité rend AMAG plus durable et plus forte. Nous avons un retard à rattraper en ce qui concerne la part des femmes, laquelle augmente plutôt lentement. La part croissante de professions qui requièrent une formation universitaire influence le marketing employeur d'AMAG.

Le groupe AMAG vit la diversité, et cela va bien au-delà des 72 nationalités actuellement représentées au sein de l'entreprise. D'autres points d'accroche de la diversité au sein de l'entreprise, ou dans le jargon technique de la diversité, sont le sexe, l'âge et la formation. La diversité est essentielle pour AMAG, car au sein des équipes dont la composition est diversifiée plus de perspectives se rejoignent et permettent ainsi de proposer des solutions et des services innovants à la clientèle. AMAG considère en outre la diversité comme une opportunité pour garantir une meilleure compréhension mutuelle et une culture d'entreprise motivante et basée sur l'estime. «La diversité rend AMAG plus forte et plus durable», résume Anja Bates, Chief Human Resources Officer et membre de la direction du groupe.

Besoin de davantage de femmes

Dans l'ensemble groupe AMAG, la part des femmes est d'environ 16%, et d'environ 13% pour les postes de direction. Au cours des dernières années, ces proportions ont certes augmenté, mais elles restent encore faibles. La raison: du fait de ses nombreuses professions liées à la technique, le secteur automobile avait généralement une part élevée des hommes. Anja Bates trouve cela étrange: «Aujourd'hui, les femmes sont nombreuses à acheter des véhicules, alors pourquoi ne seraient-elles pas conseillées par une femme, qui comprend sans doute mieux les besoins des femmes?» L'une des raisons de l'augmentation plutôt lente de la part des femmes est l'existence d'anciens stéréotypes sexistes. En formation professionnelle par exemple, il arrive qu'AMAG fasse l'expérience de parents qui déconseillent à leurs filles d'apprendre un métier du

secteur automobile. Actuellement, AMAG parvient à pourvoir environ 10% des places d'apprentissage avec des jeunes femmes, l'objectif étant d'atteindre au moins 20%, y compris dans les professions techniques.

Anja Bates considère qu'une autre raison de la part actuelle des femmes est qu'AMAG communique encore très peu sur la promotion des femmes et les perspectives de carrière attrayantes. Il s'agit notamment du fait qu'AMAG garantit l'égalité salariale à l'échelle du groupe entre les femmes et les hommes et que cela a été à nouveau consacré par la certification Fair-ON-Pay en 2021.

Les collaboratrices et collaborateurs d'un âge avancé sont importants/ -tes pour la performance d'AMAG

Chez AMAG, près de 12% des effectifs ont plus de 55 ans, les autres quelque 8% ont entre 51 et 55 ans. Un grand nombre de ces collaboratrices et collaborateurs sont chez AMAG depuis de nombreuses années et connaissent parfaitement l'entreprise et ses processus. De plus, environ 150 autres collaboratrices et collaborateurs de plus de 50 ans sont embauchés chaque année. Dans le contexte d'un manque de main-d'œuvre spécialisée qui ne cesse de s'aggraver, tous ces collaboratrices et collaborateurs plus âgés/-ées comptent beaucoup pour l'engagement Service d'AMAG.

Pour AMAG en tant qu'employeur, il est donc très important que les collaboratrices et collaborateurs les plus âgés/-ées restent performants/-tes et puissent mettre à profit leur expérience et leur savoir. L'entreprise y contribue en proposant des modèles d'emploi adaptés à l'âge; par exemple la carrière en arc, qui permet aux cadres de déléguer progressivement des responsabilités. Des formations continues spéciales, qui tiennent compte du principe de l'apprentissage tout au long de la vie, améliorent également la productivité des employées et employés plus âgés, par exemple par le biais de formations dans le domaine informatique. Néanmoins, il reste à relever le défi selon lequel dans les années à venir, de nombreux membres de la génération du babyboom prendront leur retraite. «Nous pouvons au moins quelque peu atténuer ce phénomène grâce à nos actions», déclare Anja Bates.

De nouvelles exigences révolutionnent le marketing employeur

Un autre niveau de diversité important pour AMAG est la diversité des emplois ou des compétences, c'est-à-dire une variété croissante de professions et de compétences différentes du fait de la transformation du secteur de la mobilité. Auparavant, une grande partie des emplois était directement liée aux véhicules et à la technique automobile. Mais l'évolution du secteur entraîne une diversification croissante des profils professionnels. «Nous avons besoin d'un

«Aujourd'hui, les femmes sont nombreuses à acheter des véhicules, alors pourquoi ne seraient-elles pas conseillées par une femme, qui comprend sans doute mieux les besoins des femmes?»

grand nombre de collaboratrices et collaborateurs disposant de nouvelles compétences, notamment d'une formation universitaire», explique Anja Bates. Par exemple, des ingénieurs en informatique ou des ingénieurs électriciens/-iennes, nécessaires pour poursuivre le développement des services liés à la mobilité électrique. En matière de recrutement, cela crée de nouveaux défis.

Anja Bates: «Avec la numérisation et la focalisation sur la durabilité, nous devons également nous adresser à des groupes cibles qui s'intéressent aux nouvelles technologies, à l'informatique, aux données et au développement de nouveaux modèles commerciaux – et pour ces groupes, le secteur automobile n'entre guère en ligne de compte.» Lorsqu'il s'agit de tels groupes cibles, AMAG est en concurrence avec des entreprises du domaine des services et de l'informatique, par exemple, «car nous devons nous présenter différemment du passé en matière de marketing employeur si nous voulons avoir du succès», explique Anja Bates.

→ Voir Lifelong Learning
Page 141

Accès à l'apprentissage pour réfugiées et réfugiés et personnes admises à titre provisoire

Depuis 2018, AMAG propose ce qu'on appelle le préapprentissage d'intégration, qui permet entre autres aux réfugiées et réfugiés reconnus/-ues et aux personnes admises à titre provisoire d'accéder rapidement à un métier d'apprentissage.

La Confédération a mis sur pied le préapprentissage d'intégration (PAI) en août 2018 en tant que programme pilote afin de mieux exploiter le potentiel de main-d'œuvre nationale et de réduire la dépendance à l'aide sociale ou le risque de dépendance de l'aide sociale des personnes relevant du domaine de l'asile. L'accent est mis sur les ressortissants des pays de l'espace UE/AELE ainsi que ceux des pays tiers, lesquels ressortissants ne disposent d'aucune formation professionnelle de niveau secondaire II. Depuis août 2021, les jeunes et jeunes adultes bénéficiant du statut de protection S ainsi que les personnes ne relevant pas du domaine de l'asile ont désormais la possibilité de participer à un PAI. Cette extension est baptisée PAI+. Au cours de la deuxième année de mise en œuvre (2019/2020), 867 personnes au total ont participé à un PAI. 737 parmi eux ont achevé avec succès leur année de formation. Environ deux tiers (514 personnes) ont ensuite trouvé une place d'apprentissage menant à une attestation fédérale de formation professionnelle (AFP) ou à un certificat fédéral de capacité (CFC).

Avec sa longue tradition en formation professionnelle, AMAG a été impliquée dans le projet PAI (voir encadré) depuis le début. Elle assume ainsi également sa responsabilité sociale en la matière et a en même temps la possibilité de recruter des apprenties et apprentis qualifiés/-ées du PAI pour créer sa réserve interne de jeunes talents. Pour le compte de l'année d'apprentissage 2021/2022, AMAG forme cinq apprenties et apprentis d'intégration dans l'entreprise Retail et une autre à mobilog SA. Les expériences acquises dans le cadre de la formation des apprenties et apprentis du PAI ont été très positives selon les responsables d'AMAG, à quelques exceptions près. Barbara Mettler est conseillère en formation professionnelle RH et recrute les apprenties et apprentis



Kawang Hobatsang

d'intégration dans la région zurichoise. Elle déclare: «Toutes les entreprises formatrices qui ont déjà pu vivre des expériences avec des apprenties et apprentis issus/-ues du PAI sont satisfaites et aimeraient toujours recruter une personne.» Pour le compte de l'année d'apprentissage 2022/2023, six places de plus sont prévues pour un PAI.

Tim Wanner, formateur professionnel de mobilog SA, dresse également un bilan positif: «C'est un plaisir de voir à quel point les apprenties et apprentis du PAI s'intègrent chez nous, et surtout combien elles ou ils sont désireux/-euses d'apprendre. Pour nous, le point culminant après ce préapprentissage d'intégration est de permettre aux apprenties et apprentis du PAI d'achever leur formation de logisticienne ou logisticien CFC/AFP, dès lors que leurs performances scolaires et dans l'entreprise sont bonnes.»

Saimon Okbay d'Érythrée et Kawang Hobatsang du Tibet ont saisi cette opportunité. Tous deux ont commencé le PAI à l'été 2021 et seront par la suite retenus chez AMAG.

Saimon et Kawang, quels ont été les points forts pour vous pendant le PAI?

Saimon: Lorsque je suis au sein de l'entreprise et que j'ai la possibilité d'apprendre de nouvelles choses, ma journée est passionnante et réussie. Mais je suis également très motivé en travaillant sur de beaux véhicules. J'ai pu peindre un véhicule, ce qui m'a procuré beaucoup de plaisir. Ce que je préfère, c'est mélanger les couleurs pour la peinture et je prends également beaucoup de plaisir à réparer les véhicules.



Saimon Okbay

Kawang: Je trouve l'activité quotidienne très passionnante, principalement que nous avons de nombreuses tâches différentes et que nous pouvons apprendre chaque jour de nouvelles activités. En principe, tous les quatre mois, nous changeons de service dans le secteur logistique. Je ne m'ennuie donc jamais et je suis toujours au courant de l'actualité. L'encadrement dont je bénéficie au sein de l'entreprise est excellent, et je me sens très bien chez AMAG. En particulier, je tiens beaucoup à toujours avoir à ma disposition une personne de contact pour répondre à mes questions.

Quels sont vos objectifs pour l'avenir?

Saimon: Mon objectif est de terminer mon apprentissage et de continuer ensuite à me perfectionner en suivant un apprentissage de quatre ans de peintre automobile CFC. J'ai également pour objectif de soutenir financièrement ma famille en Érythrée.



Nous contribuons en particulier au sous-objectif 8.5 des objectifs de développement durable des Nations Unies:

«D'ici à 2030, parvenir au plein emploi productif et garantir à toutes les femmes et à tous les hommes, y compris les jeunes et les personnes handicapées, un travail décent et un salaire égal pour un travail de valeur égale.»

Kawang: Mon objectif est de terminer avec succès la formation de trois ans de logisticien CFC après le PAI. Par la suite, je compte d'abord acquérir quelques années d'expérience dans l'univers professionnel. Je tiens beaucoup à pouvoir voler de mes propres ailes et de prendre mes propres décisions, sans aucun soutien financier de la part de la commune, etc.

«Mettre les collaboratrices et collaborateurs au centre des préoccupations»

Par leurs agissements et leur comportement, les collaboratrices et collaborateurs jouent un rôle important pour la réussite d'AMAG. C'est pourquoi l'entreprise souhaite continuer à encourager ses quelque 6500 employées et employés et les mettre au centre de ses préoccupations. Interview avec Anja Bates, Chief Human Resources Officer.

Anja Bates, qu'entends-tu par People Centric Culture?

Pour AMAG, People Centric Culture veut dire mettre les collaboratrices et collaborateurs au centre de nos préoccupations, car ce sont elles et eux qui influencent la réussite du groupe AMAG par leurs agissements et leur comportement.

«La diversité constitue pour nous une question essentielle.»

Dans quels domaines AMAG met-elle l'accent à cet effet?

La diversité constitue pour nous une question essentielle. Ainsi, c'est un objectif déclaré de la direction et du conseil d'administration de faire également d'AMAG un employeur encore plus attrayant pour les femmes. Nous lancerons de ce fait une campagne d'information: «AMAG Girl power». Nous donnons la parole aux femmes qui racontent, en tant que «modèles féminins», la carrière professionnelle qu'elles ont pu faire chez AMAG. Nous avons alors rassemblé des histoires inspirantes.

Il faut davantage d'emplois à temps partiel pour la promotion des femmes. Qu'en est-il chez AMAG?

Dans ce domaine, nous avons encore assurément du potentiel. Dans de nombreux métiers, nous devrions avoir plus d'offres à temps partiel, pour les hommes également. Je souhaite mener une discussion sur le



Anja Bates

sujet pour voir à quel endroit il serait judicieux d'avoir plus d'offres à temps partiel, et où non. Le marché du travail devient de plus en plus difficile. Les offres de temps partiel peuvent nous aider à être attractifs pour plus de candidates et candidats, ce qui est également la solution idéale du point de vue social.

Vois-tu chez les employées et employés plus âgés/-ées un potentiel pour atténuer les goulets d'étranglement en matière de personnel?

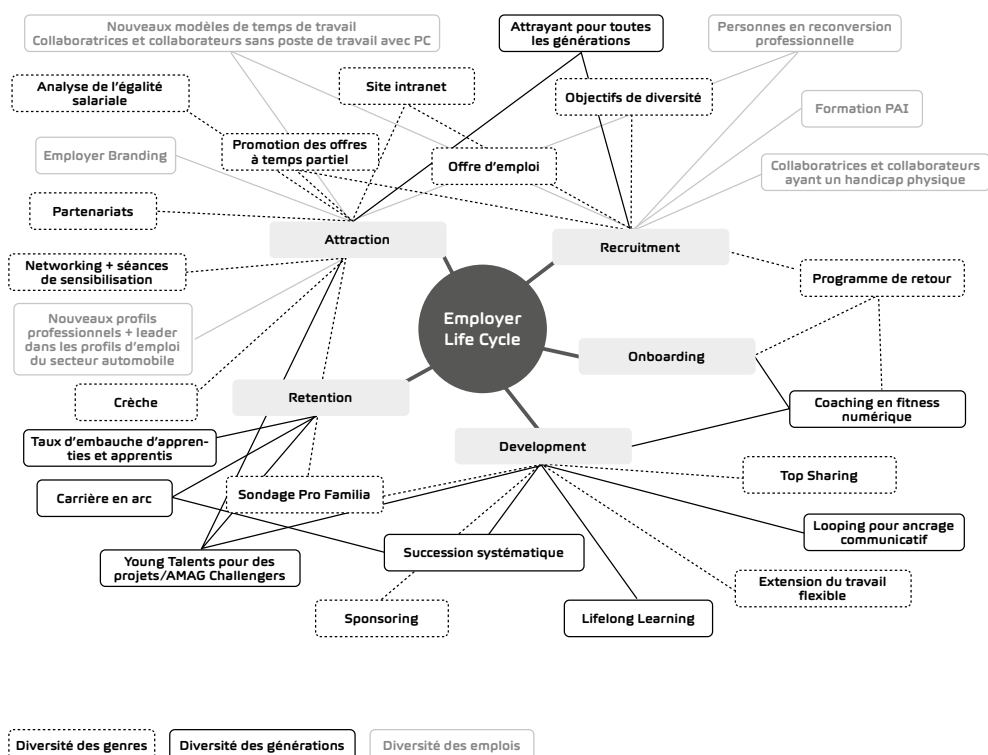
Nous souhaitons exploiter le plus longtemps possible le précieux potentiel des collaboratrices et collaborateurs plus âgés/-ées et leur donner la possibilité de travailler aussi longtemps qu'elles et ils le souhaitent. Il est de notre intérêt qu'elles et ils conservent leur performance et leur plaisir

au travail. Le programme «Long Term Empowerment» englobe quatre éléments: la formation aux compétences numériques, des modèles alternatifs de carrière jusqu'à la retraite, un concept de mentorat dans lequel les personnalités chevronnées assistent les jeunes cadres ou les jeunes talents, ainsi que des offres permettant de préserver la santé.

Comment AMAG peut-elle continuer à être attrayante pour ses employées et employés?

Nous observons que l'aspect «purpose» joue un rôle de plus en plus important dans le marketing employeur, c'est-à-dire la question du sens du travail et de l'importance de l'activité professionnelle. De très nombreux collaboratrices et collaborateurs souhaitent aujourd'hui accomplir un travail qui a du sens, voire un travail qui a du sens et qui répond aux exigences éthiques et sociales les plus élevées. Dans ce contexte, la stratégie pour la durabilité et le climat d'AMAG est très importante et le deviendra encore plus.

Feuille de route pour la diversité jusqu'en 2025



«De très nombreux/ -euses collaboratrices et collaborateurs souhaitent aujourd'hui accomplir un travail utile, voire un travail qui a du sens et qui répond aux exigences éthiques et sociales les plus élevées.»

Lifelong Learning

Des collaboratrices et collaborateurs d'excellence sont la clé du succès, et il faut faire des efforts pour avoir de tels collaboratrices et collaborateurs. C'est pourquoi nous accordons une grande importance à la formation initiale et continue, comme le montrent par exemple l'entretien avec les responsables d'un métier d'apprentissage nouvellement conçu et l'interview d'un jeune cadre.

La puissance à partir de sa propre organisation

La formation initiale et continue sont des piliers importants de la stratégie de développement durable d'AMAG. Étant l'une des plus importantes entreprises de formation de Suisse, elle emploie environ 740 apprenties et apprentis. Dans le cadre de la formation continue, il s'agit d'encourager les autres près de 90% de collaboratrices et collaborateurs. Les objectifs sont les mêmes dans les deux domaines: responsabiliser et faire évoluer les collaboratrices et collaborateurs.

Un engagement exceptionnel dans la formation

Depuis sa création, AMAG forme des apprenties et apprentis: au total, plus de 10 000 jeunes ont ainsi pu intégrer l'univers professionnel à ce jour. Dans ses garages et sur ses sites répartis dans tout le pays, le groupe forme environ 740 apprenties et apprentis dans 13 métiers. AMAG propose également le préapprentissage d'intégration (PIA) d'un an (voir page 120). Le nombre d'apprenties et apprentis correspond à environ 12% de l'effectif total, bien plus que chez n'importe quel autre concurrent du secteur automobile et bien au-delà de l'engagement moyen des entreprises de taille comparable. Avec près de 280 formatrices et formateurs professionnels/-elles, AMAG assure une formation de qualité avec un taux de réussite très élevé, que ce soit pour les apprenties et apprentis en atelier, dans les établissements de carrosserie, dans le domaine de la logistique, de l'informatique, du bureau ou du commerce de détail. AMAG attache une grande importance à la formation continue modulaire des spécialistes qui encadrent la relève dans les garages et les entreprises.

Ceux qui se distinguent par des notes supérieures à la moyenne entre la deuxième et la quatrième année d'apprentissage sont admis dans le programme de subvention Young Talents et bénéficient d'un mentorat, de formations spéciales et se voient affectés des projets. Environ 5% des apprenties et apprentis bénéficient de cet engagement, une proportion qui devrait augmenter. AMAG a également mis en place des programmes de formation pour les diplômées et diplômés des hautes écoles qui souhaitent intégrer dans le secteur automobile.

«La génération Z, c'est-à-dire les personnes nées après l'an 2000, voit les choses différemment des générations précédentes; nous en tenons compte au quotidien», déclare Gesa Gaiser, responsable de la formation professionnelle. Son objectif est également de continuer à employer davantage de jeunes chez

AMAG à la fin de leur apprentissage. D'autres domaines thématiques sont l'augmentation du pourcentage de femmes dans l'apprentissage et la visibilité encore plus grande d'AMAG dans tout le pays en tant qu'entreprise formatrice attrayante et moderne.

Changements dans le domaine de la formation

Parallèlement à la formation initiale, AMAG attache également une grande importance à la formation continue. Dès 1988, elle a centralisé ces activités dans un centre de formation nouvellement construit et ultramoderne à l'époque à Schinznach-Bad, l'actuelle Academy d'AMAG Import AG. Cette Academy regroupe encore aujourd'hui les programmes de formation continue de l'organisation des marques et est le centre de compétences pour les prestations de conseil, de coaching et de formation pour tous les partenaires commerciaux et partenaires de service.



Nicole Jans

De plus, le département Leadership & Development propose différentes formations dans le domaine développement du leadership, de l'esprit d'équipe et du développement personnel pour l'ensemble du groupe AMAG. Bien entendu, le changement est également perceptible dans le domaine de la formation: «L'évolution de la société et la numérisation ont profondément transformé l'apprentissage ces dernières années», déclare Nicole Jans, responsable HR Development chez AMAG.

L'orientation stratégique est dénommée Lifelong Learning: les collaboratrices et collaborateurs doivent être en mesure, grâce à l'apprentissage tout au long de la vie, d'évoluer en même temps que les changements technologiques, organisationnels et sociaux. À ce propos, Nicole Jans déclare: «Nous devons anticiper l'évolution des métiers et y préparer nos collaboratrices et collaborateurs.» Pour y parvenir, la formation continue doit être flexible, modulaire et proche des collaboratrices et collaborateurs. Si le cours classique en présentiel était auparavant la référence absolue, la situation s'est inversée aujourd'hui:

«Par exemple, nous n'avons pas de couperet d'âge: chez nous, même des personnes de 60 ans suivent des cours pour cadres pour un appui optimal dans leur rôle. Cela motive nos collaboratrices et collaborateurs pour le Lifelong Learning»

70% de la formation continue se fait sur le terrain et par le biais d'expériences pratiques, 20% en micro-apprentissage d'initiative propre et seulement 10% par le biais de formations continues classiques. Pour Nicole Jans, il est important que la formation continue soit ouverte à tous les collaboratrices et collaborateurs, y compris à ceux qui ont une formation de base plus solide et au personnel plus âgé. «Par exemple, nous n'avons pas de couperet d'âge: chez nous, même des personnes de 60 ans suivent des cours pour cadres pour un appui optimal dans leur rôle. Cela motive nos collaboratrices et collaborateurs pour le Lifelong Learning», déclare la responsable HR Development.

Parallèlement à l'apprentissage tout au long de la vie, AMAG mise de manière ciblée sur la promotion des talents en interne et essaye, en adoptant cette attitude de base, de mettre ses cadres sur ses pas (voir page 179). «Le recrutement de talents aux capacités de dirigeantes et dirigeants sur le marché du travail devient de plus en plus exigeant, car tout le monde recherche les mêmes talents», explique Nicole Jans. Dans la pratique, la promotion des talents est assurée par les supérieures et supérieurs hiérarchiques en collaboration avec les ressources humaines. Avant d'annoncer la vacance d'un poste de responsabilité de cadre, on procède à une vérification croisée pour savoir si une candidate ou un candidat idéal/-e au sein d'AMAG entre en ligne de compte.

«Chez nous, la gestion des talents est une attitude de base»

AMAG promeut sciemment des talents et forme ainsi la relève pour des postes de direction. Tamara Werfeli, désormais Head of Marketing ŠKODA, décrit la manière dont elle a vécu son parcours.

Tamara Werfeli travaille chez AMAG Import SA depuis 2015, dès le début dans la division de la marque ŠKODA. Dans son premier emploi, elle était responsable de la publicité pour les campagnes nationales hors ligne et pour le marketing commercial. En 2017, elle a assumé la responsabilité du domaine Digital Marketing et a été promue responsable de la communication marketing, avec pour la première fois la responsabilité hiérarchique sur un collaborateur. D'autres collaboratrices et collaborateurs se sont ajoutés/-ées et cette femme de 38 ans a finalement été nommée Head of Marketing ŠKODA, après que sa prédécesseuse a accédé à un autre poste au sein de l'entreprise. Comment Tamara Werfeli a-t-elle vécu son parcours chez AMAG? Comment a-t-elle pu bénéficier de la gestion des talents de l'entreprise?

Tamara Werfeli, pouvez-vous nous expliquer la gestion des talents chez AMAG?

Il s'agit chez nous d'une attitude de base qui s'applique sur le terrain, c'est-à-dire dans le quotidien professionnel. Les supérieures et supérieurs hiérarchiques jouent un rôle central, mais la volonté et l'engagement des collaboratrices et collaborateurs elles-mêmes et eux-mêmes comptent aussi bien évidemment. Ma cheffe m'a toujours beaucoup soutenue. Lorsque je souhaitais approfondir un sujet, elle m'y faisait participer. Lors des entretiens collaborateur, elle prenait le temps de discuter de mes objectifs de développement et de mes points forts et faibles. Je pense que cette attitude de base encourageante est largement ancrée chez les cadres d'AMAG.

As-tu pu suivre des formations continues?

Lorsqu'un collaborateur m'a été confié, j'ai pu suivre une formation au leadership. Lors d'un séminaire, j'ai par exemple appris beaucoup de choses passionnantes sur la conduite d'entretiens, ce qui m'a souvent beaucoup aidé au quotidien. De plus, AMAG m'a été d'un grand apport lorsque j'ai fait un MAS en psychologie commerciale. J'ai également suivi



Tamara Werfeli

un coaching aux médias et un cours sur le marketing numérique au cours des dernières années. L'offre de formation continue chez AMAG est vraiment excellente.

Aujourd'hui tu es toi-même supérieure hiérarchique de trois collaboratrices et collaborateurs. Que pourrait-on encore améliorer dans la gestion des talents?

J'ai personnellement eu la chance d'être soutenue et j'essaie bien sûr d'en faire autant avec mes collaboratrices et collaborateurs. Je pense qu'il est surtout important d'instaurer la transparence: d'une part, les attentes vis-à-vis des collaboratrices et collaborateurs qui souhaitent évoluer et, d'autre part, les possibilités qui s'offrent en général. AMAG est très



Nous contribuons en particulier au sous-objectif 5.5 des objectifs de développement durable des Nations Unies:

«Garantir la participation entière et effective des femmes et leur accès en toute égalité aux fonctions de direction à tous les niveaux de décision, dans la vie politique, économique et publique.»

grande et compte de nombreux secteurs d'activité différents. Cela offre énormément de possibilités, ce qui est bien évidemment très excitant. Mais en même temps, il n'est pas toujours facile pour moi non plus de garder le contrôle au quotidien.

Comment perçois-tu AMAG en tant qu'employeur?

Pour moi, AMAG est un employeur particulièrement intéressant, sinon je ne serais probablement pas restée aussi longtemps. L'entreprise est consciente de l'importance de ses collaboratrices et collaborateurs en tant que facteur de succès, et les encourage en conséquence. Je trouve la polyvalence et la large portée de l'entreprise très intéressantes. Je suis moi-même une personne qui aime le mouvement et le changement. C'est pourquoi je trouve extrêmement passionnant de travailler pour une entreprise comme AMAG, qui est très orientée vers l'avenir et qui s'est par exemple engagée, à travers sa stratégie en matière de durabilité et de climat, à atteindre dans ses activités la neutralité carbone d'ici à 2025.

Comment imagines-tu ton avenir professionnel?

Je viens juste de prendre avec beaucoup de motivation le poste de ma supérieure. Elle y a travaillé pendant dix années (rires).



Parée pour un avenir dans le secteur automobile

AMAG forme désormais une vingtaine de jeunes à un nouveau métier d'apprentissage: gestionnaire de commerce de détail Sales Automobile. Qu'enseigne-t-on à ces futurs vendeuses et vendeurs de voitures? Et pourquoi AMAG s'est-elle engagée à mettre en place cette formation? Entretien avec Gesa Gaiser, responsable de la formation professionnelle, et Kenji Tanaka, responsable de la marque VW Voitures de tourisme dans le réseau d'entreprises Berne d'AMAG Automobiles et Moteurs SA.

AMAG oriente les métiers d'apprentissage qu'elle propose en fonction de ses besoins stratégiques et de la pérennité de ces métiers d'apprentissage. Des métiers d'apprentissage peuvent ainsi disparaître au fil des ans, tandis que d'autres voient le jour. L'apprentissage de trois ans de gestionnaire du commerce de détail CFC Sales Automobile est un exemple de nouveau métier d'apprentissage. Ceux qui suivent cet apprentissage apprennent à partir de zéro comment on vend des voitures aujourd'hui. AMAG formera une vingtaine d'apprenties et apprentis à ce métier dès août 2022. Elle a été l'une des forces vives pour la définition et de la mise en place du nouveau métier d'apprentissage. Son objectif est de préparer de cette manière sa propre relève et de lui fournir dès le début le savoir-faire nécessaire.

Gesa Gaiser, en tant que responsable de la formation professionnelle, tu as participé à la mise en œuvre du nouveau métier d'apprentissage. Pourquoi et comment cela s'est-il fait?

La plupart des vendeuses et vendeurs de voitures sont aujourd'hui des personnes en reconversion professionnelle du domaine technique ou du



Gesa Gaiser

service clients. Cela peut ou ne pas correspondre à la personne. De plus, les exigences de la profession augmentent de plus en plus. Pensons par exemple aux nouvelles technologies de propulsion ou aux systèmes d'assistance à la conduite. C'est pourquoi nos garages ont de plus en plus souhaité que nous formions nous-mêmes notre relève en termes de vendeuses et vendeurs. D'autres actrices et acteurs du secteur ont eu la même vision des choses. C'est pourquoi l'union professionnelle suisse de l'automobile a défini et mis en place le nouveau métier d'apprentissage au cours des dernières années.

Kenji Tanaka, tu es directeur des ventes à Berne. La méthode de recrutement actuelle des vendeuses et vendeurs de voitures n'est-elle donc plus satisfaisante?

Nous continuerons à recruter des personnes en reconversion professionnelle, mais les exigences de la profession ont fortement augmenté ces dernières années. Il est temps que nous formions notre propre relève spécialisée.

→ Voir rapport ICP
Page 178



Nous contribuons en particulier au sous-objectif 4.4 des objectifs de développement durable des Nations Unies:

«D'ici à 2030, augmenter considérablement le nombre de jeunes et d'adultes disposant des compétences, notamment techniques et professionnelles, nécessaires à l'emploi, à l'obtention d'un travail décent et à l'entrepreneuriat.»

Qu'est-ce qui rend la profession plus exigeante aujourd'hui?

Gesa Gaiser: Il s'agit d'une tâche très complexe. Les gestionnaires du commerce de détail Sales Automobile conseillent et servent les clientes et clients dans le showroom, au téléphone et en ligne. Ils créent une expérience client attrayante lors de la vente de véhicules et de la fourniture de services de mobilité. Ils doivent également avoir des connaissances sur la numérisation, les possibilités de financement, les contrats de leasing et les nouvelles questions liées à l'énergie.



Kenji Tanaka

Kenji Tanaka: Ceux qui s'engagent dans cet apprentissage doivent pouvoir bien s'organiser, doivent pouvoir susciter l'enthousiasme chez les gens et doivent acquérir un large savoir-faire technique et sectoriel. Un exemple: il y a encore quelques années, il n'y existait que des moteurs à combustion. Aujourd'hui, les moteurs hybrides et électriques reçoivent de plus en plus d'attention. Il faut donc être au courant de tout pour pouvoir donner des informations convaincantes.

Kenji Tanaka, vas-tu former toi-même un apprenti?

Oui, et je me réjouis d'avance d'encadrer cet apprenti dans notre garage à Wankdorffeld. Il s'agira en fait d'un jeune homme qui a déjà suivi un apprentissage d'assistant de bureau AFP. En même temps, je respecte également le fait d'accompagner une jeune personne dans ses premiers pas dans la vie professionnelle et de la mener vers un objectif.

Gesa Gaiser: Il est donc important pour AMAG que nos formatrices et formateurs soient bien formés/-ées. Pour cela, elles et ils suivent des formations continues bâties sur un système modulaire et sont suivis/-ies de près par les conseillères et conseillers RH de la formation professionnelle. Pour le nouveau métier d'apprentissage, seuls les collaboratrices et collaborateurs qui travaillent déjà en tant que responsables vente sont engagés/-ées comme formatrices et formateurs.

Gesa Gaiser, quel compagnon de route les jeunes doivent-ils avoir dans le nouveau métier d'apprentissage?

Tous nos métiers d'apprentissage sont de plus en plus orientés vers l'action; il s'agit donc de moins en moins d'une simple transmission de connaissances. Le métier d'apprentissage de gestionnaire du commerce

«Ces compétences opérationnelles permettent aux apprenties et apprentis de s'adapter aux changements futurs dans leurs domaines professionnels.»

de détail Sales Automobile porte sur différentes compétences opérationnelles, telles que la gestion des relations clients ou la création d'expériences d'achat et l'interaction au sein de l'entreprise et dans le secteur. Ces compétences opérationnelles permettent aux apprenties et apprentis de s'adapter aux changements futurs dans leurs domaines professionnels.

Faits Engage

6570

collaboratrices et
collaborateurs

72

nationalités

1

AMAG

Discrimination exclue

AMAG va bien au-delà de la vérification exigée par la loi.
Fair-ON-Pay certifie l'égalité salariale chez AMAG.
Page 184



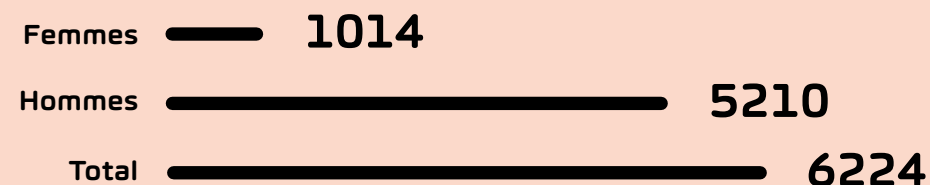
20%

50+

- Près de 12% des effectifs ont plus de 55 ans, les autres quelque 8% ont entre 51 et 55 ans
- Chaque année, environ 150 autres collaboratrices et collaborateurs de plus de 50 ans sont embauchés/-ées

Page 183

Nous allons nous améliorer



Femmes (somme CDD et CDI 2021 = 1014) et hommes
(somme CDD et CDI 2021 = 5210); total: 6224
Page 183

Top 10 des centres de formation

AMAG est l'une des plus grandes entreprises de formation de Suisse, avec actuellement environ 740 apprenties et apprentis dans 13 métiers d'apprentissage.



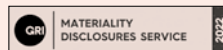
- Les apprenties et apprentis représentent 12% de l'effectif total
- 280 formatrices et formateurs professionnels/-elles
- Formation de qualité avec un taux de réussite très élevé
- Participation au programme de préapprentissage d'intégration en vue d'un accès rapide des réfugiées et réfugiés reconnus/-ues et des personnes admises à titre provisoire, entre autres, à un métier d'apprentissage
- La suite: dès 2022, une vingtaine de jeunes font leurs débuts dans le nouveau métier d'apprentissage auquel AMAG a contribué à concevoir – gestionnaire du commerce de détail Sales Automobile, pages 178 – 181

03

**RAPPORT ICP
SELON LES
NORMES GRI**

Index du contenu GRI

Pour le Materiality Disclosures Service, les services GRI ont vérifié que l'index du contenu GRI était clairement présenté et que les références des données 102-40 à 102-49 étaient conformes aux parties correspondantes du rapport. Le Materiality Disclosures Service de GRI a été effectué sur la version allemande du rapport.



Normes universelles

Page	Norme	Thème	Raison de l'omission
151	GRI 101: 2016	Principes généraux	
	GRI 102: 2016	Éléments généraux d'information	
		Profil de l'organisation	
	102-1	Nom de l'organisation	
	102-2	Activités, marques, produits et services	
	102-3	Lieu géographique du siège	
	102-4	Lieu géographique des sites d'activité	
152	102-5	Capital et forme juridique	
	102-6	Marchés desservis	
	102-7	Taille de l'organisation	
153	102-8	Informations concernant les employés et les autres travailleurs	
	102-9	Chaîne d'approvisionnement	
	102-10	Modifications significatives de l'organisation et de sa chaîne d'approvisionnement	
154	102-11	Principe de précaution ou approche préventive	
	102-12	Initiatives externes	
	102-13	Adhésion à des associations	
		Stratégie	
	102-14	Déclaration du décideur le plus haut placé	
		Éthique et intégrité	
155	102-16	Valeurs, principes, normes et règles de conduite	
		Gouvernance	
	102-18	Structure de gouvernance	
		Implication des parties prenantes	
156	102-40	Liste des groupes de parties prenantes	
	102-41	Accords de négociation collective	
157	102-42	Identification et sélection des parties prenantes	
	102-43	Approche de l'implication des parties prenantes	
	102-44	Enjeux et préoccupations majeurs soulevés	
		Pratique de reporting	
158	102-45	Entités incluses dans les états financiers consolidés	
	102-46	Définition du contenu du rapport et des périmètres de l'enjeu	
159	102-47	Liste des enjeux pertinents	
	102-48	Réaffirmation des informations	

159	102-49	Modifications relatives au reporting	
	102-50	Période de reporting	
	102-51	Date du rapport le plus récent	
	102-52	Cycle de reporting	
	102-53	Point de contact pour les questions relatives au rapport	
160	102-54	Déclarations de reporting en conformité avec les normes GRI	
	102-55	Index du contenu GRI	
	102-56	Vérification externe	

Normes spécifiques aux thèmes

Page	Norme	Thème	Raison de l'omission
163	200	Économie	
	GRI 206:2016	Comportement anticoncurrentiel	
	GRI 103:2016 103-1/103-2/103-3	Approche managériale	
164	206-1	Actions en justice contre le comportement anticoncurrentiel et les pratiques antitrust	
165	300	Information environnementale	
	GRI 302:2016	Énergie	
	GRI 103:2016 103-1/103-2/103-3	Approche managériale	
166	302-1	Consommation énergétique au sein de l'organisation	
	302-4	Réduction de la consommation énergétique	Aucune information disponible
167	GRI 305:2016	Émissions	
	GRI 103:2016 103-1/103-2/103-3	Approche managériale	
	305-1	Émissions directes de GES (champ d'application 1)	
168	305-2	Émissions indirectes de GES (champ d'application 2)	
	305-3	Autres émissions indirectes de GES (champ d'application 3)	
	305-5	Réduction des émissions de GES	Aucune information disponible
171	400	Information sociale	
	GRI 403:2018	Santé et sécurité au travail	
	GRI 103:2016 103-1/103-2/103-3	Approche managériale	
	403-1	Système de management de la santé et de la sécurité au travail	
172	403-2	Identification des dangers, évaluation des risques et investigation des événements indésirables	
173	403-3	Services de santé au travail	
174	403-4	Participation et consultation des travailleurs et communication relative à la santé et à la sécurité au travail	

175	403-5	Formation des travailleurs à la santé et à la sécurité au travail	
	403-6	Promotion de la santé des travailleurs	
176	403-7	Prévention et réduction des impacts sur la santé et la sécurité au travail directement liés aux relations d'affaires	
	403-8	Travailleurs couverts par un système de management de la santé et de la sécurité au travail	
177	403-9	Accidents du travail	
178	GRI 404:2016	Formation et éducation	
	GRI 103:2016 103-1/103-2/103-3	Approche managériale	
179	404-1	Nombre moyen d'heures de formation par an par employé	Aucune information disponible
180	404-2	Programmes de mise à niveau des compétences des employés et programmes d'aide à la transition	
181	404-3	Pourcentage d'employés bénéficiant de revues de performance et d'évolution de carrière	
182	GRI 405:2016	Diversité et égalité des chances	
	GRI 103:2016 103-1/103-2/103-3	Approche managériale	
183	405-1	Diversité des organes de gouvernance et des employés	
184	405-2	Ratio du salaire de base et de la rémunération des femmes et des hommes	
185	GRI 418:2016	Confidentialité des données clients	
	GRI 103:2016 103-1/103-2/103-3	Approche managériale	
	418-1	Plaintes fondées relatives à l'atteinte à la confidentialité des données des clients et aux pertes des données des clients	

GRI 102

Éléments généraux d'information

102-1

Nom de l'organisation

AMAG Group AG (AMAG dans la suite)

102-2

Activités, marques, produits et services

AMAG Group AG est une société suisse. Elle comprend AMAG Import SA, qui importe et vend des véhicules des marques Volkswagen, Audi, SEAT, ŠKODA, CUPRA et VW Véhicules Utilitaires grâce au réseau de distribution le plus grand de Suisse, soit plus de 450 concessionnaires et prestataires de services. AMAG Automobiles et Moteurs SA, avec quelque 80 garages, centres d'occasions et de carrosserie fait également partie du groupe. Elle est également le centre de compétences de la marque Bentley. Une autre filiale du groupe est AMAG First AG, la plus grande organisation de concessionnaires Porsche en Suisse.

Le groupe AMAG comprend également AMAG Leasing AG, prestataire de services financiers, AMAG Parking AG, qui gère divers parkings couverts, et AMAG Services AG, titulaire de la licence Europcar et ubeeqo en Suisse et qui propose un service Valet Parking dans les aéroports suisses ainsi que des prestations de chauffeur à l'échelle nationale. Depuis 2021, mobilog SA propose aussi ses services logistiques à des tiers, et AMAG dispose en outre de l'AMAG Innovation & Venture LAB. AMAG est copropriétaire d'autoSense, la solution pour la mise en réseau numérique de véhicules, depuis 2018 et propose un modèle d'abonnement avec le projet Clyde depuis 2019. De plus, elle est partenaire de Swiss Start-up Factory AG.

102-3

Lieu géographique du siège

Alte Steinhäuserstrasse 12, 6330 Cham

102-4

Lieu géographique des sites d'activité

Le groupe AMAG dirige une centaine de sites d'activité en Suisse et, avec AMAG (Vaduz) AG, un site d'activité dans la principauté du Liechtenstein.

102-5

Capital et forme juridique

AMAG Group AG, avec son siège à Cham (ZG), est la holding du groupe AMAG (AMAG). AMAG Group AG n'est pas cotée. Aucune de ses filiales directes ou indirectes n'est non plus cotée.

AMAG Leasing AG, une filiale à 100% d'AMAG Group AG, détient cinq fonds communs de créances à la date de clôture du bilan, deux de ces fonds ayant émis des emprunts cotés à la bourse suisse SIX Swiss Exchange. AMAG Leasing AG a également émis un emprunt coté.

102-6

Marchés desservis

Essentiellement la Suisse et le Liechtenstein.

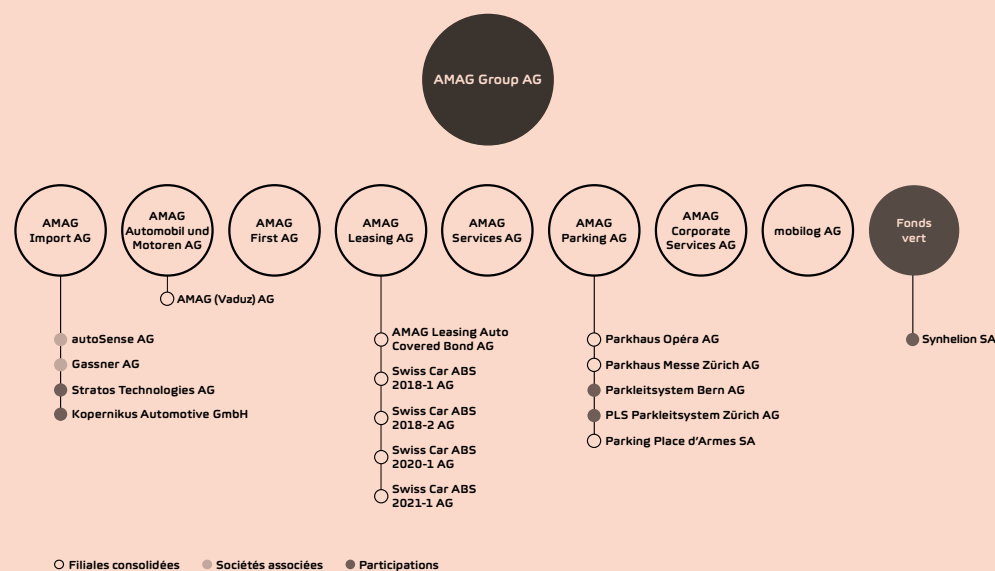
102-7

Taille de l'organisation

	2019	2020	2021
Chiffre d'affaires net en mia de CHF	4,7	4,0	4,3
Nombre total des collaboratrices et collaborateurs*	6175	6064	6224
Nombre d'apprenties et apprentis	736	728	745

à la date butoir du 31.12.2021

*Fait référence au nombre total de collaboratrices et collaborateurs ayant conclu un contrat de travail à durée indéterminée et déterminée, y compris les apprenties et apprentis. En plus des autres groupes de collaboratrices et collaborateurs (hôtesses et hôtes, sur appel, chauffeuses et chauffeurs de transfert et chauffeurs Drive), AMAG comptait au total 6570 collaboratrices et collaborateurs le 31.12.2021.



102-8

Informations concernant les employés et les autres travailleurs

Composition du personnel par contrat de travail et par rapports de travail

Personnel par contrat de travail	Femmes			Hommes			Total		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
À durée indéterminée	963	949	990	5071	4985	5112	6034	5934	6102
À durée déterminée	23	20	24	118	110	98	141	130	122
Personnel par rapports de travail									
Plein temps	690	679	717	4871	4794	4936	5561	5473	5653
Temps partiel	296	290	297	318	301	274	614	591	571

102-9

Chaîne d'approvisionnement

Le groupe AMAG importe et vend des véhicules de tourisme et utilitaires en Suisse et propose divers services et prestations dans le domaine de la mobilité. Outre les services de base dans le domaine de la maintenance, de la réparation et de la gestion des sinistres, ces services comprennent également des services dans le domaine de la location de voitures et de l'autopartage.

Outre l'importation de véhicules et la collaboration étroite avec le groupe Volkswagen, AMAG se achète d'autres marchandises et services, répartis en différents groupes de marchandises. Il s'agit entre autres de l'informatique, de services logistiques et de transport, de pièces de rechange, de peintures et de pneus, du matériel de bureau et de services de conseil et financiers.

102-10

Changements significatives de l'organisation et de sa chaîne d'approvisionnement

Au cours de l'année sous revue, on a assisté à des retards de livraison en raison de la crise des semi-conducteurs.

Le COVID-19 et le conflit en Ukraine perturberont également les chaînes d'approvisionnement à l'avenir, et il faut s'attendre à ce que la situation reste tendue en ce qui concerne les livraisons de voitures neuves, et à ce que le secteur des véhicules d'occasion se resserre davantage.

Les risques sont surveillés en permanence dans le cadre d'une Task Force. Au besoin, des mesures seront mises en œuvre pour empêcher d'éventuels dommages.

102-11

Principe de précaution ou approche préventive

Les risques considérables sont identifiés, analysés et quantifiés lors de l'évaluation périodique des risques (gestion des risques). Sur cette base, un inventaire des risques est établi avec les mesures appropriées pour gérer ceux identifiés et le reporting périodique (suivi des risques et des mesures) est effectué.

Les aspects suivants, pertinents pour l'environnement et la société, sont entre autres couverts par l'inventaire des risques:

- Restrictions réglementaires concernant les normes d'émissions des véhicules sur le marché suisse
- Probabilités d'occurrence des risques naturels tels que les inondations, les tremblements de terre, les chutes de pierres, les glissements de terrain et la pénurie d'eau souterraine
- Changements politiques et sociaux et leurs conséquences sur les concepts de mobilité et sur le comportement des consommateurs
- Risques de réputation dus à des événements internes et externes

102-12

Initiatives externes

Aucune.

102-13

Adhésion à des associations

Pendant la période sous revue, AMAG était membre de l'union professionnelle suisse de l'automobile (UPSA), d'auto-suisse, d'Auto Secours Suisse (ASS), d'Avenir Mobilité, d'Avenir Suisse, de Cardossier, de Center for Corporate Venturing Suisse, de digitalswitzerland, d'electrosuisse/e/mobile, de GS1, de l'Interactive Advertising Bureau (IAB), de l'Association suisse pour la mobilité (sffv), de l'Association suisse des annonceurs (ASA), de la Fondation Auto Recycling Suisse, de la Swiss Alliance for Collaborative Mobility (CHACOMD), de l'Association suisse pour la mobilité autonome (SAAM), de la Swiss Association for Automotive Transformation (SAAT), de Swiss eMobility, d'eMobil Zug, de la Chambre de commerce de Zoug, de Zugwest.

102-14

Déclaration du décideur le plus haut placé

Confer l'éditorial de ce rapport, page 9.

La société AMAG s'est fixé un objectif climatique ambitieux pour 2021. Il s'agit d'atteindre un objectif zéro émission nette conformément à l'objectif de 1,5 degré de l'accord de Paris sur le climat. Pour la mise en œuvre, on se base sur les directives de la «l'initiative Science Based Target». La réalisation de

102-16

L'objectif climatique est assurée par la stratégie climatique du groupe AMAG. La stratégie climatique est l'élément central du domaine cible AMAG Net Zero qui constitue avec les autres domaines cibles AMAG Engage et AMAG Fairplay la promesse d'AMAG sur le développement durable. Ces trois domaines cibles font partie intégrante de la stratégie du groupe et relèvent de la responsabilité de la direction du groupe d'AMAG.

Valeurs, principes, normes et règles de conduite

Les principes de conduite d'AMAG résumant ce sur quoi les collaboratrices et collaborateurs, les responsables et les propriétaires se réfèrent dans leurs activités quotidiennes. Ils prescrivent des normes dans des domaines de risque pertinents sur le plan de la conformité. Ils doivent être pris en compte et respectés, dans le cadre de leurs activités professionnelles, par le conseil d'administration, la direction et toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs ainsi que les tiers, comme les concessionnaires, les fournisseuses et fournisseurs et d'autres partenaires d'AMAG Group AG et les filiales que le groupe contrôle. Les principes de conduite servent d'aide à la prise de décisions et de repère afin d'adopter un comportement approprié dans différentes situations, notamment les situations difficiles. Des directives et réglementations internes ainsi que des conventions de travail les complètent.

Par ailleurs, AMAG affirme dans ses valeurs son attachement à un comportement intègre dans les relations avec ses collaboratrices et collaborateurs, ses clientes et clients, ses fournisseuses et fournisseurs et partenaires commerciaux.

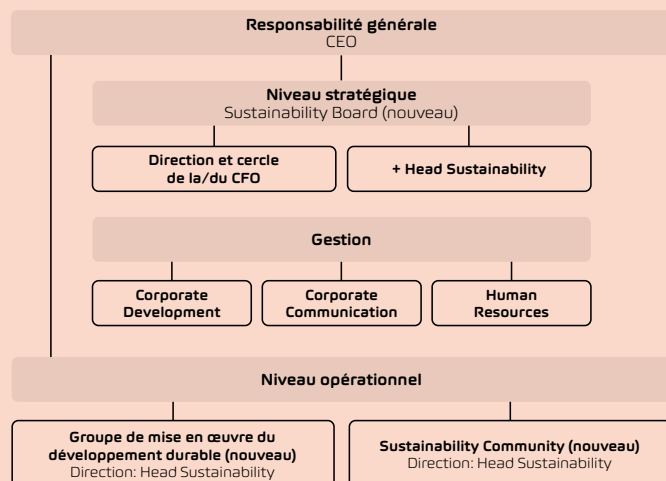
Les principes de conduite et les valeurs fondamentales sont transparents et librement accessibles sur le site web du groupe AMAG en langue nationale (allemand, français et italien).

102-18

Structure de gouvernance

AMAG Group AG est une société privée anonyme et non cotée. En tant qu'organe exécutif suprême, le conseil d'administration exerce la haute direction, la surveillance et le contrôle sur la société. La direction du groupe est l'organe subordonné au conseil d'administration et se compose de la/du CEO et de la/du CFO. La direction comprend la direction du groupe, des directrices et directeurs généraux des filiales ainsi que d'autres subordonnées et subordonnés directs du CEO. La gestion financière du groupe AMAG est coordonnée par le cercle de la/du CFO qui se compose de la direction du groupe, des CFO des filiales ainsi que des autres subordonnées et subordonnés directs de la/du CFO du groupe. Les missions détaillées des organes sont définies dans un règlement d'organisation qui est régulièrement mis à jour.

La mission de l'approche stratégique et sa mise en œuvre opérationnelle dans le domaine du développement durable sont ancrées dans l'organisation comme indiqué ci-dessous:



102-42

Identification et sélection des parties prenantes

AMAG est en étroite collaboration avec les parties prenantes qui exercent une influence significative sur le succès de l'entreprise et qui sont à leur tour considérablement influencées par les activités commerciales d'AMAG. Il s'agit notamment des clientes et clients et des collaboratrices et collaborateurs. Les demandes des clientes et clients sont traitées par les concessionnaires et les entreprises partenaires du groupe AMAG ainsi que par notre propre service client. Les collaboratrices et collaborateurs sont informés/-ées et impliqués/-ées via l'intranet.

102-43

Approche de l'implication des parties prenantes

AMAG se positionne comme prestataire de services de mobilité durable grâce à sa grande expérience et son statut d'entreprise familiale. AMAG tire sa responsabilité écologique et sociale de cette compréhension de base et poursuit ses objectifs et la mise en œuvre de mesures avec un grand engagement.

La compréhension d'AMAG pour la prise de responsabilité est guidée par une vision forte qui envisage utiliser des technologies innovantes et peu polluantes pour fournir des services de mobilité sur mesure et adaptés aux besoins individuels. Pour ce faire, AMAG investit beaucoup dans le développement et la promotion des compétences de ses collaboratrices et collaborateurs. Le programme de formation vaste et tourné vers l'avenir pour les apprenties et apprentis ainsi que la compétence technologique et de service pour le soutien optimal des clientes et clients d'AMAG sont d'une grande importance. De plus, AMAG entretient une étroite collaboration avec des partenaires afin de promouvoir la Suisse comme pôle de recherche. Grâce à AMAG Innovation & Venture LAB, l'on recherche l'échange actif et la collaboration avec les start-up afin d'associer de manière optimale les nouveaux développements au groupe AMAG. La société AMAG répond avec franchise aux réactions et commentaires des parties prenantes impliquées. Elle participe activement au dialogue public fait autour de la mobilité et informe régulièrement sur l'actualité de l'évolution des affaires lors des conférences de presse.

102-40

Liste des groupes de parties prenantes

Les principaux groupes de parties prenantes d'AMAG sont: Volkswagen AG, les clientes et clients, les concessionnaires et garages indépendants ainsi que les collaboratrices et collaborateurs. En outre, les partenaires commerciaux, les fournisseuses et fournisseurs, les associations industrielles, les institutions de régulation ainsi que les médias et les scientifiques constituent des parties prenantes importantes.

102-41

Accords de négociation collective

Pourcentage d'employées et employés couverts/-es par des accords de négociation collective		
2019	2020	2021
8%	8%	12%

L'augmentation du pourcentage en 2021 résulte de l'adhésion de nouvelles entreprises, de l'arrivée des collaboratrices et collaborateurs supplémentaires et de la réévaluation des groupes professionnels dans des entreprises existantes.

102-44

Enjeux et préoccupations majeurs soulevés

Au cours de l'année sous revue, AMAG a également échangé avec ses parties prenantes via différents canaux et interlocutrices et interlocuteurs. Les clientes et clients a été d'une part très satisfaite de la grande compétence et de la qualité du service dans le traitement des réparations et des contrats d'achat ou de leasing. Certains clientes et clients se sont plaints des prix ou de la mauvaise réalisation des réparations. AMAG prend ces réactions très au sérieux et travaille constamment pour améliorer ses propres performances. Grâce à

AMAG Academy, AMAG Import SA dispose de son propre prestataire professionnel de formation. Du fait des problèmes de livraison de pièces de rechange et de modèles de véhicules dus à la crise des puces, les délais d'attente étaient fréquents, ce qui a entraîné des insatisfactions aussi bien chez les clientes et clients que chez les concessionnaires.

La pénétration croissante des voitures électriques entraîne de nouveaux défis pour les carrossières et carrossiers. En cas de panne ou d'accident, les véhicules électriques exigent une manipulation totalement différente. En raison de la batterie intégrée, le véhicule requiert une réparation spéciale. Si la batterie est endommagée et qu'il y a éventuellement un risque de court-circuit, le véhicule doit être gardé sur un site désigné en observation (appelé quarantaine). Ce processus, déjà très complexe, ne peut être effectué que par des personnes spécialisées et ayant une formation adéquate. En 2021, il s'est posé le problème de personnel qualifié et de disponibilité des infrastructures (espace pour les places de quarantaine désignées).

102-45

Entités incluses dans les états financiers consolidés

Le rapport sur le développement durable englobe toutes les filiales d'AMAG Group AG. Il s'agit notamment d'AMAG Import SA, d'AMAG Automobiles et Moteurs SA, y compris AMAG (Vaduz) AG, AMAG First AG, AMAG Leasing AG, AMAG Services AG, AMAG Parking AG, AMAG Corporate Services AG et mobilog SA ainsi que leurs entreprises contrôlées par AMAG.

102-46

Définition du contenu du rapport et des périmètres de l'enjeu

Les principaux problèmes ont été identifiés et évalués en 2021 lors d'entretiens personnels avec tous les responsables des différentes unités d'affaires. Pour la présélection des thèmes essentiels, des critères de pertinence et de valeur ajoutée pour les parties prenantes spécifiques à AMAG, la société et l'impact global selon les objectifs de développement durable ont été utilisés. Pour plus d'informations, voir pages 23 à 25 de ce rapport. Sur cette base, le département Corporate Development en collaboration avec la direction de Group Sustainability et des expertes et experts externes a davantage délimité les différents enjeux pertinents. Les enjeux sélectionnés ont ensuite été examinés au sein de la direction et présentés au conseil d'administration pour consultation. Enfin, les enjeux prioritaires ont été présentés au Group Sustainability Board (composé de la direction et de tous les responsables financiers) et adoptés définitivement.

102-47

102-48

102-49

102-50

102-51

102-52

102-53

Liste des enjeux pertinents

Les enjeux identifiés comme pertinents sont attribués aux domaines cibles Responsabilité AMAG et font partie de la stratégie du groupe d'AMAG:

Domaine cible	Enjeux pertinents
AMAG Net Zero	Énergie, Émissions
AMAG Engage	Formation et formation continue, diversité et égalité des chances
AMAG Fairplay	Respect des règles de conformité, sécurité au travail et protection de la santé, conditions de travail, protection des données clients.

Réaffirmation des informations

Aucune

Modifications relatives au reporting

Aucune

Période de reporting

Du 1.1 au 31.12.2021

Date du rapport le plus récent

Le rapport présenté est le premier rapport d'AMAG Group AG sur le développement durable.

Cycle de reporting

Le cycle de reporting visé est annuel.

Point de contact pour les questions relatives au rapport

D^r Ina Maria Walthert
Head Sustainability AMAG Group AG

AMAG Group AG
Alte Steinhäuserstrasse 12
6330 Cham
Suisse

102-54

Déclarations de reporting en conformité avec les normes GRI

Le présent rapport a été rédigé en conformité avec les normes GRI, option «core».

102-55

Index du contenu GRI

Pour le Materiality Disclosures Service, les services GRI ont vérifié que l'index du GRI (voir page 148) était clairement présenté et que les références des données (de 102-40 à 102-49) étaient conformes aux parties correspondantes du rapport. Le Materiality Disclosures Service de GRI a été effectué sur la version allemande du rapport.

102-56

Vérification externe

La société Ernst & Young AG a été mandatée pour vérifier les indicateurs clés de performance relatifs à la consommation énergétique (données 302-1, page 166) et relatifs aux émissions (données 305-1, 305-2, 305-3, pages 168–169) en vue d'obtenir une assurance limitée pour l'exercice 2021. Les paragraphes correspondants sont cochés ✓. Le rapport de l'auditeur indépendant est joint aux pages 161 et 162 du présent rapport.



Ernst & Young SA
Maagplatz 1
Case postale
CH-8010 Zurich

Téléphone: +41 58 286 31 11
Téléfax: +41 58 286 30 04
www.ey.com/ch

A la Direction de
AMAG Group AG

Zurich, le 29 juin 2022

Rapport de l'auditeur indépendant

Nous avons été mandatés par AMAG Group AG pour vérifier les indicateurs clés de performance indiqués par « E » dans le chapitre « 03 Rapport ICP selon les normes GRI » de la version longue du rapport sur le développement durable pour la période du 1er janvier 2021 au 31 décembre 2021 en vue d'obtenir une assurance limitée :

- ▶ Tableau relatif aux indicateurs de consommation énergétique (ci-après « indicateurs ») à la page 166 de la version longue du rapport sur le développement durable (302-1)
- ▶ Tableaux relatifs aux indicateurs d'émissions (ci-après « indicateurs ») aux pages 168 et 169 de la version longue du rapport sur le développement durable (305-1-2-3)

Notre mission s'est limitée aux indicateurs susmentionnés. En particulier, nous n'avons pas évalué les informations et indicateurs suivants du rapport sur le développement durable :

- ▶ Informations autres que les indicateurs susmentionnés
- ▶ Indicateurs relatifs aux périodes précédentes
- ▶ Déclarations qualitatives



Critères

AMAG Group AG a défini les critères suivants comme déterminants (ci-après « critères applicables ») :

- ▶ Sélection de normes GRI de reporting de développement durable

Un résumé de ces normes est présenté sur le site GRI. Nous considérons que ces critères constituent une base appropriée pour l'exécution de notre mandat en vue d'obtenir une assurance limitée.

La quantification des gaz à effet de serre (GES) est soumise à des incertitudes dues à d'insuffisantes connaissances scientifiques actuelles pour déterminer les facteurs d'émissions ainsi que les valeurs requises pour additionner les émissions des différents gaz.



Responsabilité de la Direction de AMAG Group AG

La Direction de AMAG Group AG est responsable de la sélection des critères ainsi que de la saisie et publication des indicateurs conformément aux critères applicables. Cette responsabilité comprend l'organisation, la mise en place et le maintien de contrôles internes relatifs à l'établissement des indicateurs afin que ceux-ci ne contiennent pas d'anomalies significatives résultant de fraudes ou d'erreurs.



Indépendance et assurance qualité

Nous nous sommes conformés aux conditions d'indépendance et autres normes éthiques de l'*International Code of Ethics for Professional Accountants (incluant les International Independence Standards)* publiées par l'International Ethics Standards Board for Accountants (IESBA), qui est basé sur des principes fondamentaux d'intégrité, d'objectivité, de compétences professionnelles et de diligence, de confidentialité et de comportement professionnel.

Notre société applique l'International Standard on Quality Control 1 et maintient en conséquence un système d'assurance de qualité, notamment avec des procédures documentées et des mesures visant au respect des exigences et normes professionnelles ainsi qu'au maintien des exigences légales et juridiques en vigueur.

Traduction du rapport original en langue allemande disponible dans le rapport de durabilité 2021 (version compact)



Responsabilité de l'auditeur

Il nous incombe d'exprimer une conclusion, sur la base des éléments probants recueillis, sur les indicateurs mentionnés ci-dessus. Nous avons réalisé notre mission conformément à la Norme internationale de missions d'assurance (ISAE) 3000, *Missions d'assurance autres que les missions d'audit ou d'examen limité d'informations financières historiques* et à la Norme internationale de missions d'assurance (ISAE) 3410, *Missions d'assurance relatives aux bilans des gaz à effet de serre*. Ces normes requièrent que nous planifions et réalisons la mission de façon à obtenir avec assurance limitée que les indicateurs dans le rapport sur le développement durable ne comportent pas d'anomalies significatives résultant de fraudes ou d'erreurs.

Dans le cadre de notre mandat, notre obligation de diligence se limite uniquement au gouvernement d'entreprise de AMAG Group AG.

En tenant compte des considérations sur le risque et le caractère significatif, nous avons réalisé des procédures d'audit afin de recueillir des éléments probants adéquats et suffisants. Le choix des procédures d'audit relève du jugement de l'auditeur indépendant, y compris l'évaluation du risque d'anomalies significatives dans les indicateurs mentionnés ci-dessus. Lors d'une mission d'assurance visant à obtenir une assurance limitée, les procédures d'audits réalisées sont moins complètes que lors d'une mission d'assurance visant à obtenir une assurance raisonnable, de sorte que le niveau d'assurance obtenu est considérablement inférieur.



Nos procédures

Dans le cadre de nos travaux, nous avons notamment effectué les procédures d'audit suivantes :

- ▶ Évaluation de la pertinence des critères utilisés et de leur application cohérente
- ▶ Entretiens avec des employés chargés de la collecte, de la consolidation et du calcul des données relatives aux indicateurs afin d'évaluer le processus de préparation du rapport sur le développement durable, du système d'élaboration de l'information, des méthodes de collecte et de traitement de données ainsi que des contrôles internes dans la mesure où ces procédures sont nécessaires à l'examen des informations
- ▶ Évaluation des indicateurs par examen de la documentation des systèmes et des processus pour la compilation, l'analyse et l'agrégation des données et leur examen sur la base d'un échantillon
- ▶ Considérations analytiques, entretiens et examen des documents relatifs à la collecte et à la présentation des informations quantitatives sur la base d'un échantillon
- ▶ Examen analytique du rapport sur le développement durable par rapport à la plausibilité et cohérence des indicateurs

Nous estimons que les éléments probants recueillis constituent une base suffisante et appropriée pour former notre conclusion.



Conclusion

Sur la base des procédures d'audits réalisées et des éléments probants recueillis, nous n'avons pas rencontré d'éléments nous permettant de conclure que les indicateurs présentés dans le rapport n'ont pas été établis, sur tous les aspects significatifs, en conformité avec les critères applicables.

Ernst & Young AG

Tobias Meyer
Partner

Mark Veser
Director

Traduction du rapport original en langue allemande disponible dans le rapport de durabilité 2021 (version compact)

GRI 206

Comportement anticoncurrentiel

103-1/2/3

Approche managériale

AMAG s'engage à tout moment et sans réserve pour une concurrence loyale et pour un comportement éthique et juridiquement correct. Pour ce faire, AMAG a édicté des principes de conduite définissant les principes essentiels qui s'imposent aux collaboratrices et collaborateurs d'AMAG. Cela inclut également le strict respect de la loi sur les cartels. Toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs ont confirmé par écrit qu'elles/ils respecteront les principes de conduite d'AMAG. Une politique stricte de tolérance zéro s'applique aux accords illégaux en matière de concurrence. Ce principe est communiqué régulièrement et activement, par exemple lors des réunions avec le personnel, des présentations à la direction et sur l'intranet. Les plaintes et les incidents peuvent être signalés à un bureau de communication indépendant.

Les principes de conduite font partie d'un vaste programme de conformité dirigé par le département Legal & Compliance d'AMAG. Le département Legal & Compliance édicte des directives également contraignantes pour le groupe sur différents thèmes relevant du domaine de la «conformité». La directive relative au comportement anticoncurrentiel peut être consultée à tout moment par tous les collaboratrices et collaborateurs. Des programmes de formation ciblés permettent aux collaboratrices et collaborateurs d'AMAG de se conformer à toutes les prescriptions légales.

Le département Legal & Compliance a formé dans le cadre de la formation en présentiel au total plus de 2000 collaboratrices et collaborateurs sur les comportements anticoncurrentiels. La direction d'AMAG Automobiles et Moteurs SA reçoit une formation et une sensibilisation régulières et approfondies sur comportements anticoncurrentiels. Le thème de la conformité, et en particulier celui des comportements anticoncurrentiels, est une partie intégrante des formations internes d'AMAG pour les nouveaux cadres.

De plus, AMAG a mis en place une formation en ligne sur les principes de conduite d'AMAG, obligatoire pour toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs et qui aborde également ledit thème. Actuellement, cette formation a été suivie par près de 6000 collaboratrices et collaborateurs.

GRI 302

Énergie

Toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs ayant suivi la formation sur la conformité signent une confirmation écrite dans laquelle elles/ils s'engagent à respecter strictement les comportements anticoncurrentiels. Les collaboratrices et collaborateurs de la direction et les collaboratrices et collaborateurs travaillant dans le domaine de la vente signent cette confirmation chaque année.

206-1

Actions en justice contre le comportement anticoncurrentiel et les pratiques antitrust

Au cours de l'exercice sous revue, une procédure d'enquête de la Commission fédérale de la concurrence était en cours contre AMAG Group AG et AMAG Automobiles et Moteurs SA ainsi que contre divers autres concessionnaires des marques Volkswagen dans le canton du Tessin. Celle-ci avait été ouverte en 2018 suite à des soupçons d'accords illégaux sur la concurrence au Tessin. AMAG coopère pleinement pendant cette enquête.

103-1/2/3

Approche managériale

L'énergie est un facteur important dans le quotidien d'AMAG. Elle est sollicitée par exemple pour l'exploitation et l'entretien des locaux de l'entreprise, pour sécuriser l'infrastructure et les systèmes informatiques, pour toutes les prestations logistiques, ainsi que pour les processus d'exploitation des carrosseries et des ateliers de peinture et pour ses propres garages. La stratégie de développement durable du groupe AMAG a été réadoptée en 2021. Chaque unité d'affaires est tenue de définir des objectifs partiels et des mesures appropriées. Des indicateurs à l'échelle du groupe gèrent et contrôlent les progrès et permettent de rédiger les rapports trimestriels. Le processus de reporting est intégré dans le Group Controlling, ce qui garantit un rapport ESG cohérent. AMAG Import SA et mobilog SA ont mis en place un système de gestion de l'environnement conforme à la norme ISO 14001:2015. Les objectifs qui y sont formulés sont en accord avec les principaux objectifs de développement durable du groupe AMAG comme décrit ci-dessus.

AMAG veut atteindre une empreinte écologique neutre d'ici 2025 et souhaite réduire d'ici-là au moins 30% de ses émissions scope 1 et 2. À cet égard, l'amélioration et l'optimisation continues de toutes les dépenses énergétiques mises en œuvre dans le cadre d'un plan pluriannuel pour tous les immeubles d'exploitation constituent un levier important. De nouveaux sites sont possiblement construits avec une production d'énergie exempte de fossiles, par exemple grâce à des sondes géothermiques, des pompes à chaleur ou le raccordement à des réseaux locaux de chauffage urbain. La récupération de chaleur complète les processus énergivores utilisés dans le domaine de la carrosserie et de la peinture. Pour les sites existants, un «plan d'arrêt de production» est développé dans le but d'abandonner la production d'énergie fossile en fonction du cycle de vie de l'installation et de la disponibilité de solutions alternatives. Pour les grands sites, AMAG applique déjà depuis 2013 les directives propres au modèle des grands consommateurs et consommateurs de l'Agence de l'énergie pour l'économie (AEnEC), qui définit des valeurs cibles et une trajectoire cible découlant des objectifs climatiques de la Suisse. Il est prévu d'étendre le modèle des grands consommateurs et consommateurs à tous les autres sites d'ici 2026.

302-1

Consommation énergétique au sein de l'organisation

en MWh	2019	2020	2021
Mazout	10'248	9'131	6'488
Gaz naturel	25'092	24'195	24'562
Biogaz	197	327	1'366
Copeaux de bois	452	163	0
Propane	0	0	217
Diesel	47'632	40'546	25'134
Essence	31'797	28'932	26'621
Électricité (autre source, source renouvelable)	38'421	37'891	36'360
Électricité (autre source, source non renouvelable/mélange électrique suisse)	2'161	1'255	1'893
Chauffage urbain	4'996	4'746	4'583
Total en MWh	160'996	147'186	127'224

Les données se rapportent à tous les immeubles d'exploitation (sites en propriété et en location) d'AMAG Group AG. La période de données porte sur douze mois pour toutes les quantités consommées. En fonction des disponibilités et en raison des dates de facturation en cours d'année, la période d'enquête auprès de certains fournisseurs et fournisseurs a été reportée de trois mois.

302-4

Réduction de la consommation énergétique

Pour plus d'informations, voir l'indicateur 305-5, page 170 de ce rapport.

Une couverture complète de l'indicateur 302-4 est actuellement en cours d'élaboration et est prévue pour la prochaine année sous revue.

GRI 305 Émissions

103-1/2/3

Approche managériale

Chez AMAG, les émissions des catégories scope 1 et 2 sont principalement causées par le fonctionnement et la consommation de carburant de sa propre flotte de véhicules, mais également par la consommation de mazout dans les locaux de l'entreprise. Pour les catégories scope 1 et 2, AMAG s'est engagée auprès de SBTi à réduire ses émissions d'au moins 30% d'ici 2025 et de 70% d'ici 2030. Pour ce faire, l'ensemble de la flotte de véhicules de service est électrifié depuis 2021, ce qui entraînera à moyen terme des économies considérables de diesel et d'essence. D'autres réductions de la consommation sont réalisées dans le cadre de la gestion immobilière et à travers des rénovations énergétiques. Afin d'atteindre la neutralité climatique dès 2025 dans les catégories scope 1 et 2, les émissions restantes seront compensées ou liées à des technologies d'élimination à partir de 2025.

Chez AMAG, les émissions de la catégorie scope 3 sont principalement causées par la vente et la distribution de véhicules. D'autres émissions sont générées par le trafic pendulaire des collaboratrices et collaborateurs et le transport de marchandises et de véhicules. L'objectif de réduction à long terme des émissions scope 3 est de 90% d'ici 2040. Au moins 30% d'ici 2025 et 70% d'ici 2030 doivent être réduits. AMAG gère activement la réduction des émissions via les véhicules vendus grâce à l'électrification croissante des véhicules et à l'étroite collaboration avec le constructeur. Ainsi, en 2021, la part de marché des véhicules entièrement électriques en Suisse était de 13,3% et celle des véhicules électriques pour les marques d'importation AMAG de 13,1%¹. À l'avenir, les nouveaux concepts de mobilité et les offres de service, comme la conduite et la recharge à partir d'une seule source, et la promotion de la qualité de service des concessionnaires en matière de conseil et d'entretien des véhicules électriques joueront un rôle de plus en plus important. Lors du transport de marchandises et de services, AMAG s'efforce en permanence de réduire la consommation de carburant par kilomètre parcouru. La collaboration avec les concessionnaires et le réseau de distribution d'AMAG a également été renforcée en matière de développement durable au cours de l'année sous revue.

Comme dans le domaine de l'énergie, les progrès sont pilotés et contrôlés par des indicateurs à l'échelle du groupe et font l'objet de rapports trimestriels. Le processus de reporting est intégré dans le Group Controlling, ce qui garantit un rapport ESG cohérent. AMAG Import SA et mobilog SA ont mis en place un

¹ Source: MOFIS VT selon OFROU, y c. ID – importation directe/parallèle

système de gestion de l'environnement conforme à la norme ISO 14001:2015. Les objectifs qui y sont formulés sont en accord avec les principaux objectifs de développement durable d'AMAG comme décrit ci-dessus. Pour les émissions restantes, AMAG a élaboré une stratégie de compensation et d'élimination. Afin d'établir des critères internes, les projets sont soumis à un prix interne de CO₂. Les recettes sont versées dans le fonds climatique d'AMAG et sont investies dans des mesures et des partenariats pour la promotion du climat. On note, entre autres, une étroite collaboration avec Synhelion, qui transforme le CO₂ en carburants synthétiques grâce à l'énergie solaire. À l'avenir, les carburants synthétiques permettront également de faire rouler des voitures classiques à l'aide des carburants renouvelables et qui seront sans impact négatif sur le climat.

305-1

Émissions directes de GES ☑ (champ d'application 1)

Pour les détails, voir le tableau: émissions de gaz à effet de serre AMAG scope 1, 2 et 3, p.168/169

305-2

Émissions indirectes de GES ☑ (champ d'application 2)

Pour les détails, voir le tableau: émissions de gaz à effet de serre AMAG scope 1, 2 et 3, p.168/169

305-3

Autres émissions indirectes de GES ☑ (champ d'application 3)

Pour les détails, voir le tableau: émissions de gaz à effet de serre AMAG scope 1, 2 et 3, p. 168/169

en tonnes de CO ₂ -eq	2019	2020	2021
Total des émissions scope 1	30'584	27'332	22'104
Mazout	2'726	2'429	1'726
Gaz naturel	5'043	4'863	4'937
Propane	0	0	50
Diesel	12'765	10'866	6'736
Essence	10'010	9'108	8'380
dont émissions biogéniques			
Biogaz	40	66	275
Total des émissions scope 2	974	805	880
Électricité (source non renouvelable selon mix électrique CH)	324	188	284
Chauffage urbain	649	617	596
Total des émissions scope 1 et 2	31'558	28'137	22'984

Total des émissions scope 3	4'081'611	3'253'861	3'001'500
Émissions résultant de l'activité commerciale et de l'entreprise (émissions provenant des produits achetés, des services, des déchets, des voyages d'affaires, de l'hébergement hôtelier et des investissements)	664'898	517'739	560'479
Émissions provenant des véhicules vendus, y compris la phase d'utilisation	3'416'713	2'736'121	2'441'021
Total des émissions scope 1, 2 et 3	4'113'168	3'281'998	3'024'484

Émissions de gaz à effet de serre AMAG scope 1, 2 et 3

Calculées selon les directives du Greenhouse Gas Protocol.

Scope 1: émissions directes de gaz à effet de serre résultant par exemple de la consommation de véhicules de service fonctionnant au diesel ou à l'essence ou des chauffages. En 2019 et 2020, le propane a été inclus dans la catégorie du gaz naturel. À partir de 2021, il sera présenté séparément.

Scope 2: émissions indirectes de gaz à effet de serre résultant de la production d'électricité achetée et du chauffage urbain.

Scope 3: émissions indirectes de gaz à effet de serre provenant des activités commerciales en amont ou en aval de la chaîne de création de valeur. Les émissions provenant de la vente de véhicules ont été calculées sur la base de données de véhicules spécifiques au type conformément au WLTP (Normes conformément à la procédure d'essai mondiale harmonisée pour les véhicules légers) avec un kilométrage supposé de 200 000 km. Pour l'année 2019, les données du WLTP n'étaient pas encore systématiquement disponibles. Les données du NEDC (Nouveau cycle européen de conduite) ont été utilisées ici. Les investissements dans des participations non consolidées ont également été pris en compte.

Facteurs d'émission: pour convertir en émissions de gaz à effet de serre, les facteurs d'émission selon la fiche d'information de l'inventaire suisse des gaz à effet de serre (OFEV 2022), les émissions de gaz à effet de serre de mix électrique et chauffage de la Suisse selon le protocole GHG de Treeze (2017) ainsi que les valeurs moyennes globales selon la World Input-Output Database (WIOD) ont été utilisés.

Les émissions biogéniques sont dues à la consommation de copeaux de bois et du biogaz (voir à ce sujet l'indicateur 302-1 du présent rapport). Selon la fiche d'information de l'inventaire suisse des gaz à effet de serre, il n'y a pas d'émissions de CO₂ à déclarer dues à la consommation et à l'utilisation des copeaux de bois. Pour calculer les émissions biogéniques dues à la combustion du biogaz, le même facteur d'émission de CO₂ utilisé pour le gaz naturel fossile a été utilisé.

305-5

Réduction des émissions de GES

Par rapport à l'année de base 2019, les émissions du groupe AMAG ont légèrement diminué dans l'ensemble. En 2020, elles ont été plus importantes qu'en 2021 à cause du coronavirus. Dans les catégories scope 1 et 2, cela s'explique principalement par des gains d'efficacité dans les techniques de construction et de chauffage, mais aussi par l'électrification croissante de sa propre flotte et la réduction du diesel qui en découle. Dans la catégorie scope 3, on constate d'une part une baisse des voyages d'affaires due au coronavirus. D'autre part, les émissions liées à la vente de véhicules ont légèrement diminué. Cela s'explique d'une part par la légère baisse des ventes de véhicules neufs en 2020 et 2021 par rapport à 2019. D'autre part, la part des véhicules rechargeables a augmenté en 2021 par rapport à 2019, ce qui a entraîné une réduction supplémentaire des émissions provenant de la vente de véhicules.

Une couverture complète de l'indicateur 305-5 est actuellement en cours d'élaboration et est prévue pour la prochaine année sous revue.

GRI 403

Santé et sécurité au travail

103-1/2/3

Approche managériale

La prévention des risques de sécurité et la garantie de la santé de tous les collaboratrices et collaborateurs sont d'une importance capitale pour AMAG. Elle est gérée de manière centralisée par les ressources humaines et la ou le responsable de la sécurité et de la santé au travail. Les exigences varient en fonction du secteur d'activité et de l'environnement de travail. Il y a une ou un responsable de la sécurité par site, qui aide à la mise en œuvre et au contrôle des directives. Un concept de formation structuré et activement mis en place complète l'implémentation sur tous les sites.

403-1

Système de management de la santé et de la sécurité au travail

Depuis le 1^{er} janvier 2000, la directive CFST n° 6508 relative à l'appel à des médecins du travail et autres spécialistes de la sécurité au travail doit être appliquée en Suisse. Cette directive se base sur la loi sur l'assurance-accidents (LAA) et l'ordonnance sur la prévention des accidents et des maladies professionnelles (OPA). Elle précise les obligations des employeuses et employeurs concernant l'intervention des spécialistes de la sécurité:

Dans le cadre des obligations générales (art. 3-10 de l'OPA et art. 3-9 de l'OLT3), toutes les entreprises AMAG déterminent les risques encourus pour la sécurité et la santé des employées et employés et prennent les mesures de protection et les dispositions nécessaires selon les règles de l'art.

AMAG contrôle régulièrement les mesures et les dispositifs de protection mis en place, notamment en cas de changements dans l'entreprise. AMAG Group AG dispose de son propre système de gestion, avec son propre «spécialiste de sécurité» pour la sécurité et la santé au travail, qui correspond à la directive CFST 6508 et a également été certifiée par la CFST.

Identification des dangers, évaluation des risques et investigation des événements indésirables

AMAG est tenue de prendre des mesures pour prévenir les accidents et les atteintes à la santé. C'est pourquoi les dangers et les contraintes doivent être déterminés dans toutes les entreprises. La détermination des dangers est la base de la planification des mesures. La détermination systématique des dangers est effectuée chaque année par les responsables de la sécurité du site à l'aide de notre système de sécurité (ASA Control) et de listes de contrôle de détermination des dangers.

En cas de changements importants dans l'entreprise (par exemple lors des transformations ou de nouvelles constructions, de l'utilisation de nouvelles substances, de nouveaux équipements de travail ou de nouveaux procédés), les zones ou les sites concernés doivent être contrôlés en temps réel. Les mesures qui en résultent permettent d'améliorer la solution du groupe d'entreprises AMAG (système de sécurité d'entreprise) pour la sécurité et la protection de la santé.

Tous les événements indésirables, tels que les accidents, les quasi-accidents et les dommages matériels, sont systématiquement enregistrés et clarifiés afin d'éviter des événements similaires à l'avenir et d'améliorer en permanence le système de sécurité de l'entreprise.

Tous les événements donnent des indications importantes sur les failles de sécurité à AMAG. Lors de l'enquête sur l'accident, l'accent est mis sur la détermination des causes de l'accident. Le but est

- d'éviter que cela ne se reproduise;
- de déterminer où et avec quelles mesures la sécurité peut être améliorée durablement;
- montrer aux collaborateurs que «leur» entreprise prend la sécurité et la protection de la santé au sérieux.

En matière de sécurité, lors de la planification des mesures, on recherche toujours les mesures de protection qui neutralisent le plus efficacement un danger identifié. Le principe STOP classe les mesures de protection en fonction de leur qualité d'efficacité et indique le type de mesures à privilégier. En appliquant le principe STOP, les collaboratrices et collaborateurs peuvent se protéger contre les blessures ou les maladies. «STOP» est à la fois facile à retenir et implique fondamentalement: arrête-toi, réfléchis et évalue avant d'agir. Cela correspond à l'idée centrale de STOP.

STOP

S	Substitution	Remplacer le produit dangereux par un produit moins dangereux
T	Technique	Installer des dispositifs de sécurité (balustrades, couvercles, etc.)
O	Organisation	Interdiction d'accès à la zone dangereuse/consignes de travail/détermination des contrôles
P	Personne	Protection de la personne par l'EPI, formation de la personne

Services de santé au travail

Dans le cadre des prestations de services pour la solution de groupe d'entreprises AMAG, le centre AEH pour la médecine du travail effectue les prestations de médecine du travail conformément à la législation suisse (CFST 6508) ainsi que d'autres prestations de médecine d'entreprise. Les sujets relevant de la médecine du travail sont réglementés dans la solution de groupe d'entreprises AMAG, au chapitre 9 (et dans les annexes). Les prestations comprennent les points suivants:

- Réalisation d'enquêtes sur les risques et les dangers au niveau collectif
- Conseils prodigués aux employeurs (direction et supérieurs hiérarchiques) et aux employées et employés en matière de sécurité et de protection de la santé au travail (y compris les heures de consultation)
- Élaboration de propositions pour la prévention des accidents et des maladies professionnelles et pour l'assainissement des zones dangereuses
- Organisation des premiers secours, des soins médicaux d'urgence et du sauvetage
- Évaluation des aspects de la protection de la santé du point de vue de la médecine du travail
- Étude des situations de travail en vue de la prévention des maladies professionnelles
- Examens d'entrée et de contrôle pour évaluer l'aptitude des employées et employés à l'activité prévue ou à celle en cours (sur demande)
- Conseil en matière de réadaptation médicale et professionnelle et de réintégration des employées et employés (sur demande)
- Réalisation d'évaluations des risques en matière de protection de la maternité

Pour accomplir ses tâches, l'AEH dispose d'une équipe de médecins du travail composée de six médecins spécialistes (une liste détaillée est disponible sur internet à l'adresse sgarm.ch/wordpress) et d'un autre personnel médical spécialisé. AEH possède toutes les autorisations nécessaires pour l'exercice de ses activités.

Toutes les données médicales sont soumises au secret médical, elles sont traitées conformément aux directives de protection des données. AEH dispose à cet effet d'un logiciel de médecine du travail spécialement sécurisé (ISISMED).

L'accès individuel à la médecine du travail se fait via le service central de la coordination de la solution du groupe d'entreprises. Après une autorisation, les collaboratrices et collaborateurs peuvent prendre un rendez-vous de consultation auprès de l'AEH.

403-4

Participation et consultation des travailleurs et communication relative à la santé et à la sécurité au travail

Les employées et employés d'AMAG ou leurs représentantes et représentants ainsi que les supérieures et supérieurs hiérarchiques disposent de droits de participation particuliers selon la LTVA art. 10, la LAA art. 82 al. 2, l'OPA art. 6a, la LTr art. 6 ainsi que l'OLT3 art. 5 et 6. Ceux-ci comprennent le droit à une consultation précoce et complète ainsi que le droit de soumettre des propositions avant qu'AMAG ne prenne une décision en tant qu'employeur. L'employeur doit justifier sa décision s'il ne tient pas compte ou ne tient que partiellement compte des objections ou suggestions des employées et employés.

Au niveau de l'organe responsable (direction d'AMAG), il y a une collaboration via une représentation des employées et employés et une experte ou un expert en matière de sécurité et de travail, appelé spécialiste ASA. La représentation du personnel et le spécialiste ASA sont pleinement intégrés dans comité de pilotage au niveau de l'organe responsable.

Au niveau des entreprises AMAG, l'implication du personnel a pour objectif, entre autres, de favoriser le dialogue en entreprise et de permettre une bonne collaboration entre l'employeur et ses collaboratrices et collaborateurs. Les employées et employés bien informés s'identifient davantage à l'entreprise, ce qui se répercute sur la motivation et la productivité.

Les collaboratrices et collaborateurs ont un droit de participer dans les domaines suivants:

- Toutes les conditions de travail, dans la mesure où elles concernent la protection de la santé et la sécurité au travail (p. ex. mise en place de locaux et de postes de travail; mise en place de machines et des appareils; organisation du travail; conception du travail)
- Transfert de l'entreprise à des tiers
- Licenciement collectif

La participation des collaboratrices et collaborateurs est réglementée dans la solution du groupe d'entreprise d'AMAG, chapitre 8 (et dans les annexes).

403-5

Formation des travailleurs à la santé et à la sécurité au travail

Un mode de vie sécuritaire et respectueux de la santé nécessite des connaissances et des compétences. Toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs doivent être informés en fonction de leur niveau de compétence pendant les heures de travail régulières et recevoir une formation régulière et continue pour leurs tâches. Toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs doivent être informés des dangers et des contraintes existant dans l'entreprise et connaître les mesures de sécurité appropriées pour les prévenir.

L'introduction des nouvelles collaboratrices et collaborateurs doit se faire rapidement après le début du travail. Une attention particulière doit être accordée aux apprenties et apprentis et aux travailleuses et travailleurs temporaires.

La fiche d'introduction de nouvelles collaboratrices et collaborateurs doit contenir des informations:

- Objectifs
- Dangers dans l'entreprise
- Devoirs et droits
- Mesures nécessaires
- Situation en cas d'absence, d'accident et de maladie
- Comportement à adopter en cas d'urgence

Cette énumération n'est pas exhaustive. La formation des collaboratrices et collaborateurs est réglementée dans la solution du groupe d'entreprise d'AMAG, chapitre 3 (et dans les annexes).

403-6

Promotion de la santé des travailleurs

La protection de la santé au travail est régie par l'art. 6 de la loi sur travail. L'ordonnance 3 relative à la loi sur le travail précise les exigences minimales suivantes:

AMAG doit prendre toutes les mesures nécessaires pour préserver et améliorer la protection de la santé et garantir la santé physique et psychique des employées et employés.

À cause de la pandémie, l'offre de mesures physiques a été fortement limitée au cours de l'année sous revue. L'accent a été mis sur la sensibilisation à certains thèmes:

- **«Journée de la lumière le 4 novembre»** (Celui qui s'éclaire est vu rapidement et tôt – surtout lorsque les conditions de visibilité sont mauvaises)
- **«Descendre en toute sécurité dans la vallée plutôt qu'à l'hôpital»** (Descendre la pente à toute vitesse et en poussant des cris de joie: faire de la luge, c'est amusant.)
- **«Ne pas sous-estimer la longue distance de freinage»** (plus le vélo électrique est rapide, plus la distance de freinage est longue.)
- **«Sports nautiques»** (sortir enfin et profiter de l'été. Quand il fait chaud, l'eau fraîche attire.)
- **«Pour que la main verte ne devienne pas bleue»** (le début de l'été attire de nombreuses personnes dans leur jardin. Tailler, désherber, planter)
- **«gsund@amag Znüni»** (Les trois premières entreprises dans le domaine de la sécurité et de la santé reçoivent une collation de la part de gsund@amag.)
- **«Helix Rent»** (jogging ensemble)
- **«Salle de fitness AMAGtiv»** (offre de remise en forme sur le site de Cham)
- **«Vitalmenu»** (offre spéciale pendant la pause dans le restaurant du personnel sur le site de Cham)

Autres mesures prises pendant la pandémie de coronavirus:

- Masques Livinguard gratuits pour tous les collaboratrices et collaborateurs d'AMAG
- Masques FFP2 gratuits et hygiéniques et désinfectants sur tous les sites
- Tests de dépistage du coronavirus gratuits (Helix)

403-7

Prévention et réduction des impacts sur la santé et la sécurité au travail directement liés aux relations d'affaires

Les travailleuses et travailleurs qui ne sont pas employés par AMAG sont également déployés pour organiser des salons ou le Chauffeur Drive Service. Des directives légales strictes s'appliquent également à ces travailleurs conformément aux directives CFST pour le personnel externe et aux exigences de sécurité internes. Pour plus de détails, voir Système de management de la santé et de la sécurité au travail 403-1, page 171.

403-8

Travailleurs couverts par un système de management de la santé et de la sécurité au travail

Les 6500 collaboratrices et collaborateurs d'AMAG sont couverts par la solution de groupe d'entreprise AMAG par rapport à la santé et à sécurité au travail.

403-9

Accidents du travail

		2019	2020	2021
Pour tout le personnel d'AMAG	Nombre de décès dus à des accidents de travail	0	0	0
	Taux de décès par accidents de travail	0,0000	0,0000	0,0000
	Nombre d'accidents de travail avec une absence supérieure à six mois	4	2	1
	Taux d'accidents de travail avec une absence supérieure à six mois	0,0803	0,0416	0,0197
	Nombre d'accidents de travail à déclarer (y compris les décès dus à des accidents de travail)	436	322	360
	Taux d'accidents de travail à déclarer (y compris les décès dus à des accidents de travail)	8,7570	6,6966	7,1009
	Nombre d'heures travaillées	9'957'766	9'616'764	10'139'494
Pour toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs qui ne sont pas des employées et employés, mais dont le travail et/ou le lieu de travail est contrôlé par AMAG (par exemple hôtesses et hôtes)	Nombre de décès dus à des accidents de travail	0	0	0
	Taux de décès par accidents de travail	0	0	0
	Nombre d'accidents de travail avec une absence supérieure à six mois	0	0	0
	Taux d'accidents de travail avec une absence supérieure à six mois	0	0	0
	Nombre d'accidents de travail à déclarer (y compris les décès dus à des accidents de travail)	2	3	0
	Taux d'accidents de travail à déclarer (y compris les décès dus à des accidents de travail)	1,8614	3,4219	0,0000
	Nombre d'heures travaillées	214'888	175'339	118'179

Les chiffres mentionnés correspondent à la situation réelle au 31 décembre 2021. À cause des enregistrements tardifs, la base numérique change souvent de façon rétroactive. Tous les taux ont été calculés sur la base de 200 000 heures travaillées. Les accidents survenus lors des trajets journaliers sont inclus dans les valeurs et ne peuvent actuellement pas être éliminés du fait de la collecte interne des données.

GRI 404

Formation et éducation

103-1/2/3

Approche managériale

AMAG entend devenir le premier fournisseur de mobilité individuelle durable. Pour atteindre cet objectif, l'entreprise a besoin d'un personnel professionnellement compétent, engagé, innovant et performant. La formation professionnelle, la qualification et le développement régulier du personnel sont d'une importance capitale. Grâce à AMAG Academy ou à Leadership & Development, AMAG assure l'employabilité de sa main-d'œuvre à travers une offre de formation et de perfectionnement continu et complète qui est adaptée aux besoins.

Directives, responsabilités et exigences réglementaires

La formation initiale et continue sont régies par le règlement approprié sur la formation initiale et continue. AMAG promeut l'idée de «l'apprentissage tout au long de la vie» en participant généreusement aux coûts des formations initiales et continues importantes pour l'entreprise. Toutes les offres de formation sont en principe ouvertes à toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs indépendamment de leur sexe, de leur fonction ou de leur âge.

L'Academy d'AMAG Import SA est responsable de la formation initiale et continue en ce qui concerne toutes les formations techniques liées à l'usine et pour les formations de la direction ainsi que le développement du personnel au département spécialisé Leadership & Development.

Conception des programmes de formation initiale et continue

Les offres de formation initiale et continue d'AMAG sont contrôlées en permanence et adaptées aux besoins stratégiques de l'entreprise et des collaboratrices et collaborateurs. L'apprentissage basé sur l'expérience est au premier plan, car il s'est avéré particulièrement efficace et efficient.

La qualité des contenus de formation et des formatrices et formateurs choisis à cet effet est régulièrement évaluée sur la base des commentaires des participantes et participants; les contenus jugés insuffisants sont révisés ou les prestataires remplacés par d'autres spécialistes. L'évaluation des besoins a lieu lors de l'entretien annuel avec des collaboratrices et collaborateurs. Cela donne à AMAG la possibilité de réagir promptement et de manière anticipée à l'évolution des besoins et d'adapter l'offre.

Numérisation et développement d'un état d'esprit numérique et agile

L'évolution de la numérisation ne s'arrête pas aux fonctions de l'industrie automobile et, dans certains cas, modifie fondamentalement la manière dont le travail sera effectué à l'avenir. Afin de préparer les collaboratrices et collaborateurs à ces changements, de nouvelles formes d'apprentissage numérique (en ligne ou apprentissage combiné) sont également utilisées et sont très appréciées. De plus, il est prévu d'organiser au cours des prochaines années les «Digital Champions» qui feront progresser le sujet au sein du personnel. Dans ce domaine, une attention particulière doit être accordée aux dirigeants d'AMAG qui, en tant que modèles, mettent en œuvre le changement numérique avec leurs équipes. C'est pourquoi le programme Leadership Basic a été adapté et complété par des thèmes tels que «Nouveau travail», «Diriger dans un monde de travail VUCA» et «Leadership agile et numérique».

Gestion des talents

Outre les offres de formation initiale et continue adaptées aux besoins, la gestion stratégique des talents constitue un autre élément très important pour identifier, développer et fidéliser les collaboratrices et collaborateurs les plus qualifiés. Chez AMAG, les talents sont systématiquement identifiés chaque année par le biais d'entretiens d'évaluations nationales des collaboratrices et collaborateurs. Un talent présente d'une part une preuve de performance exceptionnelle et démontre d'autre part une volonté personnelle de se développer et d'assumer une nouvelle fonction. Tous les talents reçoivent un plan de développement personnel (PEP) qui définit en détail les prochaines étapes de leur carrière et les formations nécessaires. Les talents des unités d'affaires sont globalement discutés lors des conférences dites «conférences des talents». Cela permet de garantir que les talents sont systématiquement déplacés vers les fonctions qui se libèrent et que les postes clés sont occupés par les talents correspondants.

404-1

Nombre moyen d'heures de formation par an par employé

AMAG investit chaque année dans le développement de ses collaboratrices et collaborateurs et propose un large éventail de types de formation et de ressources d'apprentissage. Une enquête sur les heures de formation continue effectuée chaque année par personne est actuellement en cours de planification.

404-2

Programmes de mise à niveau des compétences des employés et programmes daide à la transition

Une offre de formation initiale et continue diversifiée

Les collaboratrices et collaborateurs d'AMAG peuvent s'inscrire directement à toutes les formations proposées sur les plateformes d'apprentissage (Learn, REXX). L'accent est mis sur les compétences professionnelles, méthodologiques et de direction, les compétences personnelles et sociales, les compétences en technique automobile, les connaissances en matière de vente, la gestion de projet, les compétences dans l'utilisation de l'outil informatique ainsi que les langues étrangères. En outre, des programmes très spécifiques sont développés à la demande ou selon les besoins pour certains départements ou unités commerciales. Il s'agit par exemple de formations par téléphone pour les collaboratrices et collaborateurs du centre d'appels ou de formations spécifiques à la gestion pour les responsables des niveaux hiérarchiques inférieurs. L'offre comprend également des formations sur les nouvelles réglementations et sur des thèmes tels que la gestion des risques, l'audit et la conformité ainsi que la protection des données et la sécurité au travail.

AMAG a développé le programme Long Term Empowerment (LTE) afin de maintenir le personnel plus âgé en forme le plus longtemps possible dans le processus de travail. Des offres spécifiques pour les employées et employés de plus de 50 ans sont résumées ici, elles traitent des aptitudes numériques, physiques et mentales. Le programme de mentorat, où les responsables mettent à la disposition des jeunes responsables leurs connaissances et leur savoir-faire pour ainsi les soutenir dans leur développement, a déjà été mis en place en 2021.

AMAG accorde une grande importance à la formation des jeunes et à la promotion des jeunes talents. Elle fait partie des principaux centres de formation de la Suisse. Actuellement, 745 apprenties et apprentis se forment dans 13 métiers différents allant de l'atelier au bureau en passant par la logistique et le commerce de détail. Environ 10% des apprenties et apprentis bénéficient en outre d'un soutien spécial dans le cadre du programme young talents. Pour que tous les apprenties et apprentis puissent être bien formés, leurs formatrices et formateurs suivent chaque année des modules de formation continue.

Bilan des performances

AMAG prescrit chaque année à ses collaboratrices et collaborateurs des entretiens d'évaluation obligatoires au cours desquels sont abordés et planifiés la formation continue individuelle et le plan de carrière. Le contrôle effectué par les ressources humaines a révélé un taux de réalisation de 97% pour l'année 2021.

404-3

Pourcentage d'employés bénéficiant de revues de performance et d'évolution de carrière

	2019	2020	2021
Pourcentage d'employées et d'employés ayant bénéficié de revues de performance	76%	79%	77%
Pourcentage d'hommes	77%	79%	77%
Pourcentage de femmes	73%	75%	75%
Pourcentage d'employées et d'employés dans le secteur de la vente ayant bénéficié de revues de performance	96%	98%	95%
Pourcentage d'employées et d'employés relevant de l'administration ayant bénéficié de revues de performance	73%	75%	74%
Pourcentage d'employées et d'employés dans l'atelier et le magasin ayant bénéficié de revues de performance	71%	73%	71%

GRI 405

Diversité et égalité des chances

103-1/2/3

Approche managériale

AMAG reconnaît que les équipes mixtes apportent une diversité d'idées et de perspectives. Elles permettent ainsi d'élaborer de meilleures solutions et prestations pour la clientèle. AMAG considère la diversité comme une grande opportunité pour garantir une meilleure compréhension mutuelle ainsi qu'une culture d'entreprise vivante et basée sur l'estime. Au cours de l'année sous revue, 84% d'hommes et 16% de femmes, ainsi que 72 nationalités différentes travaillaient chez AMAG.

Plus de diversité grâce à des modèles de travail flexibles et à la promotion du travail à temps partiel

La diversité et l'égalité des chances sont des éléments importants de la stratégie d'entreprise. Toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs ont les mêmes possibilités de développement professionnel, indépendamment de leur âge, de leur nationalité, de leur situation personnelle ou familiale. Dans le cadre de la stratégie de diversité, le département des ressources humaines définit des mesures visant à promouvoir la diversité et l'égalité des chances. Cela comprend notamment des modèles de travail flexibles, le télétravail ainsi que la promotion des emplois à temps partiel dans toutes les fonctions.

Promouvoir l'égalité des chances

Dans l'ensemble, la proportion des femmes chez AMAG est faible même lorsqu'on la compare à celle d'autres pays de l'UE. En 2021, la proportion des femmes a été de 16,3% pour l'ensemble du personnel, 13,2% pour les cadres et 9,9% pour les apprenties et apprentis.

AMAG souhaite accroître la diversité des genres et des générations au cours des prochaines années grâce à un ensemble de mesures. Les objectifs spécifiques à l'entreprise et les évaluations régulières constituent la base de toutes les mesures. Un accent particulier est mis sur l'attractivité et le recrutement de divers profils de collaboratrices et collaborateurs, sur la promotion active des offres de travail à temps partiel et de partage de poste ainsi que sur l'établissement de programmes d'apprentissage tout au long de la vie et de reconversion professionnelle.

405-1

Diversité des organes de gouvernance et des employés

	2019	2020	2021
Conseil d'administration	6	6	5
Femmes	1	1	1
Hommes	5	5	4
Direction	11	12	14
Femmes	1	1	1
Hommes	10	11	13
Tranche d'âge inférieur ou égal à 30 ans	0	0	0
Tranche d'âge comprise entre 30 et 50 ans	3	2	6
Tranche d'âge supérieure à 50 ans	8	10	8
Autres cadres supérieurs	15	17	17
Femmes	1	1	1
Hommes	14	16	16
Tranche d'âge inférieur ou égal à 30 ans	0	0	0
Tranche d'âge comprise entre 30 et 50 ans	3	6	4
Tranche d'âge supérieure à 50 ans	12	11	13

Collaborateurs/-trices au total

	2019	2020	2021
Total	6175	6064	6224
Femmes	986	969	1014
Hommes	5189	5095	5210
Collaborateurs/-trices de la tranche d'âge inférieure ou égale à 30 ans	2257	2128	2171
Femmes	364	340	351
Hommes	1893	1788	1820
Collaborateurs/-trices de tranche d'âge comprise entre 30 et 50 ans	2667	2693	2772
Femmes	448	451	474
Hommes	2219	2242	2298
Collaborateurs/-trices de la tranche d'âge supérieure à 50 ans	1251	1243	1281
Femmes	174	178	189
Hommes	1077	1065	1092

Au 31.12.2021.

Ratio du salaire de base et de la rémunération des femmes et des hommes

En 2020, AMAG a fait réaliser par un prestataire externe une analyse complète sur l'égalité salariale. L'analyse Fair-ON-Pay a été réalisée par Comp-On AG et porte sur la détermination de l'égalité salariale au sein de l'entreprise à l'aide de l'instrument de l'égalité salariale de la Confédération (Logib). Les expertes et experts effectuent alors des analyses sur la base des données des collaboratrices et collaborateurs selon un processus systématique. L'analyse principale ainsi que toutes les sous-analyses confirment avec une grande confiance que le groupe AMAG (Suisse) ainsi que toutes les sous-entités comprenant plus de 100 collaboratrices et collaborateurs respectent clairement l'égalité salariale entre femmes et hommes au sein de l'entreprise conformément aux directives actuelles de Logib. Avec cette confirmation, AMAG va bien au-delà de la vérification exigée par la loi. De plus, le résultat d'AMAG ne se situe pas seulement dans la plage de tolérance de 5% définie par le législateur, il exclut aussi toute discrimination statistiquement prouvée. L'analyse est répétée à des intervalles de temps irréguliers.

GRI 418

Confidentialité des données clients

103-1/2/3

Approche managériale

AMAG reconnaît sa responsabilité de traiter avec soin les données personnelles de ses collaboratrices et collaborateurs et de ses clientes et clients. Les données constituent un potentiel pour AMAG. En même temps, elle a pour responsabilité et pour but de préserver et de protéger la vie privée de ses collaboratrices et collaborateurs et de ses clientes et clients. Pour ce faire, AMAG a mis en place une organisation de protection des données à l'échelle du groupe. Cela garantit le respect de la protection des données dans l'entreprise avec des mesures telles que la publication de directives, des mesures de formation et de sensibilisation pour les collaboratrices et collaborateurs, ainsi qu'une évaluation et une adaptation régulières des processus pertinents aux exigences applicables en matière de protection des données.

418-1

Plaintes fondées relatives à l'atteinte à la confidentialité des données des clients et aux pertes des données des clients

En 2021, il n'y a pas eu de plaintes fondées en rapport avec le vol et la perte de données.

Au cours de l'année sous revue, il y a eu un échange avec les autorités et une organisation privée. Dans le cadre de cet échange, AMAG a décidé de remanier les bannières concernant les cookies de ses sites Internet afin d'implémenter les dernières évolutions de la pratique européenne en matière de protection des données.

Écologie des produits: version imprimée en offset

Le rapport a été conçu pour être durable. Cela permet une production qui ménage les ressources:

- Grâce à l'optimisation du format, le gaspillage de papier et le nombre de plaques d'impression sont réduits d'environ 40%.
- Grâce à la conception bien pensée à faible recouvrement de couleurs, nous réduisons la consommation d'encre de près de 30%. L'utilisation de deux couleurs d'impression seulement au lieu de quatre réduit en outre la consommation d'encre d'environ 25% et permet d'économiser la moitié des plaques d'impression en aluminium.
- Le papier employé «Refutura GSM» est composé à 100% de vieux papiers recyclés, son bilan pour le climat est neutre et il est certifié Ange Bleu, FSC et Nordic Swan.
- La technologie Smartflat de Palamides est utilisée pour la reliure, ce qui fait économiser 50% d'énergie. De plus, aucune vapeur toxique n'est émise lors du traitement.

Obtenez ici votre version imprimée durable

Si vous avez besoin d'un exemplaire imprimé du rapport de 2021 sur le développement durable d'AMAG, veuillez le commander ici:
amag-group.ch/fr/verantwortung/bestellformular.html

Impressum

Éditeur: AMAG Group AG, Group Communication,
Alte Steinhäuserstrasse 12, 6330 Cham
amag.ch

© 2022 AMAG Group AG, Group Communication, Dino Graf
L'ouvrage, y compris les éléments qui en font partie, est protégé par les droits d'auteur.
Toute utilisation est interdite sans l'accord de l'éditeur et de l'auteur.
Cette interdiction s'applique en particulier à la duplication, à la traduction, à la diffusion ou à la mise à la disposition de l'œuvre au grand public électroniques ou par quelque autre moyen que ce soit.

Contact:

D' Ina Maria Walther, ina.walther@amag.ch

Réalisation: Heads Corporate Branding AG, heads.ch

Conception et rédaction: Dominique Banschbach, Natascha Almeida

Création et production: Marco Simonetti, Roman von Arx

Texte «rédaction sur l'entreprise»: Felix Müller, frmkomm.ch

Photographie: Nicolas Bruni (nicolasbruni.com), Simon Iannelli (simonnelli.com)

Crédit image: Couverture: Grant Ritchie (Public Domain), page 102 climeworks.com, page 104 Stefan Bogner, pages 106/107 synhelion.com

Impression et finition: Bubu AG, bubu.ch

Traduction: Diction AG, diction.ch

Indication

Le rapport sur le développement durable est publié en français, en anglais, en allemand et en italien. La version allemande fait toujours foi.

