

RESPONSABILITÉ SOCIALE DE L'ENTREPRISE

RAPPORT 2025



ASSUMER SES RESPONSABILITÉS

CHÈRES LECTRICES, CHERS LECTEURS,

2025 a été une année de progrès tangibles pour Goldbach Neo. Nous avons renforcé notre gestion d'entreprise, soutenu nos équipes et réduit encore notre empreinte écologique. Des processus clairs, des formations obligatoires sur la conformité et des normes internationalement reconnues telles que ISO 9001 et ISO 14001 renforcent la transparence, la responsabilité et la fiabilité dans l'ensemble de notre entreprise.

Notre personnel reste au cœur de notre succès. Grâce à des formations ciblées et à une culture basée sur le respect, la diversité et la collaboration, nous favorisons un environnement dans lequel les personnes peuvent grandir, assumer leurs responsabilités et contribuer à nos objectifs communs.

Dans le même temps, nous avons encore renforcé notre responsabilité environnementale. Des technologies efficaces sur le plan énergétique, des processus d'exploitation optimisés et une gestion responsable des ressources nous aident à réduire continuellement l'impact environnemental de nos infrastructures.

En tant que fournisseur d'infrastructures publicitaires dans l'espace public, nous mettons en relation les entreprises, les institutions et les communes. Nos médias soutiennent les initiatives culturelles, les ONG et les PME, tout en contribuant au dynamisme de l'économie locale en assurant une visibilité qui porte ses fruits.

Notre stratégie RSE reste ciblée et cohérente: des initiatives concrètes, des progrès mesurables et l'orientation vers des normes internationales de durabilité. Ce rapport met en lumière les mesures que nous avons prises et les engagements qui guideront nos progrès futurs.



TOM GIBBINGS
CEO





SWICA

Du bist zufrieden.
Das ist unsere
Hauptsache.

SWICA ist ein Unternehmen der Swiss Life Group und ist eine
100%ige Tochter der Swiss Life Holding AG.

SWICA ist ein Unternehmen der Swiss Life Group und ist eine
100%ige Tochter der Swiss Life Holding AG.

 **THE NEW 1**
JETZT PROBE FAHREN.

HEDIN AUTGMOTIVE
St. Gallen | Widnau

SOMMAIRE

Avant-propos	3
Responsabilité sociale d'entreprise Indice	6
Parties prenantes	7
LES THÈMES QUI NOUS ANIMENT	8
Nos domaines d'action en un coup d'œil	9
Thèmes prioritaires et faits marquants	10
SUCCÈS ET OBJECTIFS	16
Performance environnementale	17
INDICATEURS	22
Comparaison 2024/2025	25
Objectifs de développement durable	27
Indicateurs pour l'exercice 2025	28
Index du contenu GRI	32
Mentions légales	36

RESPONSABILITÉ SOCIALE D'ENTREPRISE INDICE

GLOBAL REPORTING INDEX (GRI)

Nous voulons savoir quel est l'impact de notre engagement dans le domaine de la durabilité, où nous progressons et où nous pouvons encore nous améliorer. C'est pourquoi nous misons sur la transparence, la comparabilité et la globalité dans notre reporting. Pour l'établissement du rapport, nous nous basons sur les normes internationalement reconnues de la Global Reporting Initiative (GRI). Elles nous aident à présenter de manière systématique notre impact sur l'être humain et l'environnement ainsi que notre stratégie de durabilité.

OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE (ODD)

Nous voulons contribuer aux objectifs de développement durable (ODD) des Nations Unies. Les 17 objectifs de développement durable sont au cœur de l'Agenda 2030, un plan d'action mondial pour un avenir où il fera bon vivre. Ils ont été adoptés par tous les Etats membres des Nations Unies en 2015.

CERTIFICATIONS

Nos certifications ISO 9001 et ISO 14001 sont des normes internationalement reconnues qui nous aident à respecter des exigences strictes en matière de qualité et d'environnement. Chacune de ces certifications se concentre sur un domaine spécifique de l'entreprise et nous permet d'optimiser les processus et de réduire les risques.



BILAN CO₂ VALIDÉ PAR CLIMATEPARTNER

Notre bilan CO₂ a été vérifié et validé par notre partenaire indépendant et qualifié selon des normes reconnues. Nous nous assurons ainsi que les informations que nous fournissons restent transparentes, compréhensibles et fiables. La totalité de nos émissions de CO₂ est entièrement compensée par des projets environnementaux certifiés et soigneusement sélectionnés.



Entreprise finançant une
contribution au climat
ClimatePartner.com/28368-2603-1001



La logique des titres a été adaptée pour cette année. A partir de ce rapport, nous nous référons à l'exercice écoulé et clôturé.

PARTIES PRENANTES

Dans le cadre de la mise en œuvre de notre stratégie de durabilité, nous sommes en contact étroit avec notre clientèle, les riverains, nos partenaires immobiliers, les pouvoirs publics et nos fournisseurs. Nous impliquons également activement dans ce dialogue nos collaborateurs/-trices ainsi que les autres parties prenantes concernées.



CLIENTES ET CLIENTS

Des informations transparentes sur nos mesures de durabilité et des supports publicitaires numériques efficaces sur le plan énergétique – comme l'utilisation d'électricité verte certifiée pour les écrans numériques – sont essentiels pour notre clientèle.



PARTENAIRES IMMOBILIERS, POUVOIRS PUBLICS

Nos partenaires immobiliers ainsi que les pouvoirs publics – en particulier les cantons, les villes, les communes et les entreprises de transports publics – poursuivent souvent des objectifs climatiques ambitieux. Ils exigent l'efficacité énergétique, l'utilisation de matériaux respectueux de l'environnement, la transparence, la prévention des nuisances environnementales et, en même temps, des avantages économiques.



COLLABORATEURS/-TRICES

Notre personnel bénéficie de conditions de travail équitables, de possibilités de formation continue variées et d'une culture d'entreprise qui promeut activement le développement durable.



FOURNISSEURS

Chez nos fournisseurs, nous attachons de l'importance à des processus d'approvisionnement durables, au respect de normes éthiques tout au long de la chaîne d'approvisionnement et à une collaboration partenariale axée sur le long terme.



COMMUNAUTÉS LOCALES ET RIVERAINS

Nous veillons à l'intégration esthétique de nos installations publicitaires et mettons en œuvre des mesures visant à réduire les émissions lumineuses et le bruit. En outre, nous nous engageons socialement, par exemple en soutenant des projets locaux et culturels.



AUTORITÉS DE RÉGULATION ET POLITIQUE

Nous garantissons le respect de toutes les lois et prescriptions applicables et entretenons une collaboration transparente et coopérative avec les autorités de régulation et les décideurs politiques, en particulier dans le cadre de projets d'urbanisme.



20 Schönen Zentren/Bkt.
Zürich, Bkt. Althausen
N17

GOLDBACH

Unsere Mission:
Weniger Emissionen.
KONA Electric



304 PS
bis zu 484 km Reichweite

Hyundai hat auf dem Weg
zur Klimaneutralität bis 2045.

HYUNDAI

Geissweid



zvv

LES THÈMES QUI NOUS ANIMENT

NOS DOMAINES D'ACTION EN UN COUP D'ŒIL



COLLABORATEURS/-TRICES

Nous voulons être un employeur attrayant. Notre culture d'entreprise ouverte, diversifiée et valorisante ainsi que des conditions-cadres adaptées soutiennent cet objectif. Les valeurs communes et le respect mutuel renforcent durablement notre équipe.



PROTECTION DU CLIMAT ET DE L'ENVIRONNEMENT

Nous nous sommes fixé pour objectif de réduire autant que possible nos émissions de gaz à effet de serre. Un accent particulier est mis sur la réduction des émissions dans le domaine de la logistique.



ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Nous préservons les ressources et misons sur des matériaux durables. Les déchets inutiles sont évités, les produits sont réparés ou recyclés. Près de 85% des matériaux que nous utilisons sont recyclables.



ENGAGEMENT SOCIAL

Au cœur de notre engagement se trouve le soutien aux organisations à but non lucratif par le biais d'affichage gratuit et la préservation de l'affiche comme moyen de communication important. En outre, nous nous engageons en faveur de programmes durables de promotion de la biodiversité.



GOUVERNANCE, LUTTE CONTRE LA CORRUPTION ET PROTECTION DES DONNÉES

Nous considérons la gestion d'entreprise responsable comme la base d'une activité durable. Il s'agit notamment de structures de gouvernance claires, de codes de conduites obligatoires et d'une gestion systématique de la conformité qui garantit la prévention de la corruption et l'intégrité dans tous les domaines d'activité.

THÈMES PRIORITAIRES ET FAITS MARQUANTS



COLLABORATEURS/-TRICES

Nous développons continuellement notre culture d'entreprise et créons des conditions-cadres qui renforcent la confiance, la responsabilité et la collaboration. L'année 2025 a été placée sous le signe du développement culturel et de l'harmonisation de nos valeurs.

SANTÉ ET SÉCURITÉ

La sécurité de notre personnel est notre priorité absolue. En 2025, 10 accidents du travail ont été signalés, qui ont entraîné 281 jours d'absence. Nous analysons chaque incident de manière systématique et en déduisons des mesures préventives. Le nombre de cas de maladie s'est élevé à 313, pour un total de 2273 jours d'absence. Avec différents programmes, comme KINASTIC, nous encourageons un travail dans le respect de la santé et améliorons continuellement nos processus de travail. KINASTIC est à la disposition de l'ensemble du personnel pour favoriser la forme physique, la santé mentale et une alimentation saine.

GROUPE ÉCHO CULTURE

Avec le nouveau groupe Echo culture, nous avons mis en place un format qui recueille, observe et rend visible les échos de l'organisation. Le groupe écoute, identifie des schémas et transmet des impulsions – une étape importante vers une organisation ouverte et apprenante.

MANAGEMENT ET CULTURE

Afin d'ancrer les nouvelles valeurs dans le quotidien, nous avons organisé des formations complètes à tous les niveaux. L'objectif était de renforcer le rôle de modèle, de réfléchir à nos valeurs et de développer des porteuses et porteurs de la culture au sein de l'organisation. En complément, des formations à des aspects culturels liés aux thèmes de la sécurité psychologique ainsi que du feed-back et du feed forward ont été proposées.

EMPLOI

Au cours de l'exercice sous revue, nous employons 257 collaborateurs/-trices, dont 198 à temps plein et 59 à temps partiel. Le taux de fluctuation était de 13%, ce qui est stable dans notre secteur d'activité. Notre personnel est diversifié: 18 nationalités travaillent ensemble chez nous et la pyramide des âges est équilibrée – des jeunes en début de carrière aux personnes expérimentées de plus de 50 ans.

VALEURS D'ENTREPRISE

En début d'année, nous avons harmonisé les valeurs d'entreprise développées par Goldbach Neo avec celles de Goldbach Group. Il en est résulté un socle de valeurs commun basé sur **LA CONFIANCE, LA RESPONSABILITÉ, LA PERFORMANCE, LE COURAGE et LE COLLECTIF**. L'ensemble du personnel a été informé par écrit et a pu s'impliquer activement et poser des questions dans le cadre d'un roadshow.



FORMATION ET PERFECTIONNEMENT

Nous investissons de manière ciblée dans le développement de notre personnel. En 2025, 1494 heures de formation ont été suivies au total, dont 1033 par des cadres. De plus, nous avons financé 496 heures de formation continue externe. Nous renforçons ainsi nos compétences dans les domaines de la technique, de la direction, de la durabilité et de la conformité.

DIVERSITÉ ET ÉGALITÉ DES CHANCES

Nous nous engageons pour des chances équitables et des possibilités d'évolution égales. Les femmes représentent 23% de notre personnel et 20% aux postes de direction. Le rapport salarial entre hommes et femmes est présenté de manière transparente et oscille – selon l'échelon – entre 1.0/1.0 et 1.0/1.2.





PROTECTION DU CLIMAT ET DE L'ENVIRONNEMENT

Nous voulons réduire notre empreinte carbone de manière mesurable – par des mesures concrètes directement dans l'entreprise et tout au long de notre chaîne de création de valeur. L'accent est mis sur la logistique.

VOITURES ÉLECTRIQUES

La protection du climat est au cœur de nos préoccupations. C'est pourquoi nous nous sommes fixé pour objectif de réduire notre flotte de véhicules à énergie fossile de 80% d'ici 2040. Au cours de l'exercice sous revue, nous avons déjà franchi une étape: nous avons fait passer le nombre de nos véhicules électriques de 18 à 27 (+50%) et des véhicules hybrides de 2 à 4. En combinaison avec une planification optimisée des tournées, nous avons pu réduire considérablement les émissions provenant de la combustion mobile.

EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE

La consommation moyenne d'énergie par site publicitaire a pu être réduite de 4,2% en 2025 pour atteindre 942 MJ – une réussite évidente et la preuve que nos mesures sont déjà efficaces aujourd'hui. La consommation d'électricité de nos bâtiments a également été rendue plus efficace: sur un total de 281 473 kWh, 252 616 kWh proviennent de sources durables.

VÉLO ÉLECTRIQUE

Nous utilisons un vélo électrique pliable pour les contrôles de qualité à Berne, Zurich, Saint-Gall, Lucerne et Winterthour. Cela réduit les émissions, soulage le trafic et améliore l'efficacité de nos équipes dans l'espace urbain.

ÉLECTRICITÉ VERTE

Dans nos bâtiments, nous consommons déjà 89,7% d'électricité verte. Notre objectif d'ici fin 2026: utiliser exclusivement de l'électricité verte sur tous les sites Goldbach Neo – là où nous pouvons influencer directement sur la consommation d'électricité.

PETITS APPAREILS

Tous les petits appareils fonctionnant jusqu'à présent aux combustibles fossiles – dont les tondeuses à gazon, les machines de nettoyage, les compresseurs et les générateurs de courant – ont été entièrement remplacés par des appareils électriques. Cela permet de réduire les émissions et réduit les nuisances sonores et polluantes.



DÉPLACEMENTS PROFESSIONNELS

Les déplacements professionnels ont généré 83,63 t de CO₂ au cours de l'exercice sous revue et font donc partie des émissions pertinentes du scope 3. Grâce au renforcement de la collaboration numérique, à l'optimisation de la planification des déplacements et à la réduction des trajets entre les sites, nous avons pu réduire ces émissions par rapport à l'année précédente. Notre objectif est d'éviter les déplacements professionnels là où ils ne sont pas absolument nécessaires et de promouvoir des alternatives respectueuses du climat.



ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Nous misons systématiquement sur une économie durable et respectueuse des ressources. Notre objectif est d'éviter les déchets, d'utiliser les produits le plus longtemps possible et de maintenir les matériaux en circulation. Aujourd'hui déjà, 85% des matériaux utilisés pour nos supports publicitaires sont recyclables – un levier essentiel pour une infrastructure extérieure durable.

CYCLES DE MATÉRIAUX

Nos supports publicitaires sont fabriqués à partir de matériaux durables tels que l'aluminium, le verre et l'acier. Au total, 1 096 748 kg d'aluminium, 189 185 kg de verre et 115 358 kg d'acier sont en circulation. Grâce à la construction modulaire, il est possible de remplacer les composants défectueux de manière ciblée, sans remplacer des installations entières. Cela prolonge la durée de vie de nos supports publicitaires jusqu'à 50 ans et réduit considérablement le besoin de nouvelles productions.

RÉDUCTION DES DÉCHETS

Au cours de l'exercice 2025, nous avons réussi à réduire l'ensemble des déchets de 13,3% pour atteindre 229 tonnes, dont 85,6% (196 tonnes) étaient recyclables. En outre, nous avons introduit un concept de recyclage uniforme sur tous les sites. Cela permet de trier les déchets, de les éliminer dans les règles de l'art et d'éviter les déchets en PET.



RÉUTILISATION DES SUPPORTS PUBLICITAIRES

Avant d'éliminer les installations, notre service technique vérifie que chaque support publicitaire est réutilisable. Dans la mesure du possible, nous entreposons les supports publicitaires démontés et les reconstruisons sur de nouveaux sites. Cette pratique permet d'économiser des ressources et de réduire les émissions dans la catégorie «Biens d'investissement», qui a atteint 573,72 t de CO₂ en 2025, figurant ainsi parmi les principales sources d'émissions.



ENGAGEMENT SOCIAL

La démocratie vit de l'accès libre à l'information. C'est pourquoi une part importante de notre engagement social consiste à préserver l'affiche en tant que moyen de communication pour tous.

PRÉSERVATION DE L'AFFICHE

L'affiche est un moyen de communication démocratique, local et accessible. C'est pourquoi, en 2025, nous avons été l'une des fondatrices de «Affichage Oui», une alliance de plus de 40 organisations qui œuvre pour la protection et la promotion de l'affiche. Si l'on interdit la publicité, elle ne disparaît pas – elle se déplace vers des groupes technologiques mondiaux. L'initiative est soutenue par des ONG, des PME, des acteurs culturels, des associations sportives, des commerçants et des particuliers de toutes les régions de Suisse.

ORGANISATIONS À BUT NON LUCRATIF

En 2025, nous avons mis à la disposition d'organisations à but non lucratif des affiches gratuites d'une valeur publicitaire de 5 436 668 francs. Nous avons ainsi augmenté notre engagement de 46% par rapport à l'année précédente.

NETTOYER

Le Clean-Up-Day envoie un signal durable contre les déchets et pour une Suisse propre. Nos sites de Zurich, Hünenberg, Genève et Locarno ont participé à l'initiative et ont ramassé des déchets.



BIODIVERSITÉ

Les chèvres veillent durablement à l'entretien des paysages: elles améliorent la biodiversité en broutant des arbustes, des mûres et de jeunes arbres de manière ciblée. Elles empêchent ainsi que des prairies et milieux secs de grande valeur ne s'embroussaillent ou ne se boisent. L'un des projets que nous avons soutenus et visités dans le cadre de notre partenariat de longue date avec le parrainage Coop pour les régions de montagne est la ferme d'Eva Clivio, qui entretient un troupeau de chèvres Capra-Grigia.



GOVERNANCE, LUTTE CONTRE LA CORRUPTION ET PROTECTION DES DONNÉES

Nous considérons la gestion d'entreprise responsable comme la base de notre activité durable. Cela inclut des responsabilités claires, des processus décisionnels transparents et des directives contraignantes ainsi que l'intégrité et l'équité dans l'ensemble de l'entreprise.

CERTIFICATION

Nos certifications ISO 9001 et ISO 14001 renforcent nos structures de gouvernance. Les deux normes exigent des responsabilités claires, des processus documentés, des audits réguliers et une gestion systématique des risques. Elles créent ainsi la transparence, la traçabilité et une base solide pour une gestion d'entreprise responsable.

SÉCURITÉ

Des mesures de sécurité techniques et organisationnelles ainsi que des processus clairs pour la gestion des pannes de données complètent notre gestion de la protection des données.

CONTRÔLE

Le développement durable est ancré dans nos structures de direction et est régulièrement abordé au sein de la direction. Un système de contrôle interne nous aide à identifier les risques à un stade précoce et à garantir le respect de nos directives.

CONFORMITÉ

Nos principes de conformité définissent la gestion des conflits d'intérêts, des cadeaux et des avantages et obligent l'ensemble du personnel à adopter un comportement éthique et conforme à la loi. Des formations et des directives internes l'aident à identifier les risques à un stade précoce et à prévenir les comportements répréhensibles. En 2025, tous les collaborateurs/-trices ont suivi des formations en ligne obligatoires sur les thèmes du droit des cartels, de la lutte contre la corruption, des informations d'initiés et des blocages commerciaux.



PROTECTION DES DONNÉES

Pour nous, la protection de la sphère privée de notre clientèle n'est pas uniquement une exigence légale mais la promesse clé de notre intégrité numérique. Au cours de l'exercice sous revue, nous avons formé l'ensemble du personnel au thème de la protection des données par le biais de l'e-learning.



SUCCÈS ET OBJECTIFS

PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE



COLLABORATEURS/-TRICES

CONSCIENCE ENVIRONNEMENTALE

ENCOURAGEMENT

Nous renforçons la conscience environnementale par des formations, des programmes internes et des formats de participation.

En continu

OBJECTIFS CONCRETS

Sur la base de notre politique environnementale et de notre bilan carbone, nous définissons des initiatives et des objectifs concrets pour les collaborateurs/-trices au niveau de l'équipe et des individus.

En continu

LIGNE DIRECTRICE

Les cadres reçoivent des objectifs RSE dans le cadre des conventions d'objectifs annuelles.

En continu

GESTION DE LA SANTÉ EN ENTREPRISE

PROMOTION DE LA SANTÉ

Nous soutenons un travail respectueux de la santé, notamment par le biais d'offres de prévention et de participations aux coûts.

En continu

FORMATION

Nos collaborateurs/-trices sont régulièrement formés/-es à la sécurité en entreprise et une sélection aux premiers secours.

En continu

CULTURE D'ENTREPRISE

VALEURS

L'ancrage des nouvelles valeurs d'entreprise dans l'organisation est en cours.

Lancé

STRATÉGIE

Nous contrôlons régulièrement l'évolution de notre culture d'entreprise et en déduisons des objectifs stratégiques.

En continu

FORMATION CONTINUE

HEURES DE FORMATION

Le nombre d'heures de formation continue a augmenté, passant de 494 heures [en 2024] à 1494 heures (+202%).

Réussite

FORMATIONS CONTINUES EXTERNES

496 heures rémunérées pour des formations externes.

Réussite

SÉCURITÉ ET SANTÉ

ABSENCES POUR CAUSE DE MALADIE

Le nombre de jours perdus est passé de 2750 [2024] à 2273 jours.

Réussite

PROTECTION DU CLIMAT ET DE L'ENVIRONNEMENT

OBLIGATIONS ET MANAGEMENT ENVIRONNEMENTAL

CONFORMITÉ

Nous respectons toutes les lois environnementales, prescriptions et obligations réglementaires en vigueur.

En continu

PERCEPTION

Un système actif de gestion de l'environnement évalue régulièrement notre impact sur l'environnement.

En continu

RESSOURCES

CARBURANTS FOSSILES

D'ici 2040, nous réduisons la consommation de carburants fossiles de 80% [année de référence 2025].

Lancé

VÉHICULES ÉLECTRIQUES

La part des voitures électriques est passée de 18 à 27 [+50%].

Réussite



Objectif: Poursuite de l'électrification du parc automobile. Lorsque l'autonomie et le profil d'utilisation le permettent, les véhicules seront remplacés par des voitures électriques.

DÉPLACEMENTS PROFESSIONNELS

Les émissions liées aux déplacements professionnels ont diminué de 7 t de CO₂ [90,5 t → 83,6 t].

Réussite



Objectif: Poursuite de la réduction grâce à la collaboration numérique.

TRAJETS DOMICILE-TRAVAIL

Les émissions provenant des trajets domicile-travail ont légèrement diminué [231,5 t → 227,5 t].

Réussite

TRANSPORTS PUBLICS

Nous utilisons les transports publics pour l'entretien des sites des transports publics zurichoïses (VBZ).

En continu

SOURCES D'ÉNERGIE

Dans la mesure du possible, nos supports publicitaires fonctionnent à l'électricité verte.

Réussite

BÂTIMENT

La part d'électricité durable a augmenté de 34 385 kWh.

Réussite



Objectif: Passage à l'électricité verte sur tous les sites (lorsqu'il est possible d'influer directement sur cela) d'ici fin 2026.

CONSOMMATION D'ÉNERGIE

La consommation moyenne d'énergie par emplacement publicitaire a baissé de 4,2% au cours de l'exercice sous revue, passant à 942 MJ – un effet direct du rééquipement LED, du nettoyage de l'inventaire et de l'efficacité accrue des processus d'exploitation.

Réussite



Objectif: Les nouveaux supports publicitaires sont équipés d'un éclairage LED basse consommation et les anciens sont progressivement remplacés.



ÉCONOMIE CIRCULAIRE

CYCLE DE VIE

DÉVELOPPEMENT

Nous développons nos produits et processus en tenant compte de leur impact sur le cycle de vie.

En continu

PRÉSERVATION DE L'ENVIRONNEMENT

Nous attachons une importance particulière au choix de matériaux et de technologies respectueux de l'environnement et permettant une utilisation efficace des ressources.

En continu

LIGNE DIRECTRICE

Les cadres reçoivent des objectifs RSE pour la promotion des décisions en faveur d'une économie circulaire.

En continu

VALEURS INDICATIVES

Un nouveau Supplier Code of Conduct définit les exigences écologiques imposées aux fournisseurs.

Lancé

DÉCHETS

ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Tous les sites trient les déchets et les recyclent.

Terminé

PRÉVENTION

D'ici fin 2025, nous évitons les déchets PET possibles en recourant à d'autres sources d'eau.

Terminé

TOTAL

Au cours de l'exercice sous revue, nous avons pu réduire nos déchets de 35 t [264 t → 229 t].

Réussite

MATÉRIEL

PAPIER DE BUREAU

Au cours de l'exercice sous revue, nous avons enregistré une baisse de 416 kg de notre consommation de papier de bureau.

Réussite

SOUTIEN AUX ORGANISATIONS À BUT NON LUCRATIF

AFFICHAGES GRATUITS

La valeur des affiches gratuites a augmenté à CHF 5 436 668 [+46%].

Réussite

IMPACT SOCIAL

PRÉSERVATION

Nous faisons partie des cofondatrices de l'alliance «Affichage Oui», qui s'engage pour la protection et la promotion de l'affiche en tant que moyen de communication démocratique, accessible et local.

En continu

VALEUR AJOUTÉE

Notre initiative CityMap dans les villes de Zurich, Lucerne et Locarno crée une valeur ajoutée pour la population. Elle allie innovation numérique, inclusion et infrastructure intelligente. En 2025, rien qu'à Zurich, l'utilisation de la City-Map affiche plus de 200 000 interactions.

En continu

SOUTIEN

En collaboration avec la filière de graphisme de Lucerne, nous soutenons les nouveaux talents de l'artisanat graphique suisse avec l'exposition «Blickwechsel».

En continu

BIODIVERSITÉ

PROTECTION DES EAUX

Nous soutenons l'Association pour la Sauvegarde du Léman (ASL) par le biais d'un parrainage. Objectif: protéger la qualité de l'eau du lac et des rivières du bassin lémanique.

En continu

PROTECTION DES ESPÈCES

En collaboration avec le parrainage Coop pour les régions de montagne, nous soutenons des projets qui promeuvent la conservation de la biodiversité, dont le parrainage d'abeilles.

En continu

GOUVERNANCE, LUTTE CONTRE LA CORRUPTION ET PROTECTION DES DONNÉES

CONFORMITÉ

CARACTÈRE CONTRAIGNANT

Tous les collaborateurs/-trices ont suivi des formations en ligne obligatoires sur la lutte contre la corruption, le droit des cartels, la gestion des informations, les informations d'initiés et les blocages commerciaux.

Terminé

PROTECTION DES DONNÉES

Formations obligatoires sur la protection des données pour tous les collaborateurs/-trices.

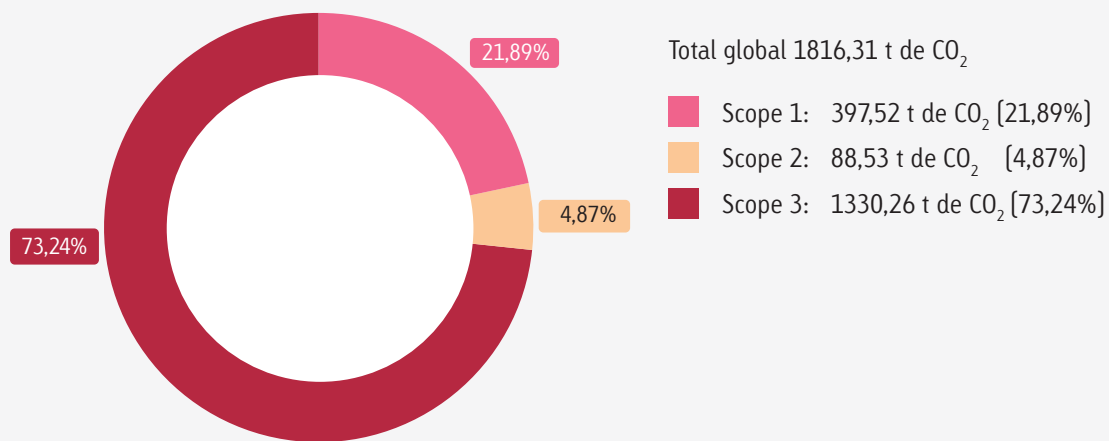
Terminé





INDICA- TEURS

ÉMISSIONS DE CO₂ PAR SCOPE

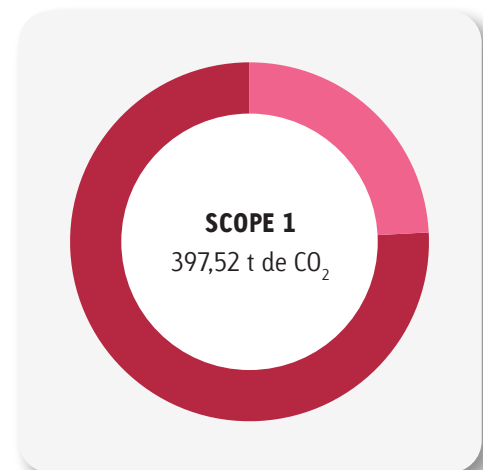


Source: Empreinte carbone Goldbach Neo – ClimatePartner

SCOPE 1: ÉMISSIONS DIRECTES

Le scope 1 comprend les émissions directes provenant de sources que nous contrôlons directement.

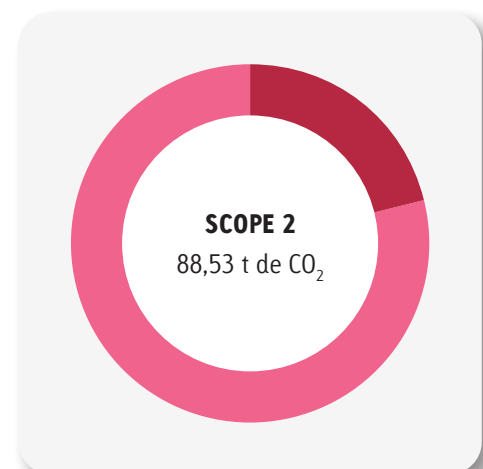
- COMBUSTION STATIONNAIRE (96,22 t de CO₂, 5,30%)
- COMBUSTION MOBILE (301,30 t de CO₂, 16,59%)



SCOPE 2: ÉMISSIONS INDIRECTES LIÉES À L'ÉNERGIE

Le scope 2 couvre les émissions indirectes résultant de la production d'énergie achetée [méthode basée sur le marché].

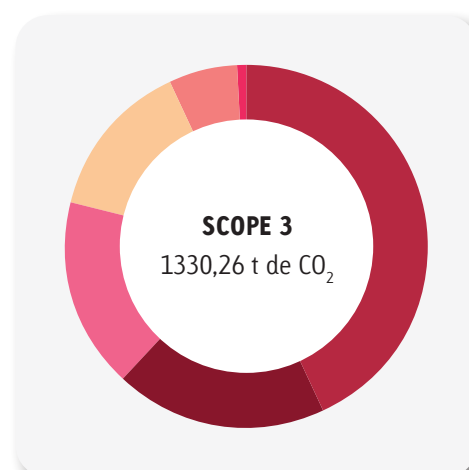
- ELECTRICITÉ ACHETÉE (69,78 t de CO₂)
- CHALEUR ACHETÉE (18,75 t de CO₂)



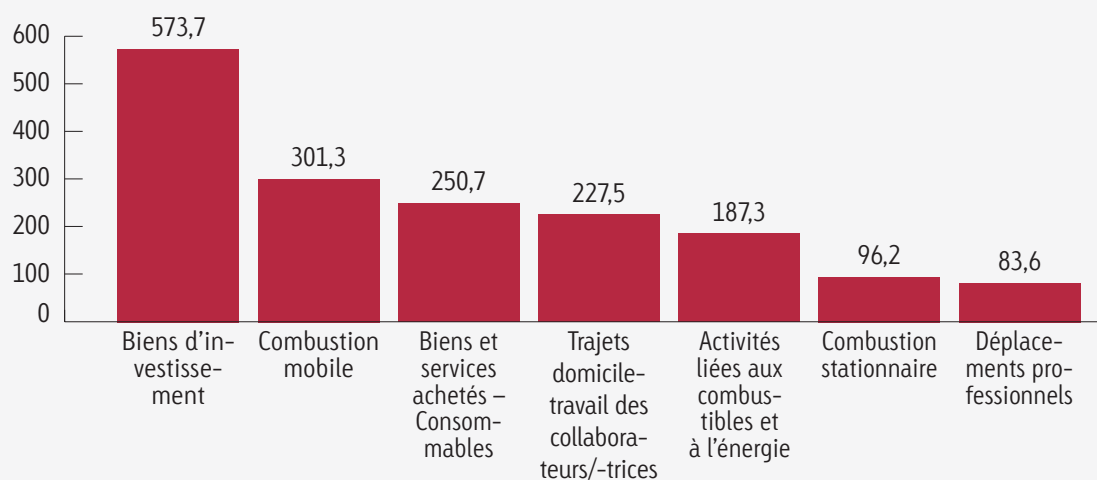
SCOPE 3: AUTRES ÉMISSIONS INDIRECTES

Le scope 3 couvre toutes les autres émissions indirectes de la chaîne de valeur.

- BIENS D'INVESTISSEMENT (573,72 T DE CO₂, 31,59%)**
- BIENS ET SERVICES ACHETÉS (250,67 T DE CO₂, 13,80%)**
- TRAJETS DOMICILE-TRAVAIL DES COLLABORATEURS/-TRICES (227,47 T DE CO₂, 12,52%)**
- ACTIVITÉS LIÉES AUX COMBUSTIBLES ET À L'ÉNERGIE (HORS SCOPE 1/2) (187,27 T DE CO₂, 10,31%)**
- DÉPLACEMENTS PROFESSIONNELS (83,63 T DE CO₂, 4,60%)**
- DÉCHETS PROVENANT DE L'EXPLOITATION (7,50 T DE CO₂, 0,41%)**



PRINCIPALES SOURCES D'ÉMISSIONS



Source: Empreinte carbone Goldbach Neo – ClimatePartner

COMPARAISON 2024/2025

PAR SCOPE

SCOPE	2024 (T DE CO ₂)	2025 (T DE CO ₂)	CHANGEMENT
Emissions totales	2014,24	1816,31	-197,93 t [-9,83%]
Scope 1	549,42	397,52	-151,90 t [-27,6%]
Scope 2	41,79	88,53	+46,74 t [+111,8%]
Scope 3	1424,03	1330,26	-93,77 t [-6,6%]

Scope 1: la réduction fait partie d'un apurement des données et ne constitue donc pas un progrès purement opérationnel. La consommation de carburant 2024 a été comptabilisée deux fois par ClimatePartner et contient donc une valeur initiale artificiellement élevée.

Scope 2: en 2024, le chauffage au gaz naturel a été comptabilisé à tort dans le scope 1, c'est pourquoi le résultat ne présente pas de véritables émissions supplémentaires mais le résultat du reclassement.

PRINCIPALES CATÉGORIES

CATÉGORIE	2024 (T)	2025 (T)	CHANGEMENT
Combustion mobile (scope 1)	445,21	301,30	-143,91 t [-32,3%]
Biens d'investissement	594,70	573,72	-20,98 t [-3,5%]
Marchandises et services achetés	257,85	250,67	-7,18 t [-2,8%]
Trajets domicile-travail/trajets pendulaires	231,51	227,47	-4,04 t [-1,7%]
Activités liées aux combustibles et à l'énergie (Comprend également les émissions en amont résultant de l'apurement des données du scope 1)	235,09	187,27	-47,82 t [-20,3%]
Déplacements professionnels	90,50	83,63	-6,87 t [-7,6%]





OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



INDICATEURS POUR L'EXERCICE 2025

NORMES SOCIALES «PUBLIC»



GRI 203	IMPACTS ÉCONOMIQUES INDIRECTS 2016	2024	2025	VARIATION EN % VS 2024
GRI 203-1	Valeur de l'affichage gratuit en francs	3 716 925	5 436 668	46,3
GRI 203-1	Travail social en jours	2	5	150,0
GRI 203-1	Volume de commandes d'entreprises sociales en francs	2 722 486	2 226 207	-18,2

NORMES ÉCONOMIQUES «PROFIT»



GRI 205	LUTTE CONTRE LA CORRUPTION 2016	2024	2025	%
GRI 205-1	Incidents relatifs à des risques de corruption	0	0	-
GRI 205-1	Risques importants identifiés	0	0	-
GRI 205-2	Membres de la direction / EXCO et responsables informés	37	33	100,0
GRI 205-2	Collaborateurs/-trices informés/-es	215	206	100,0
GRI 205-2	Membres de la direction formés	25	32	100,0
GRI 205-2	Collaborateurs/-trices formés/-es	179	178	100,0
GRI 205-2	Partenaires commerciaux informés activement	0	0	-
GRI 205-3	Incidents concrets	0	0	-
GRI 205-3	Mesures disciplinaires	0	0	-

NORMES ÉCOLOGIQUES «PLANÈTE»



GRI 301	MATÉRIAUX 2016	2024	2025	PART EN % PAR RAPPORT AU TOTAL	VARIATION EN % VS 2024
GRI 301-1	Produits de nettoyage / part de produits biodégradables en % ^{1/2}	80	80	-	0,0
GRI 301-1	Colle / Part respectueuse de l'environnement en kg ²	11 529	11 199	100,0	-2,9
GRI 301-1	Antigel / part respectueuse de l'environnement en kg ²	1 052	1 022	100,0	-2,9
GRI 301-1	Nombre total de véhicules ³	117	122	100,0	4,3
GRI 301-1	- dont véhicules électriques	18	27	22,1	50,0
GRI 301-1	- dont hybrides	2	4	3,3	100,0
GRI 301-1	Propres espaces publicitaires Total ^{3/16}	20 827	20 872	100,0	0,2
GRI 301-1	- dont emplacements publicitaires numériques	1 802	1 747	8,4	-3,1
GRI 301-1	- dont écrans LED en m ²	615	645	-	4,9
GRI 301-1	- dont emplacements publicitaires papier	19 025	18 480	88,5	-2,9
GRI 301-1	- dont non éclairés	16 043	16 229	87,8	1,2
GRI 301-1	- dont ¹¹ éclairés	2 982	2 251	12,2	-24,5
GRI 301-1	- dont part LED ¹¹	1 907	1 690	75,1	-11,4
GRI 301-1	- dont part autres éléments lumineux ¹¹	1 075	561	24,9	-47,8
GRI 301-1	Papier pour affiches en kg ^{2/4}	117 919	115 283	-	-2,2
GRI 301-1	Aluminium en circulation en kg ²	1 108 725	1 096 748	-	-1,1
GRI 301-1	Verre en circulation en kg ^{2/11}	208 765	189 185	-	-9,4
GRI 301-1	Acier en circulation en kg ²	113 352	115 358	-	1,8
GRI 301-2	Papier de bureau / Part de l'écocycle de l'UE en kg ⁸	1 704	1 288	-	-24,4



GRI 302	ENERGIE 2016	2024	2025	PART EN % PAR RAPPORT AU TOTAL	ECART EN % PAR RAPPORT À 2024
GRI 302-1	Consommation électrique des bâtiments en kWh	258 295	281 473	100,0	9,0
GRI 302-1	- dont électricité durable en kWh	218 231	252 616	89,7	15,8
GRI 302-1	- dont électricité de sources fossiles ou inconnues ^{9/10}	40 064	28 857	10,3	-28,0
GRI 302-1	Consommation électrique des emplacements publicitaires ^{2/3} en kWh	3 956 910	3 940 898	100,0	-0,4
GRI 302-1	- dont électricité verte certifiée en kWh ^{5/16}	989 228	1 232 409	31,3	24,6
GRI 302-1	- dont électricité d'origine inconnue ^{5/16}	2 967 682	2 708 489	68,7	-8,7
GRI 302-1	Consommation d'électricité moyenne par point publicitaire avec électricité en kWh ^{11/17}	827	986	-	19,2
GRI 302-1	Consommation de fioul en litre	30 757	34 919	-	13,5
GRI 302-1	Consommation de gaz naturel en kWh	96 037	92 484	-	-3,7
GRI 302-1	Consommation d'électricité du chauffage électrique en kWh ⁹	37 815	6496	100,0	-82,8
GRI 302-1	- dont électricité durable en kWh	6574	6496	100,0	-1,2
GRI 302-1	- dont électricité issue de sources fossiles ou inconnues	31 241	0	-	-100,0
GRI 302-1	Consommation d'électricité chauffage urbain en kWh ¹²	120 951	62 382	100,0	-48,4
GRI 302-1	- dont électricité de source verte en kWh ¹²	109 840	45 410	72,8	-58,7
GRI 302-1	- dont électricité issue de sources fossiles ou inconnues	11 111	16 972	27,2	52,7
GRI 302-1	Réfrigérant en kg	0	0	-	0,0
GRI 302-1	Kilomètres parcourus par véhicules tiers et propres véhicules ²	1 920 821	2 211 584	100,0	15,1
GRI 302-1	- dont véhicules personnels	1 483 830	1 806 448	81,7	21,7
GRI 302-1	- dont véhicules tiers	436 991	405 136	18,3	-7,3
GRI 302-1	Consommation de carburant en litres ²	93 094	118 745	100,0	27,6
GRI 302-1	- dont essence	12 180	7910	6,7	-35,1
GRI 302-1	- dont diesel	80 914	110 835	93,3	37,0
GRI 302-1	Total de la consommation énergétique au sein de l'organisation en MJ ⁶	20 464 211	19 653 680	-	-4,0
GRI 302-1	Consommation moyenne d'énergie par emplacement publicitaire en MJ	983	942	-	-4,2



GRI 305	EMISSIONS 2016	2024	2025	PART EN % PAR RAPPORT AU TOTAL	VARIATION EN % VS 2024
GRI 305	Total des émissions de GES CO ₂ e en t ^{7/14}	2015	1816	100,0	-9,9
GRI 305-1	Emissions directes en t de CO ₂ – scope 1 ¹⁴	549	398	21,9	-27,6
GRI 305-2	Emissions indirectes en t de CO ₂ – scope 2 ¹⁵	42	88	4,8	111,8
GRI 305-3	Emissions indirectes – scope 3	1424	1330	73,2	-6,6



GRI 306	DÉCHETS 2020	2024	2025	PART EN % PAR RAPPORT AU TOTAL	VARIATION EN % VS 2024
GRI 306-3	Total des déchets en tonnes ¹³	264	229	100,0	-13,3
GRI 306-4	- dont déchets recyclables en tonnes	226	196	85,6	-13,3
GRI 306-4	- dont papier ²	127	146	74,5	15,0
GRI 306-5	- dont déchets non recyclables en tonnes ¹³	38	33	14,4	-13,2
GRI 306-5	Déchets spéciaux	0	0	-	0,0

- Recommandation de produits biodégradables
- La baisse et l'augmentation sont directement liées au nombre d'emplacements publicitaires et à leur performance
- En propriété propre
- Livraison par le client
- Consommation moyenne des postes numériques, calcul selon le mix énergétique suisse
- 1 kWh = 3,6 MJ (constante physique)
Densité énergétique du diesel: 35,7 MJ/l
Densité énergétique de l'essence: 31,4 MJ/l [OFEV/OFEN (2016), fiche d'information sur les facteurs d'émission CO₂ de l'inventaire des gaz à effet de serre de la Suisse, tableau 1]
- Calcul des émissions de GES GIEC 2021
- Evaluation du rachat au cours de l'exercice sous revue
- Suppression du site de Crissier
- Genève consomme de l'électricité verte via un abonnement d'électricité
- La différence résulte de la correction de l'inventaire des éclairages dans le système durant l'exercice 2025
- Le changement d'administration du site de Genève a entraîné des informations erronées en 2024
- Le désencombrement des entrepôts et le remplacement des appareils après la consolidation de Goldbach Neo et de l'ancienne Neo Advertising ont entraîné une hausse des valeurs d'élimination des déchets en 2024.
- Valeur initiale artificiellement élevée: consommation de carburant 2024 comptabilisée deux fois par ClimatePartner
- Chauffage au gaz naturel 2024 comptabilisé à tort comme scope 1 – la reclassification augmente mathématiquement le scope 2 2025
- A partir de 2025, prise en compte de l'électricité verte certifiée sur le domaine public
- Valeur moyenne des supports publicitaires sur papier éclairés, des emplacements publicitaires numériques et des formats LED en m²

NORMES SOCIALES «PERSONNES»

Pour l'ensemble des collaborateurs/-trices ayant un contrat de travail chez Goldbach Neo OOH SA, y compris les apprentis/-es et les stagiaires.

GRI 401	EMPLOI 2016	2024	2025	PART EN % PAR RAPPORT AU TOTAL	VARIATION EN % VS 2024
GRI 401-1	Total des entrées ¹	100	36	100,0	-64,0
GRI 401-1	- dont femmes	30	8	22,2	-73,3
GRI 401-1	- dont hommes	70	28	77,8	-60,0
GRI 401-1	- dont collaborateurs/-trices de moins de 30 ans	19	11	30,6	-42,1
GRI 401-1	- dont collaborateurs/-trices entre 30 et 50 ans	53	18	50,0	-66,0
GRI 401-1	- dont collaborateurs/-trices de plus de 50 ans	28	7	19,4	-75,0
GRI 401-1	Taux d'occupation en % ¹	39	14	-	-64,1
GRI 401-1	- dont femmes	49	14	-	-71,4
GRI 401-1	- dont hommes	36	14	-	-61,1
GRI 401-1	- dont collaborateurs/-trices de moins de 30 ans	59	37	-	-37,3
GRI 401-1	- dont collaborateurs/-trices entre 30 et 50 ans	46	15	-	-67,4
GRI 401-1	- dont collaborateurs/-trices de plus de 50 ans	26	7	-	-73,1
GRI 401-1	Nombre total de départs	38	34	100,0	-10,5
GRI 401-1	- dont femmes	12	10	29,4	-16,7
GRI 401-1	- dont hommes	26	24	70,6	-7,7
GRI 401-1	- dont collaborateurs/-trices de moins de 30 ans	9	5	14,7	-44,4
GRI 401-1	- dont collaborateurs/-trices entre 30 et 50 ans	21	12	35,3	-42,9
GRI 401-1	- dont collaborateurs/-trices de plus de 50 ans	8	17	50,0	112,5
GRI 401-1	Taux de fluctuation en %	15	13	-	-13,3
GRI 401-1	- dont femmes	20	17	-	-15,0
GRI 401-1	- dont hommes	13	12	-	-7,7
GRI 401-1	- dont collaborateurs/-trices de moins de 30 ans	28	17	-	-39,3
GRI 401-1	- dont collaborateurs/-trices entre 30 et 50 ans	18	10	-	-44,4
GRI 401-1	- dont collaborateurs/-trices de plus de 50 ans	7	16	-	128,6
GRI 401-1	Nombre total de collaborateurs/-trices	256	257	100,0	0,4
GRI 401-1	- dont collaborateurs/-trices à temps plein	194	198	77,0	2,1
GRI 401-1	- dont collaborateurs/-trices à temps partiel	62	59	23,0	-4,8

GRI 403	SÉCURITÉ ET SANTÉ AU TRAVAIL 2018	2024	2025	PART EN % PAR RAPPORT AU TOTAL	VARIATION EN % VS 2024
GRI 403-9	Nombre d'accidents professionnels ²	12	10	100,0	-16,7
GRI 403-9	- dont femmes	0	0	0,0	0,0
GRI 403-9	- dont hommes	12	10	100,0	-16,7
GRI 403-9	- dont contusions	3	3	30,0	0,0
GRI 403-9	- dont ecchymoses	1	1	10,0	0,0
GRI 403-9	- dont entorses	2	0	0,0	-100,0
GRI 403-9	- dont autres	6	6	60,0	0,0
GRI 403-9	Jours d'absence ⁴ suite à un accident professionnel ²	117	281	100,0	140,2
GRI 403-9	- dont femmes	0	0	0,0	0,0
GRI 403-9	- dont hommes	117	281	100,0	140,2
GRI 403-10	Cas de maladie ³	284	313	100,0	10,2
GRI 403-10	- dont femmes	59	71	22,7	20,3
GRI 403-10	- dont hommes	225	242	77,3	7,6
GRI 403-10	Jours d'absence ⁴ pour cause de maladie ³	2750	2273	100,0	-17,3
GRI 403-10	- dont femmes	133	552	24,3	315,0
GRI 403-10	- dont hommes	2617	1721	75,7	-34,2

1 Les arrivées en 2024 doivent être justifiées par l'intégration de Neo Advertising dans la nouvelle société Goldbach Neo

2 Déclarations à l'assurance-accidents du travail

3 Déclarations à partir du 1^{er} jour de travail

4 Jours de travail

						
GRI 404	FORMATION ET ÉDUCATION 2016		2024	2025	PART EN % PAR RAPPORT AU TOTAL	VARIATION EN % VS 2024
GRI 404-1	Formation ⁵ en heures		494	1494	100,0	202,4
GRI 404-1	- dont femmes		140	335	22,4	139,3
GRI 404-1	- dont hommes		354	1159	77,6	227,4
GRI 404-1	- dont non-cadres		280	461	30,9	64,6
GRI 404-1	- dont cadres		214	1033	69,1	382,7
GRI 404-1	Ø heures par femme		3	6	-	100,0
GRI 404-1	Ø heures par homme		2	6	-	200,0
GRI 404-1	Ø heures par personne non membre de la direction		2	2	-	0,0
GRI 404-1	Ø heures par membre de la direction		4	25	-	525,0
GRI 404-1	Heures payées pour la formation externe		336	496	100,0	47,6
GRI 404-1	- dont femmes		48	136	27,4	183,3
GRI 404-1	- dont hommes		288	360	72,6	25,0
GRI 404-1	- dont non-cadres		296	456	91,9	54,1
GRI 404-1	- dont cadres		40	40	8,1	0,0
GRI 404-1	Nombre de stages		1	1	-	0,0
GRI 404-1	Nombre de places en apprentissage		4	4	-	0,0
GRI 404-1	Apprentis pris en charge		0	1	-	-

						
GRI 405	DIVERSITÉ ET ÉGALITÉ DES CHANCES 2016				PART EN % PAR RAPPORT AU TOTAL	VARIATION EN % VS 2024
		2024	2025			
GRI 405-1	Nombre total de collaborateurs/-trices	256	257		100,0	0,4
GRI 405-1	- dont femmes	61	59		23,0	-3,3
GRI 405-1	- dont hommes	195	198		77,0	1,5
GRI 405-1	- dont collaborateurs/-trices de moins de 30 ans	32	30		11,7	-6,3
GRI 405-1	- dont collaborateurs/-trices entre 30 et 50 ans	116	120		46,7	3,4
GRI 405-1	- dont collaborateurs/-trices de plus de 50 ans	108	107		41,6	-0,9
GRI 405-1	- dont Suisses	166	166		64,6	0,0
GRI 405-1	- dont étrangers	90	91		35,4	1,1
GRI 405-1	Collaborateurs/-trices occupant un poste de direction	39	41		100,0	5,1
GRI 405-1	- dont femmes	11	8		19,5	-27,3
GRI 405-1	- dont hommes	28	33		80,5	17,9
GRI 405-1	- dont collaborateurs/-trices de moins de 30 ans	0	1		2,4	-
GRI 405-1	- dont collaborateurs/-trices entre 30 et 50 ans	19	22		53,7	15,8
GRI 405-1	- dont collaborateurs/-trices de plus de 50 ans	20	18		43,9	-10,0
GRI 405-1	Nombre de nationalités différentes	21	18		-	-14,3

GRI 405	DIVERSITÉ ET ÉGALITÉ DES CHANCES 2016	2024		2025	
		HOMME / FEMME		HOMME / FEMME	
GRI 405-2	Salaire effectif, y compris bonus et primes				
GRI 405-2	- Niveau collaborateurs/-trices	1/1.2		1.0/1.2	
GRI 405-2	- Niveau chef d'équipe	1/0.9		1.0/1.0	
GRI 405-2	- Niveau management opérationnel	1/1		1.0/1.0	
GRI 405-2	- Niveau entreprise dans son ensemble	1/1.2		1.0/1.2	

5 Formations internes pendant le temps de travail

Collaborateurs/-trices = toutes les personnes ayant un contrat de travail Goldbach Neo SA, y compris les apprentis/-es et les stagiaires. Toutes les données sont valables à la date de référence du 31.12.2025

INDEX DU CONTENU GRI

GRI 1 – NORME GRI APPLIQUÉE

NORME	THÉMATIQUE	RÉFÉRENCES, COMMENTAIRES COMPLÉMENTAIRES, REMARQUES
GRI 1	Norme GRI appliquée	GRI 1: Bases 2021

GRI 2 – INFORMATIONS GÉNÉRALES 2021 – ORGANISATION ET PRATIQUES DE REPORTING

NORME	THÉMATIQUE	RÉFÉRENCES, COMMENTAIRES COMPLÉMENTAIRES, REMARQUES
GRI 2-1	Détails sur l'organisation	CSRB page 32
	Nom	Goldbach Neo OOH SA
	Offre	https://goldbachneo.com/fr/offres
	Siège principal	Hünenberg
	Activité commerciale	Suisse
GRI 2-2	Entités incluses dans le reporting de l'organisation	257 collaborateurs/-trices sur 10 sites, 20 872 emplacements publicitaires en leur possession, Goldbach Neo ne publie aucun bilan ni compte de résultat
	Indicateurs relatifs au contenu du rapport	CSRB pages 28 – 31
	Période du reporting	du 01.01.2025 au 31.12.2025
GRI 2-3	Publication du dernier rapport	Le rapport de l'année précédente couvre l'exercice 2024 et est paru en juillet 2025.
	Fréquence du reporting	annuellement
	Point de contact	tanja.mueller@goldbachneo.com
GRI 2-4	Principaux changements	Aucun
GRI 2-5	Assurance externe	ClimatePartner Switzerland AG

GRI 2 – INFORMATIONS GÉNÉRALES 2021 – ACTIVITÉS ET COLLABORATEURS/-TRICES

NORME	THÉMATIQUE	RÉFÉRENCES, COMMENTAIRES COMPLÉMENTAIRES, REMARQUES
GRI 2-6	Marchés	Marché publicitaire suisse avec des annonceurs, des agences de publicité, des agences média et des propriétaires d'immeubles sur le domaine public et privé
GRI 2-6	Chaîne d'approvisionnement	Fournisseurs: fabricants de supports publicitaires et partenaires contractuels louant les emplacements publicitaires
		Production interne: conception des produits, vente, facturation des sous-traitants, indemnisation des partenaires contractuels
GRI 2-7	Collaborateurs/-trices	CSRB pages 30 – 31

GRI 2 – INFORMATIONS GÉNÉRALES 2021 – GOUVERNANCE

NORME	THÉMATIQUE	RÉFÉRENCES, COMMENTAIRES COMPLÉMENTAIRES, REMARQUES
GRI 2-9	Structure	https://goldbachneo.com/fr/contact/contacts
	Déclaration du CEO	CSRB page 3
GRI 2-10	Organes de gouvernance	Société par actions: Goldbach Neo OOH SA est une filiale à 100% de Goldbach Group, qui appartient au TX Group

GRI 2 – INDICATIONS GÉNÉRALES – STRATÉGIE, POLITIQUES ET PRATIQUES

NORME	THÉMATIQUE	RÉFÉRENCES, COMMENTAIRES COMPLÉMENTAIRES, REMARQUES
GRI 2-22	Déclaration sur la stratégie de développement durable	CSRB pages 8 – 15 https://goldbachneo.com/fr/inspiration/engagements/nos-valeurs Principes de management de la direction: cohésion, estime, volonté de performance, crédibilité
GRI 2-23	Déclaration d'engagement envers les principes et les pratiques	CSRB pages 9 – 15 https://goldbachneo.com/fr/inspiration/engagements/nos-valeurs Gestion des risques conforme aux lois et directives suisses
GRI 2-24	Initiatives externes	https://goldbachneo.com/fr/inspiration/engagements/corperate-responsability
GRI 2-28	Adhésions	https://goldbachneo.com/fr/inspiration/engagements/partenariats

GRI 2 – INFORMATIONS GÉNÉRALES 2021 – ENGAGEMENT DES PARTIES PRENANTES

NORME	THÉMATIQUE	RÉFÉRENCES, COMMENTAIRES COMPLÉMENTAIRES, REMARQUES
GRI 2-29	Approche de l'engagement des parties prenantes	CSRB page 7
GRI 2-30	Négociations collectives	Aucune

GRI 3 – THÈMES PERTINENTS

NORME	THÉMATIQUE	RÉFÉRENCES, COMMENTAIRES COMPLÉMENTAIRES, REMARQUES
GRI 3-1	Procédure pour déterminer les thèmes pertinents	CSRB page 9
GRI 3-2	Liste des thèmes essentiels	CSRB page 9
GRI 3-3	Gestion des thèmes pertinents	CSRB pages 9 – 15

GRI 203 – RÉPERCUSSIONS ÉCONOMIQUES INDIRECTES 2016

NORME	THÉMATIQUE	RÉFÉRENCES, COMMENTAIRES COMPLÉMENTAIRES, REMARQUES
GRI 3-3	Gestion des thèmes pertinents	CSRB page 14
GRI 203-1	Investissements dans les infrastructures et mécénat	CSRB page 14

GRI 205 – LUTTE CONTRE LA CORRUPTION 2016

NORME	THÉMATIQUE	RÉFÉRENCES, COMMENTAIRES COMPLÉMENTAIRES, REMARQUES
GRI 3-3	Gestion des thèmes pertinents	CSRB page 15
GRI 205-1	Incidents et risques importants identifiés	CSRB page 28
GRI 205-2	Communication et formations sur les directives et procédures anti-corruption	CSRB page 28
GRI 205-3	Confirmation des cas de corruption et mesures prises	CSRB page 28

GRI 301 – MATÉRIAUX 2016

NORME	THÉMATIQUE	RÉFÉRENCES, COMMENTAIRES COMPLÉMENTAIRES, REMARQUES
GRI 3-3	Gestion des thèmes pertinents	CSRB pages 13 – 19
GRI 301-1	Matériaux utilisés par poids et volume	CSRB page 28
GRI 301-2	Matières recyclées utilisées	CSRB page 13
GRI 301-3	Produits et matériaux d'emballage valorisés	CSRB page 13

GRI 302 – ENERGIE 2016

NORME	THÉMATIQUE	RÉFÉRENCES, COMMENTAIRES COMPLÉMENTAIRES, REMARQUES
GRI 3-3	Gestion des thèmes pertinents	CSRB page 12
GRI 302-1	Consommation énergétique au sein de l'organisation	CSRB page 29

GRI 305 – EMISSIONS 2016

NORME	THÉMATIQUE	RÉFÉRENCES, COMMENTAIRES COMPLÉMENTAIRES, REMARQUES
GRI 3-3	Gestion des thèmes pertinents	CSRB page 9
GRI 305-1	Emissions directes de GES [scope 1]	CSRB pages 23, 25, 29
GRI 305-2	Emissions indirectes de GES liées à l'énergie [scope 2]	CSRB pages 23, 25, 29
GRI 305-3	Autres émissions indirectes de GES [scope 3]	CSRB pages 24, 25, 29

GRI 306 – DÉCHETS 2020

NORME	THÉMATIQUE	RÉFÉRENCES, COMMENTAIRES COMPLÉMENTAIRES, REMARQUES
GRI 3-3	Gestion des thèmes pertinents	CSRB pages 9 – 13
GRI 306-3	Déchets générés	CSRB page 29
GRI 306-4	Déchets non destinés à l'élimination	CSRB page 29
GRI 306-5	Déchets destinés à l'élimination	CSRB page 29

GRI 401 – EMPLOI 2016

NORME	THÉMATIQUE	RÉFÉRENCES, COMMENTAIRES COMPLÉMENTAIRES, REMARQUES
GRI 3-3	Gestion des thèmes pertinents	CSRB pages 10 – 11
GRI 401-1	Recrutement de nouveaux employés et rotation du personnel	CSRB page 30

GRI 403 – SANTÉ ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL 2018

NORME	THÉMATIQUE	RÉFÉRENCES, COMMENTAIRES COMPLÉMENTAIRES, REMARQUES
GRI 3-3	Gestion des thèmes pertinents	CSRB pages 10 – 17
GRI 403-9	Accidents du travail	CSRB page 30
GRI 403-10	Maladies professionnelles	CSRB page 30

GRI 404 – FORMATION ET ÉDUCATION 2016

NORME	THÉMATIQUE	RÉFÉRENCES, COMMENTAIRES COMPLÉMENTAIRES, REMARQUES
GRI 3-3	Gestion des thèmes pertinents	CSRB pages 11 – 17
GRI 404-1	Nombre moyen d'heures de formation et de perfectionnement par an et par employé/-e	CSRB page 31

GRI 405 – DIVERSITÉ ET ÉGALITÉ DES CHANCES 2016

NORME	THÉMATIQUE	RÉFÉRENCES, COMMENTAIRES COMPLÉMENTAIRES, REMARQUES
GRI 3-3	Gestion des thèmes pertinents	CSRB page 11
GRI 405-1	Diversité des organes de gouvernance et des employés	CSRB page 31
GRI 405-2	Ratio du salaire de base et de la rémunération des femmes et des hommes	CSRB page 31

GLOSSAIRE

CSRB	Rapport sur la responsabilité sociale d'entreprise
------	--



MENTIONS LÉGALES

ÉDITEUR

Goldbach Neo OOH SA
Bösch 67
6331 Hünenberg

DATE

Mars 2026
Sauf indication contraire, toutes les données et tous
les chiffres se réfèrent à la situation au 31.12.2025