



# ***ПРИНЦИПИ ЗАКУПІВЕЛЬ MICHELIN***

---

*ДИРЕКТИВА ЩОДО ОПЕРАТИВНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ –  
ВИДАННЯ 2020*

РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ БІЗНЕСУ

## **ЗМІСТ**





**ФЛОРАН МЕНЕГО**  
ПРЕЗИДЕНТ

# ЗАВТРАШНІЙ ДЕНЬ ЗІ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ В MICHELIN



**ІВ ШАПО**  
ГЕНЕРАЛЬНИЙ МЕНЕДЖЕР І  
ФІНАНСОВИЙ ДИРЕКТОР

**НАШЕ КОРПОРАТИВНЕ БАЧЕННЯ БАЗУЄТЬСЯ  
НА ЦЬОМУ ПЕРЕКОНАННІ.**

МІСІЯ MICHELIN ПОЛЯГАЄ В ТОМУ, ЩОБ БУТИ ОДНИМ ІЗ ЛІДЕРІВ СТАЛОЇ МОБІЛЬНОСТІ ТА ОДНИМ ІЗ НАЙЕФЕКТИВНІШИХ, ІННОВАЦІЙНИХ ТА ВІДПОВІДАЛЬНИХ КОМПАНІЙ У СВІТІ, ЗБАЛАНСОВУЮЧИ ДОСЯГНЕННЯ ЇХ ЕКОЛОГІЧНИХ ТА СУСПІЛЬНИХ ВИКЛИКІВ.

ЦЕ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ ЗМУШУЄ НАС ДІЯТИ ЩОДНЯ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ МОБІЛЬНОСТІ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ, ЩО МИ ЗАКРІПЛЮЄМО ЧЕРЕЗ НАШУ КОРПОРАТИВНУ МЕТУ:

**«РУХ ДО ДОСКОНАЛОСТІ ДЛЯ КОЖНОГО»**



**ВІНСЕНТ РУССЕ-РУВ'ЕР**  
ДИРЕКТОР ІЗ ЗАКУПІВЕЛЬ

# **ЗАКУПІВЕЛЬНА МІСІЯ**

**Зробіть свій внесок у стабільну продуктивність компанії Michelin, залучаючи постачальників для створення цінностей та інновацій.**

Цей внесок досягається завдяки досконалості в діяльності та сталим закупівлям, посиленні ділової етики, захисті навколишнього середовища та прав людини.

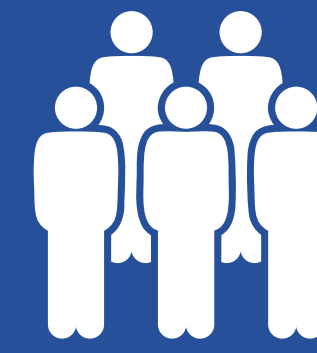
# ДЕЯКІ ЦИФРИ ПО ЗАКУПІВЛЯМ



**42 000**  
АКТИВНИХ  
ПОСТАЧАЛЬНИКІВ



**1,6** МЛН  
ЗАМОВЛЕНЬ



**280**  
ЗАКУПІВЕЛЬНИХ  
ХОЗЯЙСТВ



**НАТУРАЛЬНИЙ  
КАУЧУК**

**МАТЕРІАЛИ**

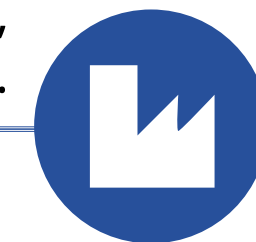
Фільтри, мономери,  
еластомери, металеве  
зміцнення, тканинне  
зміцнення, хімікати,  
масла та смоли.



**4**  
**НАПРЯМКИ**

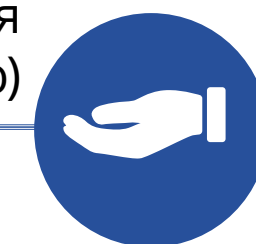
**ВИРОБНИЦТВО,  
ІНЖИНІРИНГ ТА  
ЕНЕРГЕТИКА**

Машини, будівлі,  
промислові послуги,  
матеріали та енергетика.



**ПОСЛУГИ**

Логістика, Маркетинг/  
Комунікації, ІС/ІТ, Винагороди,  
Нерухомість, Аутсорсингові  
послуги (консультаційні  
послуги з питань управління,  
дослідження ринку, навчання,  
послуги з управління  
персоналом тощо)





# **1 – СФЕРА ЗАСТОСУВАННЯ, ВИЗНАЧЕННЯ ТА ПРИНЦИПИ ЗАСТОСУВАННЯ**

## **1.1 – Сфера застосування**

Принципи закупівель Michelin є невід'ємною частиною кожного контракту між Постачальником і будь-якою компанією групи Michelin, незалежно від країни.

## **1.2 – Обов'язкові та очікувані принципи**

Принципи закупівель Michelin мають два основні рівні: обов'язкові і очікувані принципи.

### **ОБОВ'ЯЗКОВИЙ ПРИНЦИП**

**це принцип, який вважається основоположним, без якого неможливо встановити чи продовжувати ділові відносини.**

Постачальник повинен дотримуватися обов'язкового принципу та забезпечити застосування тих самих або схожих принципів у всій мережі постачання. На вимогу Michelin Постачальники повинні добросовісно та прозоро звітувати про факти та рівень досягнутої відповідності. Будь-яке недотримання всіх або частини Обов'язкових принципів, викладених у Принципах закупівлі Michelin, вважається порушенням контракту, і Michelin залишає за собою право застосовувати заходи настання відповідних наслідків, включаючи припинення всіх або частини ділових відносин з відповідним Постачальником.

### **ОЧІКУВАНИЙ ПРИНЦИП**

**це принцип, який просувається, заохочується та очікується компанією Michelin.**

Він прозоро викладає бачення Michelin і дозволяє всім Постачальникам вдосконалюватись відповідно до очікувань Групи шляхом процесу постійного вдосконалення. Відповідність постачальників Очікуваним принципам має відповідати розміру Постачальника, враховується рівень складності впровадження принципу та рівень ризику, викликаного потенційним або фактичним недотриманням цього принципу.

Група Michelin приділяє особливу увагу дотриманню основних принципів, а саме:

- Законів та нормативних актів, які застосовуються до Michelin та/або всіх чи частини його Продуктів, Послуг і/або операцій;
- повазі до людей у всіх аспектах; і
- Захисту навколишнього середовища.

Очікується, що кожен із наших Постачальників зробить повний внесок у дотримання компанією Michelin цих фундаментальних принципів у межах, які до них застосовуються.



## **2 – ФУНДАМЕНТАЛЬНІ ПРИНЦИПИ**

### **2.1 – Відповідність законам та нормативним актам**

#### **ВИМАГАЄТЬСЯ, ЩОБ:**

усі Постачальники знали та дотримувалися законів і правил, які застосовуються до них та/або до всіх чи частини їхніх Продуктів, Послуг і/або операцій.

Необхідно виконувати для окремих випадків:

Діяльність з закупівель компанії Michelin здійснюється в багатьох країнах із різними культурами, законами та політичними режимами:

а - У деяких випадках принципи купівлі Michelin можуть не відповідати законам і нормам певної країни. У разі невідповідності між будь-яким застосованим законом і нормативним актом і будь-яким принципом закупівлі Michelin, суворіша вимога матиме пріоритет.

б - У разі наявності різних законів і нормативних актів, які можуть застосовуватися до окремої дії, усі обов'язкові закони повинні завжди дотримуватись у відповідній географічній зоні.

#### **ОЧІКУЄТЬСЯ, ЩО:**

що постачальник буде просувати подібні принципи в межах своєї мережі постачання.

## **2 – ФУНДАМЕНТАЛЬНІ ПРИНЦИПИ**

### **2.2 – Повага до людей**

#### **2.2.1 – Права людини (включаючи умови праці)**

##### **ВИМАГАЄТЬСЯ, ЩОБ:**

Постачальник дотримувався як мінімум наступних документів:

- Міжнародні стандарти, включаючи Загальну декларацію прав людини, Глобальний договір ООН, Керівні принципи ОЕСР, Керівні принципи ООН щодо бізнесу та прав людини.
- Законодавчі та нормативні положення законодавства про працю, що діє в країні (рівень винагороди, робочий час, свобода спілок, тощо).
- Гідність особистості через прийнятні умови праці.
- Основоположні конвенції Міжнародної організації праці (МОП), зокрема стосовно застосування дитячої праці, примусової або обов'язкової праці, свободи створювати спілки і прав на ведення колективних переговорів, дискримінації та утисків.

##### **ОЧІКУЄТЬСЯ, ЩО:**

Постачальнику рекомендується пом'якшувати суворість застосування законів і правил, зокрема щодо робочого часу, права на відпочинок і винагороди.

## 2 – ФУНДАМЕНТАЛЬНІ ПРИНЦИПИ

### 2.2 – Повага до людей

#### 2.2.2 – Здоров'я та безпека фізичних осіб

Для компанії Michelin якість і рівень охорони праці є важливими критеріями при виборі постачальників.

##### ВИМАГАЄТЬСЯ, ЩОБ:

- Незалежно від того, чи йдеться про Продукти, Послуги, операції чи виробництво, Постачальник повинен забезпечити захист здоров'я та безпеку осіб, суворо дотримуючись чинних законів і правил і найкращих практик своєї професії, незалежно від того, чи є окремі країни більш чи менш суворими з точки зору охорони здоров'я та безпеки.
- Постачальник повинен регулярно проводити оцінювання ризиків для здоров'я та безпеки для людей, які знаходяться поблизу його об'єктів та/або операцій.
- Постачальник, який працює на об'єктах Michelin, час від часу чи постійно, повинен:
  - Отримувати попередній дозвіл на доступ до об'єкту.
  - Визначити та впровадити всі необхідні заходи для забезпечення того, щоб увесь персонал Постачальника дотримувався правил безпеки, охорони здоров'я та гігієни, визначених для цього об'єкта. Постачальник зобов'язаний постійно розвивати серед цього персоналу поведінку постійної пильності та дотримання цих правил.
  - Складати план профілактики перед виконанням будь-яких робіт на місці відповідно до стандартів Michelin.
  - Повідомляти Michelin перед будь-яким використанням нових хімічних речовин і надати необхідні документи з детальним описом їхніх характеристик, ризиків і заходів запобігання.
  - Повідомляти про будь-яку помічену аномалію керівнику об'єкта або призначеному співробітнику з безпеки на об'єкті Michelin, де працює Постачальник, або, якщо це неможливо, контактному представнику Michelin Постачальника.

##### ОЧІКУЄТЬСЯ, ЩО:

Постачальник буде впроваджувати систему управління охороною здоров'я та безпекою, розроблену таким чином, щоб отримати уроки з минулого та підтримувати постійне вдосконалення практики. Ця система може ґрунтуватися на відповідній політиці, інструкціях, посібниках, інформаційних та просвітницьких кампаніях, планах удосконалення та відповідних показниках (наприклад, рівень нещасних випадків, звітування та управління ризиковими ситуаціями, кількість пропозицій щодо покращення питань здоров'я та безпеки тощо). Заохочується отримання сертифікації ISO 45001.

## **2 – ФУНДАМЕНТАЛЬНІ ПРИНЦИПИ**

---

### **2.2 – Повага до людей**

#### **2.2.3 – Спільнота**

Michelin прагне інтегруватися в суспільства та місцеві громади, які знаходяться по сусідству з його діяльністю у країнах по всьому світу. Таким чином, Michelin прагне залучати не лише міжнародних, але й місцевих постачальників а також інклюзивних постачальників (наприклад, постачальників у секторі захищеної та адаптованої праці, постачальників, які сприяють поверненню до роботи, постачальників, що належать до меншин тощо), які відповідають високим стандартам.

#### **ОЧІКУЄТЬСЯ, ЩО:**

компанія Michelin заохочує всіх Постачальників брати участь в економічному та соціальному розвитку громад поблизу або в яких вони працюють.

## 2 – ФУНДАМЕНТАЛЬНІ ПРИНЦИПИ

### 2.3 – Захист навколишнього середовища

Michelin надає величезного значення захисту навколишнього середовища. Постачальник також повинен враховувати питання захисту навколишнього середовища у своїй діяльності.

#### ВИМАГАЄТЬСЯ, ЩОБ:

З точки зору захисту навколишнього середовища та обмеження екологічних ризиків у всій мережі постачання, Постачальник зобов'язується дотримуватися законів і правил, діючих у країні чи країнах, у яких він працює, а також у всіх країнах, куди імпортується, використовується будь-який продукт і/або послуга, та/або розповсюджується безкоштовно чи за плату. На вимогу Michelin Постачальник зобов'язується застосовувати більш обмежувальні стандарти Michelin для певних проектів або географічних територій.

Постачальники також зобов'язуються надсилати за запитом будь-яку інформацію, яка може знадобитися для визначення впливу на КСВ по відношенню до будь-якого Продукту та/або Послуги, які вони надають Michelin, або для відповідності очікуванням зацікавлених сторін Групи Michelin (наприклад, клієнтів, інвесторів, асоціацій тощо), де така інформація доступна. (наприклад, викиди CO<sub>2</sub>, використання фітосанітарних продуктів, сертифікати тощо).

#### ОЧІКУЄТЬСЯ, ЩО:

Michelin очікує від Постачальника:

- Впровадити систему управління навколишнім середовищем для вимірювання та зменшення потенційного впливу своєї діяльності на навколишнє середовище;
- Зменшувати викиди та управляти відходами, токсичними/небезпечними речовинами та упаковкою протягом усього життєвого циклу своїх Продуктів;
- Зменшення викидів парникових газів, у тому числі на етапах транспортування;
- Зберігати воду, зберігати природні ресурси, захищати екосистеми та прагнути підтримувати біорізноманіття;
- Розробляти високоякісні продукти та/або послуги з низьким впливом на навколишнє середовище;
- Співпрацювати з Групою Michelin в рамках аналізу життєвого циклу, проведеного Michelin.


# ***ЗАСТОСУВАННЯ ОСНОВНИХ ПРАВИЛ ЩОДО НАТУРАЛЬНОГО КАУЧУКУ***

---



## **СПЕЦІАЛЬНЕ ПОЛОЖЕННЯ ДЛЯ ПОСТАЧАЛЬНИКІВ НАТУРАЛЬНОГО КАУЧУКУ :**

Натуральний каучук має значний екологічний і соціальний вплив. Саме тому в цьому питанні потрібен свій специфічний підхід. Написана у співпраці з усіма зацікавленими сторонами, зокрема неурядовими організаціями, що спеціалізуються на захисті навколишнього середовища та правах людини, Політика сталого використання натурального каучуку (SNR) є нормативним документом для постачальників натурального каучуку Групи Michelin та доповнює цей документ.



Компанія Michelin надає надзвичайного значення не лише дотриманню законів і нормативних актів, але й етичності та чесності під час ведення бізнесу («Ділова етика»). Постачальник повинен дотримуватися цих принципів і, зокрема, наступних правил.

## ***3 – ДІЛОВА ЕТИКА***

### **3.1 – Добропорядність**

#### **ВИМАГАЄТЬСЯ, ЩОБ:**

кожен постачальник сумлінно вів переговори та виконував договори.

### **3.2 – Конкуренція та чесна поведінка**

#### **ВИМАГАЄТЬСЯ, ЩОБ:**

Постачальник забезпечував вільну та чесну конкуренцію, впроваджував чесні комерційні практики по відношенню до власних конкурентів та клієнтів і прозорість їхніх цін. У разі антиконкурентної практики з боку Постачальника компанія Michelin залишає за собою право вжити будь-яких необхідних і відповідних заходів для отримання компенсації за будь-яку завдану шкоду. Крім того, Постачальники зобов'язуються не вдаватися до зловживань у разі обіймання високих посад в Michelin, а також не вимагати невинуватих винагород, які створюють значний дисбаланс у діяльності.

#### **ОЧІКУЄТЬСЯ, ЩО:**

Постачальник запроваджував і підтримував програму дотримання антимонопольного законодавства.



## ***3 – ДІЛОВА ЕТИКА***

### **3.3 – Торгівельні обмеження**

#### **ВИМАГАЄТЬСЯ, ЩОБ:**

Постачальник дотримувався документу «Груповий припис: обмеження торгівлі». Термін «Торгівельні обмеження» означає будь-які чинні закони та нормативні акти, що стосуються (1) торговельних та економічних санкцій (включаючи ембарго та списки сторін, на які поширюються санкції) та/або (2) заходи експортного контролю (положення щодо товарів військового призначення чи товарів подвійного використання), що застосовуються до будь-якого Продукту і/або послуги.

#### **ОЧІКУЄТЬСЯ, ЩО:**

Постачальник запроваджував і підтримував програму дотримання торговельних обмежень.

## ***3 – ДІЛОВА ЕТИКА***

### **3.4 – Корупція та торгівля впливом**

#### **ВИМАГАЄТЬСЯ, ЩОБ:**

Постачальник дотримувався політики «нульової терпимості» до корупції та торгівлі впливом. Зокрема, він зобов'язується утримуватися від (1) навмисної пропозиції, обіцянки або надання, а також (2) спроб і змови з метою пропозиції, обіцянки або надання будь-якої несправедливої вигоди, грошового чи іншого характеру, прямо чи опосередковано через посередника, до державного службовця або з приводу будь-яких професійних відносин такого державного чи приватного службовця, або для третьої сторони, таким чином, що останній діє або утримується від дій під час виконання своїх обов'язків з метою отримання винагороди або іншої переваги неналежним чином.

#### **ОЧІКУЄТЬСЯ, ЩО:**

Постачальник запроваджує і підтримує антикорупційну програму відповідності, яка відповідає його конкретній ситуації та здатна виявляти корупцію, хабарництво та торгівлю впливом.

## ***3 – ДІЛОВА ЕТИКА***

### **3.5 – Конфлікт інтересів**

#### **ВИМАГАЄТЬСЯ, ЩОБ:**

Постачальник відмовитися від участі в будь-якій діяльності, яка може вважатися конфліктом інтересів. Він повинен повідомити Michelin про будь-які ситуації конфлікту інтересів, які можуть виникнути з будь-яким працівником Групи Michelin в контексті запланованої чи поточної операції.

#### **ОЧІКУЄТЬСЯ, ЩО:**

Постачальник запроваджує і підтримує спеціальні правила для управління конфліктами інтересів.

## **3 – ДІЛОВА ЕТИКА**

### **3.6 – Шахрайство**

#### **ВИМАГАЄТЬСЯ, ЩОБ:**

Постачальник застосовував політику «нульової толерантності» до спроб шахрайства, незалежно від того, чи є лише підозра в такому шахрайстві, чи воно доведено. Зокрема, він зобов'язується утримуватися від (1) створення, отримання дозволу на створення або участі в створенні, навмисно чи через недбалість, будь-якої організації чи схеми з шахрайською метою, закликком до таких дій або результатами та (2) спробою та змови вчиняти у такий спосіб.

Постачальник зобов'язується інформувати Michelin будь-яким відповідним способом, у тому числі через телефонну лінію Michelin з питань етики про будь-яке шахрайство, підозру в шахрайстві або спробу шахрайства, про які їм стало відомо.

#### **ОЧІКУЄТЬСЯ, ЩО:**

Постачальник запроваджує і підтримує програму боротьби з шахрайством (стосується як внутрішнього, так і зовнішнього шахрайства), яка відповідає його конкретній ситуації та здатна виявляти, запобігати та боротися з шахрайством.

## **3 – ДІЛОВА ЕТИКА**

### **3.7 – Подарунки та запрошення**

#### **ВИМАГАЄТЬСЯ, ЩОБ:**

щодо подарунків і запрошень Постачальник утримувався від будь-якої практики, яка не відповідає діючим законам і нормам. Постачальник також повинен утримуватися від будь-яких дій, спрямованих на отримання прямої чи опосередкованої вигоди будь-яким персоналом Michelin або спроби вплинути на рішення будь-якого персоналу Michelin або отримання будь-якої неправомірної вигоди. Зокрема, будь-який подарунок або запрошення має відповідати таким сукупним критеріям: бути дозволеним відповідно до діючих місцевих законів і правил, не бути запропонованим бенефіціару, не мати на меті отримання будь-якої неналежної користі чи вигоди, не мати на меті вплинути на рішення, не впливати на прийняття стратегічних рішень; бенефіціар не повинен в даний час або в майбутньому на вільний розсуд приймати рішення, що впливають на інтереси Michelin; такий подарунок або запрошення повинні мати одноразовий характер у сфері діяльності, не викликати непорозуміння в разі розголошення в компанії чи публічно, мати суто професійний характер і бути зареєстрованим у реєстрі.

Для прикладу:

Під час оголошення тендеру Постачальнику заборонено пропонувати будь-яким своїм контактам серед персоналу Michelin подарунок або запрошення, що може вплинути на його рішення під час процесу відбору.

Протягом терміну дії комерційних відносин: Постачальнику заборонено запрошувати своїх контактних осіб з числа персоналу Michelin, а також його/їхніх родичів на трапезу в ресторані класу люкс. Постачальнику заборонено пропонувати своїм контактним особам серед персоналу Michelin подарунок у вигляді грошей або подарункових сертифікатів.

Незважаючи на це, Michelin дозволяє корпоративні подарунки з розумно низькою вартістю та з логотипом Постачальника, або еквівалентною рекламою (приклад: рюкзаки, спортивні сумки, комп'ютерні чехли).

#### **ОЧІКУЄТЬСЯ, ЩО:**

Michelin очікує, що всі Постачальники матимуть політику щодо подарунків і запрошень, яка встановлює правила, застосовні до пропонувананих і отриманих подарунків.

## ***3 – ДІЛОВА ЕТИКА***

### **3.8 – Конфіденційність**

#### **ВИМАГАЄТЬСЯ, ЩОБ:**

додатково до юридичних зобов'язань щодо захисту ділової таємниці, Постачальник дотримувався не лише конфіденційності інформації, наданої Michelin, зокрема під час запрошень до тендеру, але й конфіденційності результатів щодо Продуктів та/ або наданих послуг.

Постачальник утримується від використання конфіденційної інформації Michelin для цілей, що відрізняються від узгоджених, пов'язаних із правилами постачання Продуктів або Послуг Michelin.

#### **ОЧІКУЄТЬСЯ, ЩО:**

Постачальник запроваджує і підтримує програму запобігання будь-яким порушенням своїх зобов'язань щодо конфіденційності перед своїми клієнтами, В тому числі Michelin.

## ***3 – ДІЛОВА ЕТИКА***

### **3.9 – Захист інтелектуальної власності (IP)**

#### **ВИМАГАЄТЬСЯ, ЩОБ:**

Додатково до дотримання законів і нормативних актів щодо прав інтелектуальної власності (ІВ) у цілому:

- Постачальник утримувався від порушення (або спроби порушення) будь-яких прав інтелектуальної власності Michelin.
- Постачальник утримувався від свідомого надання компанії або для Michelin будь-яких Продуктів або Послуг, які порушують права інтелектуальної власності будь-якої третьої сторони.
- У випадку, якщо Постачальник отримує будь-яку претензію від будь-якої третьої сторони щодо порушення певних прав інтелектуальної власності, що може вплинути на діяльність Michelin, Постачальник повинен негайно повідомити Michelin, щоб останній міг вжити необхідних заходів для уникнення загрози безперервності своєї роботи і буде співпрацювати з Michelin.

#### **ОЧІКУЄТЬСЯ, ЩО:**

Michelin очікує, що Постачальник матиме процеси, які встановлюють правила, застосовні до розробки Продуктів і/або Послуг, включаючи, зокрема, перевірку та дотримання політики інтелектуальної власності третіх сторін.

## ***3 – ДІЛОВА ЕТИКА***

### **3.10 – Захист конфіденційності**

#### **ВИМАГАЄТЬСЯ, ЩОБ:**

додатково до дотримання законів і правил щодо захисту конфіденційності, Постачальники, як мінімум, діяли лише за вказівками Michelin під час обробки персональних даних від імені Michelin, обробляли дані лише для надання погоджених послуг, забезпечували за допомогою організаційних і технічних заходів безпеки ввірених їм даних, надавали Michelin прозорим чином опис операцій, здійснених з персональними даними (що, чому, ким і де), допомагали Michelin у дотриманні зі своїми зобов'язаннями та використовували лише субпідрядників, уповноважених Michelin, які пропонують ті самі гарантії, що й Michelin.

#### **ОЧІКУЄТЬСЯ, ЩО:**

компанія Michelin прагне захищати персональні дані та, на додаток до інших відповідних законів і нормативних актів щодо захисту конфіденційності, сприяє дотриманню принципів Загального регламенту захисту даних (GDPR) за межами його безпосереднього географічного охоплення. Тому Michelin очікує, що всі Постачальники зобов'язуються робити те ж саме.



## ***3 – ДІЛОВА ЕТИКА***

### **3.11 – Персонал постачальника**

#### **ВИМАГАЄТЬСЯ, ЩОБ:**

У контексті дотримання законів і правил, що стосуються працевлаштування фізичних осіб, усі постачальники зобов'язуються дотримуватися «Приписів групи Michelin: персонал»

## ***3 – ДІЛОВА ЕТИКА***

### **3.12 – Кодекс поведінки**

#### **ОЧІКУЄТЬСЯ, ЩО:**

додатково до дотримання законів і правил, а також пунктів, викладених вище, очікується, що Постачальник буде мати власний кодекс поведінки, який відповідає його конкретній ситуації, сприяючи культурі доброчесності, а також запровадить заходи з виявлення, запобігання та моніторингу, такі як комунікація, навчання, етичні рекомендації, внутрішній контроль, дисциплінарні заходи тощо.


## **3 – ДІЛОВА ЕТИКА**

### **3.13 – Етичні правила**

Етичні правила стосуються не лише персоналу Michelin, але і персоналу постачальників. Ці правила можна використовувати, щоб повідомити про будь-яке потенційне порушення компанією Michelin будь-яких застосовних законів і правил та/або її Кодексу етики. Будь-хто може подати звіт, за бажанням анонімно.

Звіт можна подати [онлайн за цим посиланням](#)

*(Повідомити також можна по телефону – натисніть посилання вище, щоб отримати інструкції щодо того, як набрати правильний номер для вашої країни.)*

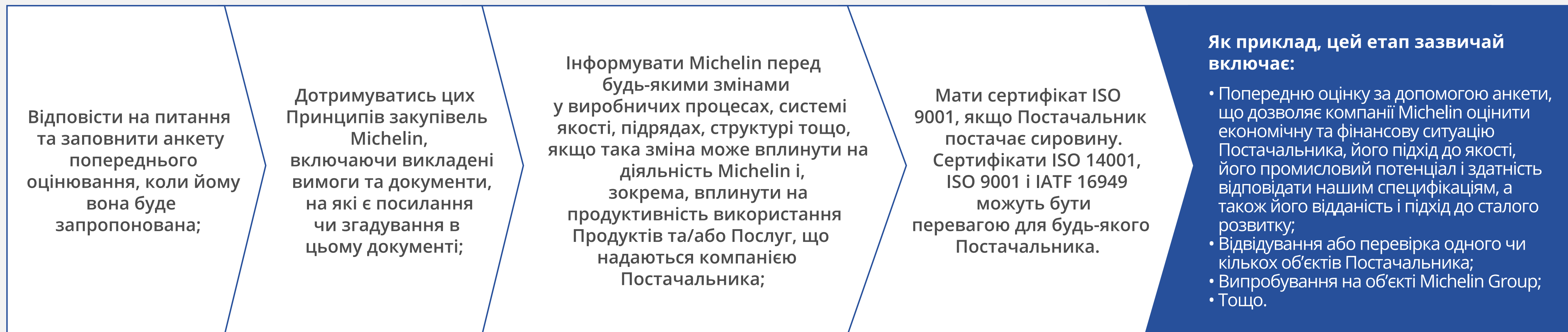
 **ДЛЯ ОТРИМАННЯ ДОДАТКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ:  
КОДЕКС ЕТИКИ  
АНТИКОРУПЦІЙНИЙ КОДЕКС ПОВЕДІНКИ**



## 4 – СПІЛЬНА ДІЯЛЬНІСТЬ

### 4.1 – Перед вибором постачальників

Загалом Michelin дотримується структурованого процесу для оцінки потенціалу та здатності постачальника задовольняти потреби Michelin, включаючи, зокрема, його комерційні, технічні вимоги, вимоги щодо якості, кількості, часу виконання та сталого розвитку. Щоб потрапити до списку кандидатів, Постачальник повинен погодитися провести наступні дії:



## 4 – СПІЛЬНА ДІЯЛЬНІСТЬ

### 4.2 – Якість Michelin та безпека

#### 4.2.1 – Політика якості Michelin

#### ЗОБОВ'ЯЗАННЯ MICHELIN

**«ПОЛІПШИТИ МОБІЛЬНІСТЬ ЛЮДЕЙ І ТОВАРІВ ВИСУВАЄ ДО НАС ДУЖЕ ВИСОКІ ВИМОГИ ЩОДО ЯКОСТІ ТА БЕЗПЕКИ».**



Для того, щоб компанія Michelin підтримувала якість своїх продуктів і/або послуг, дуже важливо, щоб продукти та/або послуги, придбані компанією Michelin, були найвищої якості. Усі Постачальники повинні гарантувати, що Продукти та Послуги, що постачаються, незалежно від їх походження чи призначення, відповідають умовам договору.

**РАЗОМ** ми повинні створити необхідні засоби для отримання та забезпечення цієї якості, постійно спрямовуючи увагу на контролі витрат.

**Компанія MICHELIN та її ПОСТАЧАЛЬНИКИ повинні працювати разом для досягнення прогресу в цьому напрямку.**

Процес **забезпечення якості від постачальників** детально визначає, як компанія Michelin має намір застосовувати вказівки своєї політики щодо якості до своїх відносин із постачальниками та до управління якістю придбаних продуктів і послуг.

*Цей процес, якого повинні дотримуватися всі Постачальники, детально описано в наведених нижче документах, доступних на веб-сайті закупівель Michelin:*

## 4 – СПІЛЬНА ДІЯЛЬНІСТЬ

### 4.2 – Якість Michelin та безпека

#### 4.2.2 – Інформаційна безпека Michelin

Компанія Michelin приділяє велике значення не лише дотриманню діючих законів і нормативних актів, але й захисту інформаційних систем і даних (включно з будь-якими сторонніми даними, які компанія може обробляти).

Термін «Постачальник SID» стосується будь-якого основного чи вторинного Постачальника Послуг інформаційних технологій (або цифрових чи еквівалентних послуг), незалежно від інформаційної системи, яка використовується, при наданні таких послуг для Michelin: (1) розробка, інтеграція та/або підтримка будь-якого програмного рішення та/або (2) обробка даних за допомогою системи інформаційних технологій; обробка, яка розглядається в найширшому значенні цього слова, включаючи, але не обмежуючись: доступ, створення, збір, отримання, компіляцію, агрегацію, генерацію, вилучення та архівування даних.

#### ВИМАГАЄТЬСЯ, ЩОБ:

Постачальник SID зобов'язаний розгортати та постійно оновлювати найсучасніші організаційні та технічні засоби захисту, щоб не відставати від загроз, що швидко змінюються, і нещодавно виявлених вразливостей. Постачальник SID повинен негайно повідомити Michelin: (1) про будь-який інцидент, про який йому відомо, та/або (2) до внесення будь-яких змін до розташування даних, субпідрядних операцій або застосування будь-яких таких заходів безпеки, щоб Michelin міг вжити відповідних заходів. Постачальник SID повинен запропонувати прийнятні заходи щодо повернення даних та/або видалення, які застосовуються в будь-яких випадках закінчення контракту. Він також має забезпечити відповідність будь-яким статутам користувачів і застосованим політикам безпеки під час використання інформаційних систем Michelin.

#### ОЧІКУЄТЬСЯ, ЩО:

Крім цього, Постачальник SID повинен:

- Розробити, оновити та опублікувати політику інформаційної безпеки
- Проводити перевірки своєї політики інформаційної безпеки та/або регулярно публікувати результати будь-яких зовнішніх перевірок, які вона може проводити.
- Дати дозвіл Michelin виконувати будь-які сканування вразливостей та/або тести на проникнення на запит, прямо чи опосередковано, і інформувати Michelin про результати.
- Візяти на себе зобов'язання оперативно вирішувати проблеми з доступністю послуг, уразливістю чи безпекою.
- Забезпечити належний рівень підтримки та обміну інформацією для вирішення проблем з безпекою.
- Забезпечувати дотримання сертифікації, напр. ISO 27001, а також повідомляти про таку відповідність, а також про будь-які нові сертифікати.

## **4 – СПІЛЬНА ДІЯЛЬНІСТЬ**

### **4.3 – Рухатися вперед разом - сталий розвиток**

У своїй повсякденній діяльності Michelin прагне працювати з постачальниками, які дотримуються його вимог щодо якості, надійності та вартості та які віддані постійному вдосконаленню, поважаючи людей і захищаючи навколишнє середовище.

#### **4.3.1 – Оцінка КСВ постачальника**

Michelin ретельно здійснює моніторинг та керівництво своєю загальною діяльністю щодо здійснення відповідальних закупівель і публікує кінцеві показники КСВ.

#### **ВИМАГАЄТЬСЯ, ЩОБ:**

Постачальник проводив оцінку КСВ на відповідний запит і запроваджував будь-які необхідні плани коригувальних дій. Крім того, він надає дозвіл Michelin або постачальникам послуг, призначених Michelin, проводити перевірки на місці.

#### **ОЧІКУЄТЬСЯ, ЩО:**

Постачальник встановить для себе цілі з кількісною оцінкою щодо ефективності КСВ і склав плани вдосконалення в цьому напрямку.



## **4 – СПІЛЬНА ДІЯЛЬНІСТЬ**

### **4.3 – Рухатися вперед разом - сталий розвиток**

#### **4.3.2 – Управління відносинами з постачальниками**

### **КОМПАНІЯ MICHELIN ДОТРИМУЄТЬСЯ ПІДХОДУ ДО УПРАВЛІННЯ ВІДНОСИНАМИ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ (SRM).**

На основі активної, прозорої та високоякісної співпраці мета такої діяльності полягає в тому, щоб разом вибудовувати конкурентні та відповідальні відносини, які створюють цінність для всіх зацікавлених сторін.

Для досягнення цього, постачальники поділяються на 4 категорії, щоб якомога ефективніше керувати цими відносинами.

**Категорія 1:** Встановлення справжніх стратегічних відносин на основі інноваційних та/або партнерських проектів.

**Категорія 2:** Розвиток ділових стосунків для отримання конкурентної переваги, що принесе користь обом сторонам.

**Категорія 3:** Оптимізація поточних відносин на основі постійного вдосконалення.

**Категорія 4:** Впровадження комерційних відносин відповідно до узгоджених зобов'язань.



## 4 – СПІЛЬНА ДІЯЛЬНІСТЬ

### 4.4 – Посередництво



Якщо Постачальник після початкових обговорень не зможе отримати задовільну відповідь від Michelin, яку він очікує, він може звернутися до посередника зі зв'язків із постачальником і клієнтом з проханням про допомогу у швидкому вирішенні проблеми в процесі такої співпраці.

Посередник бере участь лише після того, як постачальник спробує вирішити проблему за допомогою своїх постійних контактів у компанії-підрядника Michelin, наприклад, агента із закупівель, відповідального за пропозицію, платіжного центру або менеджера за контрактом.

Медіатор не розглядатиме жодних запитів, які не відповідають цьому принципу. Для того, щоб запустити процес посередництва, Постачальник повинен надіслати запит про посередництво за допомогою розділу [на веб-сайті закупівель](#).

Якщо за допомогою внутрішнього посередника рішення не буде знайдено, сторони зобов'язуються скористатися послугами звичайного зовнішнього посередника.

# ***ВИСНОВОК***

---

Відповідність принципам закупівель Michelin є основою основних довірчих відносин між будь-якою компанією Michelin та кожним із її постачальників у всьому світі. Ці відносини, підкріплені підходом SRM Групи Michelin, є двигунами створення вартості для Michelin та його постачальників.

ПРИМІТКА. Станом на дату публікації Принципи закупівель Michelin регулярно оновлюються та доступні онлайн 14 мовами за посиланням:

<https://purchasing.michelin.com/en/purchasing-principles/>



# ***ГЛОСАРІЙ***

---

**Слова, що починаються з великої літери, мають наступні визначення:**



**МІШЛЕН – ДЕПАРТАМЕНТ ЗАКУПІВЕЛЬ**

23, Пляс де Карм-Дешо – 63040 Клермон-Ферран – Франція - [www.michelin.com](http://www.michelin.com)

Дизайн та Виготовлення: АІІ ЗМІСТ – 22090253 – Автор: Мішлен – Конфіденційно:/- Оpubліковано:02/2020 – Зберігати:WA+3 – Надруковані копії цього документа не контролюються.