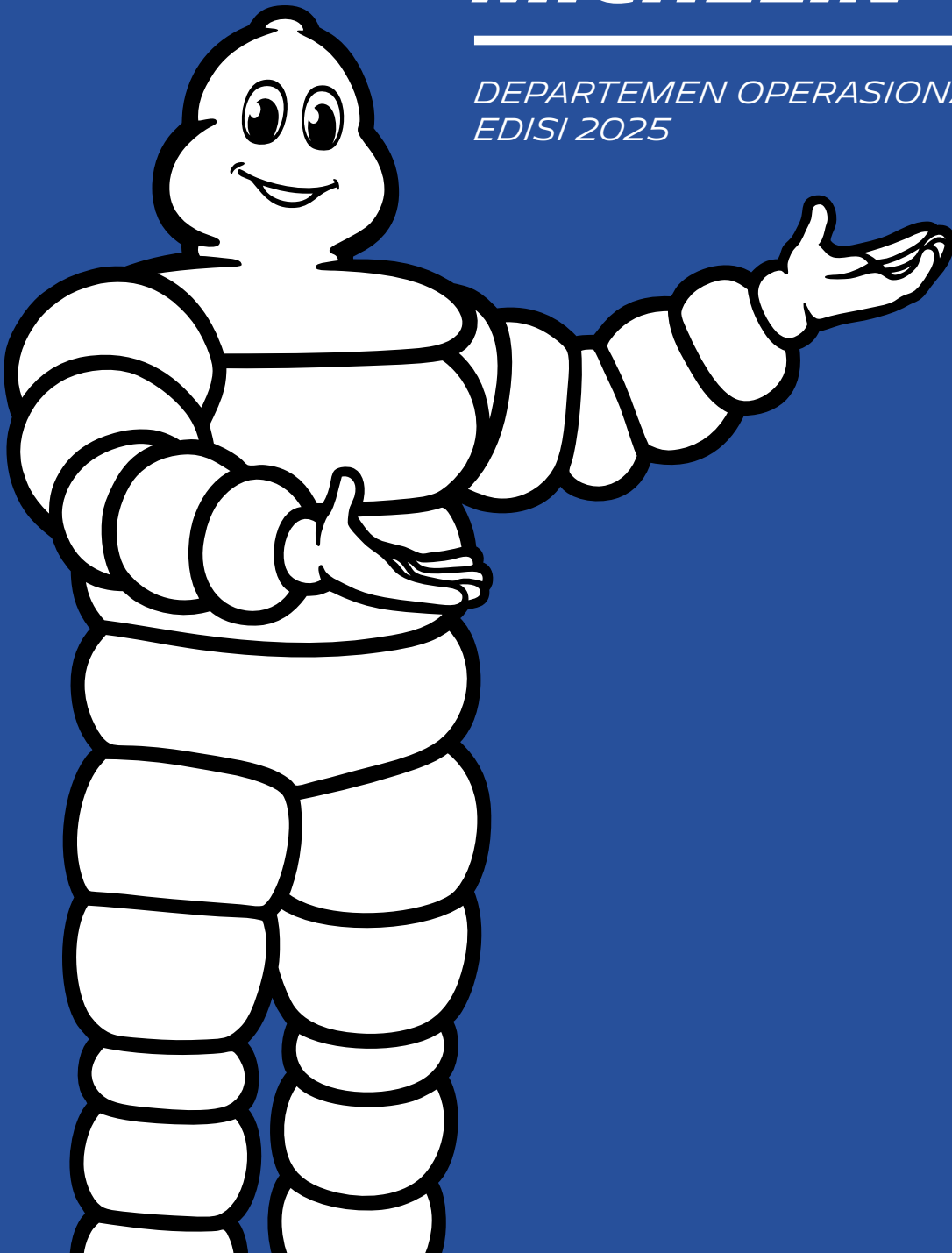


PRINSIP PEMBELIAN MICHELIN

*DEPARTEMEN OPERASIONAL PEMBELIAN
EDISI 2025*



PRINSIP PEMBELIAN MICHELIN

DAFTAR ISI

PENDAHULUAN DOKUMEN

1 — RUANG LINGKUP, DEFINISI DAN PRINSIP PENERAPAN

1.1 Ruang Lingkup

1.2 Prinsip Yang Disyaratkan dan Diharapkan

3 — ETIKA BISNIS

3.1 Itikad baik

3.2 Persaingan dan tindakan yang adil

3.3 Pembatasan perdagangan

3.4 Anti korupsi dan pengaruh perdagangan

3.5 Konflik kepentingan

3.6 Penipuan dan Etika Keuangan

3.7 Hadiah dan undangan

3.8 Kerahasiaan

3.9 Perlindungan kekayaan intelektual

3.10 Data Pribadi

3.11 Personel Pemasok

3.12 Kode etik

3.13 Saluran etik

2 — PRINSIP DASAR

2.1 Kepatuhan terhadap Peraturan
Perundang-undangan, Regulasi, dan
Prinsip Internasional

2.2 Menghormati orang lain

2.2.1 Hak Asasi Manusia (termasuk kondisi kerja)

2.2.2 Kesehatan dan Keselamatan Individu

2.2.3 Komunitas

2.3 Melindungi lingkungan

4 — BEKERJA SAMA

4.1 Sebelum memilih pemasok

4.2 Kualitas dan Keamanan

4.2.1 Kebijakan Kualitas

4.2.2 Keamanan Informasi

4.3 Bergerak ke depan bersama
– secara berlanjut

4.3.1 Penilaian CSR Pemasok

4.3.2 Mengelola Hubungan Pemasok

4.4 Mediasi

**PENERAPAN PRINSIP-PRINSIP DASAR
KARET ALAM**

KESIMPULAN

DEFINISI

**FLORENT MENEGAUX**
CHIEF EXECUTIVE OFFICER

KOMITMEN GRUP MICHELIN TERHADAP MASA DEPAN YANG BERKELANJUTAN

**YVES CHAPOT**
GENERAL MANAGER AND
CHIEF FINANCIAL OFFICER

SEJAK AWAL DIDIRIKAN, GRUP MICHELIN SENANTIASA MENJUNJUNG
TINGGI KEBEBASAN BERGERAK SEBAGAI HAK DASAR DAN SUMBER
PERKEMBANGAN MANUSIA.

GRUP MICHELIN SANGAT MENYADARI BAHWA KEGIATAN
OPERASIONALNYA DAN KRISIS YANG TERJADI DI BUMI MEMILIKI
DAMPAK TERHADAP LINGKUNGAN. OLEH KARENA ITU,
GRUP MICHELIN INGIN MENJADI PELOPOR PERKEMBANGAN
YANG BERKELANJUTAN.

UPAYA YANG DILAKUKAN MICHELIN DIDASARKAN PADA SEJARAH,
NILAI, DAN KEAHLIAN MICHELIN SERTA DENGAN MENEGASKAN
KEMBALI KOMITMENNYA YANG KUAT:

- GRUP MICHELIN BERUPAYA MEMBANGUN MASA DEPAN DUNIA
MELALUI PERTUMBUHAN YANG SEIMBANG BAGI KEGIATAN
OPERASIONALNYA MELALUI SINKRONISASI ANTARA KINERJA BISNIS,
PERKEMBANGAN INDIVIDU, DAN PENGELOLAAN LINGKUNGAN.
- MICHELIN PERCAYA BAHWA PERKEMBANGAN TEKNOLOGI
MERUPAKAN SALAH SATU SOLUSI UNTUK MENGHADAPI TANTANGAN
LINGKUNGAN.
- MICHELIN PERCAYA BAHWA PERUSAHAAN HARUS BERPERAN
DALAM MASYARAKAT UNTUK MERESPONS BERSAMA BERBAGAI
TANTANGAN SAAT INI.
- MICHELIN SANGAT PERCAYA BAHWA SETIAP ORANG MEMILIKI
KEMAMPUAN UNTUK MEMBANGUN MASA DEPAN YANG
BERKELANJUTAN.



RUANG LINGKUP, DEFINISI DAN PRINSIP PENERAPAN

1.1 Ruang Lingkup

1.2 Prinsip Yang Disyaratkan dan Diharapkan

1 – RUANG LINGKUP, DEFINISI DAN PRINSIP PENERAPAN

1.1 – Ruang Lingkup

Prinsip Pembelian Michelin adalah bagian integral dari setiap kontrak antara Pemasok dan perusahaan Grup Michelin yang membeli barang atau jasa, yang dalam dokumen ini disebut «Pembeli».

1.2 – Prinsip Yang Disyaratkan dan Diharapkan

Prinsip Pembelian Michelin memiliki dua tingkat penting: Prinsip Yang Disyaratkan dan Prinsip yang Diharapkan.

PRINSIP YANG DISYARATKAN

Adalah prinsip yang harus dipatuhi oleh Pemasok, dan Pemasok harus memastikan prinsip yang sama atau serupa diterapkan di seluruh Rantai Pasokannya.

Atas permintaan Pembeli, Pemasok harus melaporkan secara transparan tingkat kepatuhan yang dicapai, serta jika diminta, memberikan sertifikasi atau dokumen lain yang berlaku untuk mengonfirmasi kepatuhan tersebut. Setiap kegagalan untuk mematuhi semua atau sebagian dari Prinsip yang Disyaratkan akan dianggap sebagai pelanggaran kontrak, dan Pembeli dapat menggunakan semua hak dan upaya yang dimilikinya sehubungan dengan pelanggaran kontrak tersebut, termasuk mengakhiri semua atau sebagian hubungan bisnis dengan Pemasok.

PRINSIP YANG DIHARAPKAN

Adalah prinsip yang didukung, didorong, dan diharapkan oleh Michelin.

Prinsip ini menetapkan visi Michelin secara transparan dan memungkinkan semua Pemasok untuk meningkatkan, dengan sesuai dengan harapan Michelin melalui proses peningkatan berkelanjutan. Penilaian kepatuhan Pemasok dengan Prinsip yang Diharapkan harus mempertimbangkan ukuran Pemasok, tingkat kerumitan yang terlibat dalam penerapan prinsip, dan tingkat risiko yang disebabkan oleh potensi atau ketidakpatuhan aktual terhadap prinsip ini.

Grup Michelin mengutamakan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip dasar, yaitu:

- Peraturan Perundang-undangan yang berlaku untuk Pembeli dan/atau semua atau sebagian dari Produk, Layanan, dan/atau operasinya;
- Menghormati semua orang, dalam semua aspek; dan
- Melindungi lingkungan.

Setiap Pemasok kami diharapkan untuk berkontribusi sepenuhnya pada kepatuhan Pembeli terhadap prinsip-prinsip dasar ini, sesuai dengan ruang lingkup yang berlaku untuk tiap Pemasok.

PRINSIP DASAR

2.1 Kepatuhan terhadap Peraturan Perundang-undangan, Regulasi, dan Prinsip Internasional

2.2 Menghormati orang lain

2.2.1 Hak Asasi Manusia (termasuk kondisi kerja)

2.2.2 Kesehatan dan Keselamatan Individu

2.2.3 Komunitas

2.3 Melindungi lingkungan

2 – PRINSIP DASAR

2.1 – Kepatuhan terhadap Peraturan Perundang-undangan, Regulasi, dan Prinsip Internasional

Komitmen Michelin terhadap prinsip internasional utama

Sebagai anggota United Nations Global Compact sejak 2010, Michelin berkomitmen untuk menghormati dan mendukung sepenuhnya hak asasi manusia di semua aktivitas Michelin dan di semua negara tempatnya beroperasi.

Michelin juga berkomitmen untuk mematuhi ketentuan internasional berikut: Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia, Konvensi Dasar International Labor Organization (ILO/Organisasi Buruh Internasional), Pedoman Organization for Economic Cooperation and Development (OECD/Organisasi Kerja Sama dan Pembangunan Ekonomi) untuk Perusahaan Multinasional tentang Hak Asasi Manusia, Perlindungan Lingkungan, dan Antikorupsi, serta Pedoman PBB tentang Bisnis dan Hak Asasi Manusia.

Komitmen Grup Michelin untuk bertindak secara bertanggung jawab dan etis terhadap karyawan, mitra, dan masyarakat setempat harus dipahami dan dihormati oleh semua pihak.

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

Pemasok berjanji akan mematuhi, dan memastikan bahwa Produk dan/atau Layanannya akan mematuhi, peraturan perundang-undangan yang berlaku di negara atau negara-negara tempatnya beroperasi dan di semua negara tempat Produk dan/atau Layanan telah atau akan diimpor, dikirimkan, didistribusikan, dan/atau secara wajar diharapkan akan digunakan («Peraturan Perundang-undangan»).

Prinsip yang Disyaratkan untuk keadaan tertentu:

Aktivitas pembelian kami diterapkan di banyak negara dengan beragam budaya, ketentuan hukum, dan rezim politik:

- a - Dalam beberapa keadaan, Prinsip Pembelian Michelin mungkin tidak sama persis dengan Peraturan Perundang-Undangan negara tertentu. Jika terjadi ketidaksesuaian antara Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku dengan Prinsip Pembelian Michelin, persyaratan yang lebih ketat akan berlaku.
- b - Dalam hal terdapat Peraturan Perundang-Undangan yang berbeda yang mungkin berlaku untuk transaksi yang serupa, seluruh Peraturan Perundang-Undangan wajib harus selalu dipatuhi dalam ruang lingkup geografis yang berlaku.

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

Pemasok harus mendorong penerapan prinsip Internasional di atas dalam Rantai Pasokannya serta dianjurkan untuk bergabung dengan United Nations Global Compact.

2 – PRINSIP DASAR

2.2 – Menghormati orang lain

2.2.1 – Hak Asasi Manusia (termasuk kondisi kerja)

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

Pemasok harus mematuhi hal-hal berikut ini, sebagai persyaratan minimum:

- Standar internasional, termasuk Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia, United Nations Global Compact, Pedoman OECD, dan Pedoman PBB tentang Bisnis dan Hak Asasi Manusia.
- Ketentuan hukum dan peraturan dari undang-undang ketenagakerjaan yang berlaku di negara tersebut (tingkat remunerasi, jam kerja, kebebasan berserikat, dll.).
- Martabat individu melalui kondisi kerja yang dapat diterima.
- Konvensi Dasar International Labor Organization («ILO»), khususnya tentang pekerja anak, kerja paksa atau wajib, kebebasan berserikat dan hak untuk berunding bersama, diskriminasi, dan pelecehan.
- Praktik perbudakan, kerja paksa, atau perdagangan manusia secara tegas dilarang, dan Pemasok harus mematuhi ketentuan yang terdapat di lampiran Kotak Fokus tentang Pekerja Anak, Kerja Paksa, dan Mineral di Daerah Konflik.

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

Pemasok melampaui penerapan Peraturan Perundang-undangan yang ketat, khususnya dengan memastikan bahwa karyawannya memiliki kondisi kerja yang layak, termasuk jam kerja, waktu istirahat, dan upah layak yang memungkinkan karyawan untuk memenuhi kebutuhan dasar keluarganya.

+ FOKUS / CATATAN PEKERJA ANAK

PEKERJA ANAK

Dilarang mempekerjakan orang yang berusia di bawah 18 tahun. Pengecualian dapat diberikan untuk orang yang berusia antara 15 dan 18 tahun, khususnya jika masa kerja tersebut merupakan bagian dari pemagangan, dengan ketentuan bahwa pekerjaan tersebut tidak bersifat berbahaya, tidak menggantikan sekolah, tidak berbahaya bagi perkembangan dan kesehatan orang tersebut, dan sesuai dengan Konvensi ILO 138 dan 182 serta ketentuan hukum nasional dan internasional yang berlaku.

2 – PRINSIP DASAR

2.2 – Menghormati orang lain

2.2.1 – Hak Asasi Manusia (termasuk kondisi kerja)

+ FOKUS KERJA PAKSA

KERJA PAKSA

Pemasok tidak boleh menggunakan atau menoleransi kerja paksa, yaitu keadaan di mana seseorang dipaksa untuk bekerja atau bekerja lembur di bawah ancaman atau intimidasi atau melalui cara yang lebih halus, seperti akumulasi utang, penahanan dokumen identitas, atau penandatanganan kontrak yang persyaratannya tidak dapat dimengerti oleh karyawan tersebut.

Pemasok harus menerapkan praktik perekrutan yang adil dan secara khusus tidak boleh mengenakan biaya langsung atau tidak langsung kepada karyawan sehubungan dengan perekrutan karyawan yang dilakukan Pemasok.

+ FOKUS MINERAL DI DAERAH KONFLIK

MINERAL DI DAERAH KONFLIK

Tujuan Pembeli adalah membeli Produk yang tidak mendanai atau mendukung, baik secara langsung maupun tidak langsung, kelompok bersenjata di daerah konflik. Hal ini berlaku untuk beberapa mineral atau turunannya, seperti tantalum, timah, tungsten, emas, dan kobalt.

Pembeli menangani masalah mineral di daerah konflik dengan mempertimbangkan Panduan OECD tentang Uji Tuntas untuk Rantai Pasokan Mineral yang Bertanggung Jawab dari Zona Konflik atau Berisiko Tinggi (OECD Guide on Due Diligence for Responsible Mineral Supply Chains from Conflict or High-Risk Zones) dan sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Reformasi Wall Street Dodd-Frank Amerika Serikat. Meskipun undang-undang AS ini tidak berlaku untuk Pembeli, beberapa pelanggan kami diwajibkan untuk mematuhi kewajiban transparansi yang diberlakukan oleh undang-undang tersebut.

Pembeli tidak terlibat dalam kegiatan pertambangan, tetapi mineral tersebut mungkin ada dalam Produk di Rantai Pasokan kami. Oleh karena itu, Pembeli berkomitmen untuk bekerja sama dengan Pemasoknya untuk mencapai tujuan Pembeli. Setelah mengidentifikasi Produk yang mungkin mengandung mineral tersebut dan Pemasok terkait, Pembeli meminta Pemasok tersebut untuk memberikan informasi tentang sumber mineral tersebut, menggunakan formulir dan daftar Responsible Minerals Initiative (RMI).

Pembeli dapat diminta untuk memberikan laporan mengenai mineral di daerah konflik kepada pelanggan jika diminta. Setiap Pemasok terkait mulai saat ini berjanji untuk memenuhi persyaratan berikut:

- Memberikan, atas permintaan Pembeli atau platform yang disetujui Pembeli (misalnya «Assent»), laporan yang diperlukan menggunakan templat CMRT (Conflict Minerals Reporting Template/Templat Pelaporan Mineral di Daerah Konflik) dan/atau CRT (Cobalt Reporting Template/Templat Pelaporan Kobalt), sesuai dengan revisi terbaru yang disediakan oleh RMI (Responsible Minerals Initiative) <https://www.responsiblemineralsinitiative.org/>;
- Memiliki atau menerapkan kebijakan dan proses untuk memastikan bahwa Pemasok (a) menggunakan sumber dari Rantai Pasokan yang bertanggung jawab secara sosial (bekerja sama hanya dengan pabrik pelebur dan pemurni yang tidak berada di tempat konflik); dan (b) mengomunikasikan persyaratan ini ke Rantai Pasokannya sendiri.

2 – PRINSIP DASAR

2.2 – Menghormati orang lain

2.2.2 – Kesehatan dan Keselamatan Individu

Kualitas dan tingkat praktik kesehatan dan keselamatan merupakan kriteria penting dalam memilih pemasok.

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

- Baik terkait dengan Produk, Layanan, operasi, atau lokasi, Pemasok harus melindungi kesehatan dan keselamatan individu dengan mematuhi secara ketat Peraturan Perundang-undangan yang berlaku, persyaratan yang dijelaskan dalam bagian Fokus tentang Bahan Kimia dan Zat yang Dilarang di bawah ini, serta praktik terbaik dalam profesinya, terlepas dari apakah ketentuan terkait kesehatan dan keselamatan yang diterapkan di negara tertentu lebih ketat atau lebih longgar.
- Pemasok harus melakukan penilaian secara berkala terhadap risiko kesehatan dan keselamatan yang ditimbulkan terhadap masyarakat di sekitar lokasi dan/atau operasinya.
- Pemasok tidak akan mempekerjakan atau menggunakan petugas keselamatan pribadi atau publik tanpa seleksi, instruksi, dan pengawasan yang memadai untuk memastikan bahwa semua Prinsip yang Disyaratkan dipatuhi, dan petugas keselamatan yang dipekerjakan dilarang melakukan penyiksaan, ancaman cedera, atau diskriminasi.
- Pemasok yang bekerja di lokasi Pembeli, baik sesekali maupun secara permanen, harus:
 - Mendapatkan izin sebelumnya untuk mengakses lokasi sesuai dengan peraturan internal yang berlaku di lokasi tersebut.
 - Menentukan dan menerapkan semua tindakan yang diperlukan untuk memastikan bahwa semua Personel Pemasok mematuhi aturan keselamatan, kesehatan, dan kebersihan yang ditentukan untuk lokasi ini. Pemasok harus senantiasa mendorong personelnnya tersebut untuk berperilaku waspada dan patuh terhadap aturan ini.
 - Membuat rencana pencegahan sebelum pekerjaan apa pun dilakukan di lokasi, sesuai dengan standar Pembeli.
 - Memberi tahu Pembeli sebelum menggunakan zat kimia baru dan menyediakan dokumen yang diperlukan yang berisi perincian karakteristik, risiko, dan tindakan pencegahan terkait zat kimia baru tersebut.
 - Melaporkan setiap penyimpangan yang ditemukan kepada manajer lokasi atau petugas keselamatan yang ditunjuk di lokasi Pembeli tempat Pemasok bekerja atau, jika personel tersebut tidak ada, kepada kontak Pembeli Pemasok.

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

Pemasok menerapkan sistem manajemen kesehatan dan keselamatan yang dirancang untuk mempelajari pengalaman dari masa lalu dan mendukung peningkatan praktik yang berkelanjutan. Sistem ini dapat didasarkan pada kebijakan, instruksi, panduan, kampanye informasi dan kesadaran, rencana perbaikan, dan indikator yang sesuai (misalnya tingkat kecelakaan, pelaporan dan manajemen situasi risiko, jumlah proposal perbaikan masalah kesehatan dan keselamatan, dll.). Sertifikasi ISO 45001 dianjurkan.

Pemasok menerapkan proses berkala untuk mengawasi daftar zat yang menjadi perhatian berdasarkan regulasi REACH atau Peraturan Perundang-undangan lain yang berlaku serta secara aktif mengidentifikasi dan memvalidasi alternatif pengganti zat tersebut.

+ FOKUS

BAHAN KIMIA DAN ZAT YANG
DILARANG:

BAHAN KIMIA DAN ZAT YANG DILARANG

Di seluruh dunia, Grup Michelin menerapkan kehati-hatian yang tinggi sehubungan dengan zat kimia dan keamanan bahan yang digunakan di lokasinya atau yang dapat dicampurkan ke dalam produk yang dapat dijual oleh Grup Michelin. Baik dalam campuran, objek, maupun barang, Produk (termasuk kemasannya) yang dikirimkan kepada Pembeli tidak boleh mengandung zat yang dilarang, baik yang dilarang menurut Peraturan Perundang-undangan yang Berlaku maupun spesifikasi yang diberikan oleh Pembeli. Tanpa membatasi ketentuan sebelumnya, penggunaan asbestos atau Produk yang mengandung asbestos dalam barang, layanan, atau bahan lain yang dikirimkan kepada atau yang memasuki lokasi Michelin dilarang secara tegas. Selain itu, Pemasok harus mematuhi persyaratan regulasi REACH UE sebagaimana dibahas dalam Bagian 2.3 Prinsip ini.

2 – PRINSIP DASAR

2.2 – Menghormati orang lain

2.2.2 – Kesehatan dan Keselamatan Individu

Kualitas dan tingkat praktik kesehatan dan keselamatan merupakan kriteria penting dalam memilih pemasok.

2.2 – Menghormati orang lain

2.2.3 – Komunitas

Grup Michelin ingin membaur tanpa kendala dengan masyarakat dan komunitas lokal di sekitar tempat operasinya di berbagai negara di seluruh dunia. Oleh karena itu, Pembeli bertujuan untuk menggunakan sumber yang berasal tidak hanya dari Pemasok internasional tetapi juga dari Pemasok lokal dan Pemasok inklusif (misalnya Pemasok di sektor kerja yang dilindungi dan disesuaikan, Pemasok yang mendukung program kembali bekerja, Pemasok yang termasuk minoritas, dll.) yang memenuhi standar tinggi Grup Michelin.

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

Semua Pemasok harus berpartisipasi dalam mendorong perkembangan ekonomi dan sosial masyarakat yang berada di sekitar atau di tempat Pemasok beroperasi.

2 – PRINSIP DASAR

2.3 – Melindungi lingkungan

Grup Michelin menekankan pentingnya perlindungan lingkungan. Pemasok juga harus mempertimbangkan perlindungan lingkungan dalam operasinya.

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

Atas permintaan Pembeli, Pemasok harus mematuhi norma dan standar Grup Michelin untuk lokasi atau proyek tertentu, termasuk jika hal tersebut melampaui ketentuan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku. Pemasok harus menyediakan kepada Pembeli, jika diminta, informasi yang dapat diminta untuk menentukan tanggung jawab lingkungan dan sosial atau dampak CSR/ESG lainnya dari Produk dan/atau Layanan yang diberikan oleh Pemasok kepada Pembeli atau untuk memenuhi ekspektasi dan permintaan lembaga pemerintah atau regulasi atau pemangku kepentingan Pembeli lainnya, termasuk pelanggan, investor, asosiasi, dll. Informasi tersebut dapat mencakup, tetapi tidak terbatas pada, emisi CO₂, penggunaan produk fitosanitasi, sertifikasi, keterlacakan komponen, dll., yang dapat diungkapkan untuk tujuan permintaan tersebut dan kepatuhan terhadap ketentuan hukum. Pemasok juga setuju untuk memberikan lembar data keselamatan bahan dalam kondisi apa pun, jika ada, dan mengungkapkan bahan produk apa pun yang diminta oleh Pembeli. Setiap perubahan penting terkait komposisi Produk akan disampaikan melalui pemberitahuan sebelumnya kepada Pembeli dan harus dilakukan atas persetujuan Pembeli.

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

Pembeli mengharapkan Pemasok untuk:

- Menerapkan sistem manajemen lingkungan untuk mengukur dan mengurangi dampak potensial dari aktivitasnya terhadap lingkungan;
- Mengurangi dan mengelola limbah, zat beracun/berbahaya, dan pengemasan selama siklus hidup Produknya;
- Mengukur, memublikasikan, dan mengurangi emisi gas rumah kaca, termasuk selama tahap transportasi dan rantai pasokan hulu;
- Melestarikan air, melestarikan sumber daya alam, melindungi ekosistem dan kualitas udara, serta berupaya mempertahankan keanekaragaman hayati;
- Mengembangkan Produk dan/atau Layanan berkualitas tinggi dengan dampak lingkungan yang rendah;
- Bekerja sama dengan Grup Michelin dalam kerangka analisis siklus hidup yang dilakukan oleh Pembeli.

2 – PRINSIP DASAR

2.3 – Melindungi lingkungan

Grup Michelin menekankan pentingnya perlindungan lingkungan. Pemasok juga harus mempertimbangkan perlindungan lingkungan dalam operasinya.

+ FOKUS
SIKLUS HIDUP DAN EKONOMI
SIRKULAR



SIKLUS HIDUP DAN EKONOMI SIRKULAR

Saat ini, ketersediaan bahan mentah di dunia menjadi makin langka dan perang melawan perubahan iklim terus berlangsung. Dampak terhadap sumber daya alam (energi, bahan, air, dll.) dapat diminimalisasi selama siklus hidup Produk dan Layanan dengan menerapkan pendekatan ekonomi sirkular.

Michelin menerapkan pendekatan dengan mengaktifkan empat tuas secara bersamaan sepanjang siklus hidup Produk dan Layanan sehingga memberikan kombinasi solusi untuk memastikan bahwa sumber daya digunakan dengan lebih bijak.

Berikut adalah strategi 4R yang diterapkan Grup Michelin:

Reduce (Mengurangi) - Perbaikan dan rekondisi, dan untuk ban, diterapkan jika penggunaannya sesuai, regrooving (pembuatan ulang alur ban) dan vulkanisasi, misalnya untuk mengurangi penggunaan bahan baku.

Reuse (Menggunkan Kembali) - Perbaikan dan rekondisi, dan untuk ban, regrooving (pembuatan ulang alur ban) dan vulkanisasi, misalnya untuk mengurangi penggunaan bahan baku.

Recycle (Mendaur Ulang) - Proyek pemulihan dan regenerasi, penggunaan bahan hasil daur ulang.

Renew (Memperbarui) - Peningkatan proporsi penggunaan bahan terbarukan.

+ FOKUS
REGULASI REACH UE

Grup Michelin telah menerapkan persyaratan regulasi REACH sebagai kebijakan Grup. Oleh karena itu, semua Pemasok harus mematuhi persyaratan regulasi tersebut di mana pun lokasi pengiriman Produk berada. Jika Produk merupakan «barang» sebagaimana didefinisikan oleh Regulasi REACH, Pemasok berjanji akan menginformasikan kepada Pembeli seandainya Produk atau kemasannya mengandung Substance of Very High Concern (SVHC/Zat dengan Perhatian Sangat Tinggi) dalam konsentrasi lebih dari 0,1% berdasarkan bobot per komponen segera setelah SVHC tersebut dicantumkan ke dalam Daftar Kandidat SVHC untuk Otorisasi. Untuk Produk relevan yang akan dikirim ke pasar UE, Pemasok harus memberikan Sertifikat SVHC kepada Pembeli.

+ FOKUS
REGULASI DEFORESTASI («EUDR»)

Selain mematuhi Kebijakan Sustainable Natural Rubber (Karet Alam yang Berkelanjutan) yang terdapat dalam dokumen ini, Pemasok harus mematuhi secara lebih umum Regulasi Deforestasi Uni Eropa («EUDR») terkait semua produk yang disediakan di atau diekspor dari pasar Uni Eropa («UE») oleh Pemasok, atau yang dapat digabungkan dengan produk Pembeli di pasar tersebut. Pemasok terkait dengan demikian berjanji untuk memberikan, jika diminta oleh Pembeli, semua informasi yang membantu Pembeli untuk melakukan uji tuntas, termasuk tetapi tidak terbatas pada:

- nama dan detail kontak Pemasok serta orang-orang yang memasok barang kepada Pemasok;
- negara tempat produk diproduksi;
- geolokasi area tempat komponen produk dikembangkan;
- tanggal atau periode produksi komponen atau produk itu sendiri;
- dokumen yang menyatakan hak untuk menggunakan area terkait (dengan mempertimbangkan keberadaan masyarakat adat serta pertemuan dengan masyarakat adat dan potensi klaim);
- dokumen yang menyatakan bahwa produksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan di negara tempat produksi (misalnya dokumen pajak, dokumen resmi yang diterbitkan otoritas publik, perjanjian kontrak, putusan pengadilan, analisis dampak, hasil audit, dll.);
- sertifikat yang menyatakan bahwa produk yang dijual «tidak terkait dengan deforestasi»;
- sertifikat yang menyatakan bahwa produk telah diproduksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan terkait di negara tempat produksi serta perjanjian apa pun yang memberikan hak untuk menggunakan area terkait.

Pemasok setuju untuk mengungkapkan informasi tersebut untuk tujuan membantu Pembeli mematuhi EUDR atau persyaratan hukum lainnya. Jika Pemasok tidak memberikan informasi yang diminta, atau memberikan informasi yang tidak lengkap atau tidak akurat, Pembeli berhak melakukan semua tindakan untuk melindungi hak dan kepentingannya. Pembeli berhak mengajukan klaim ganti rugi atas kerugian apa pun yang diderita akibat hal tersebut dan berhak mengakhiri kontrak pembelian akibat pelanggaran yang dilakukan oleh Pemasok.

ETIKA BISNIS

- 3.1 Itikad baik
- 3.2 Persaingan dan tindakan yang adil
- 3.3 Pembatasan perdagangan
- 3.4 Anti korupsi dan pengaruh perdagangan
- 3.5 Konflik kepentingan
- 3.6 Penipuan dan Etika Keuangan
- 3.7 Hadiah dan undangan
- 3.8 Kerahasiaan
- 3.9 Perlindungan kekayaan intelektual
- 3.10 Data Pribadi
- 3.11 Personel Pemasok
- 3.12 Kode etik
- 3.13 Saluran etik

Grup Michelin menekankan pentingnya kepatuhan terhadap Peraturan Perundang-undangan serta etika dan integritas saat menjalankan bisnis («Etika Bisnis»). Pemasok harus mematuhi prinsip-prinsip ini dan, khususnya, prinsip-prinsip berikut.

3 – ETIKA BISNIS

3.1 – Itikad baik

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

Setiap Pemasok harus menegosiasikan dan melaksanakan kontrak dengan itikad baik.

3.2 – Persaingan dan tindakan yang adil

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

Pemasok berjanji untuk memastikan persaingan yang bebas dan adil, serta untuk menerapkan praktik komersial yang adil terkait dengan pesaing dan pelanggannya. Jika terjadi praktik antipersaingan dari pihak Pemasok, Pembeli berhak mengambil tindakan yang diperlukan dan sesuai untuk mendapatkan kompensasi atas kerugian yang diderita. Selanjutnya, Pemasok berjanji untuk tidak terlibat dalam perilaku kasar jika terjadi posisi dominan atas Pembeli dan tidak menuntut imbalan yang tidak dapat dibenarkan yang menciptakan ketidakseimbangan yang signifikan dalam transaksi.

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

Pemasok telah menerapkan dan memelihara program kepatuhan anti-persaingan usaha.

3 – ETIKA BISNIS

3.3 – Pembatasan perdagangan

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

Pemasok harus memenuhi dokumen “Keputusan Grup Michelin: Pembatasan Perdagangan». Istilah Pembatasan Perdagangan mengacu pada Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku terkait dengan (i) sanksi perdagangan dan ekonomi (termasuk embargo dan daftar pihak yang dikenai sanksi) dan/atau (ii) kendali ekspor (barang militer atau peraturan barang penggunaan ganda) yang berlaku untuk setiap Produk dan/atau Layanan.

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

Pemasok telah menerapkan dan mengelola program kepatuhan Pembatasan Perdagangan.

3 – ETIKA BISNIS

3.4 – Anti korupsi dan pengaruh perdagangan

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

Pemasok harus menerapkan kebijakan «tiada toleransi» terkait korupsi dan pengaruh perdagangan. Secara khusus, Pemasok berjanji untuk menahan diri dari (1) dengan sengaja menawarkan, menjanjikan atau memberi, dan (2) mencoba dan bersekongkol untuk menawarkan, menjanjikan atau memberikan keuntungan yang tidak adil, baik berupa uang atau yang bersifat lain, secara langsung atau tidak langsung melalui perantara, kepada pejabat publik atau hubungan profesional apapun untuk pejabat publik atau swasta tersebut atau untuk pihak ketiga, sehingga pejabat tersebut bertindak atau menahan diri untuk tidak bertindak dalam menjalankan tugasnya, dengan maksud untuk memperoleh atau mempertahankan suatu aktivitas atau keuntungan lain yang tidak semestinya.

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

Pemasok telah menerapkan dan memelihara program kepatuhan antikorupsi yang sesuai dengan situasi khususnya dan mampu mendeteksi korupsi, penyuapan, dan pengaruh perdagangan.

3 – ETIKA BISNIS

3.5 – Konflik kepentingan

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

Pemasok harus menolak untuk berpartisipasi dalam praktik apa pun yang dapat dianggap sebagai konflik kepentingan. Pemasok harus menyatakan kepada Pembeli setiap situasi konflik kepentingan yang mungkin terjadi dengan Personel Michelin mana pun, dalam konteks transaksi yang direncanakan atau saat ini.

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

Pemasok telah menerapkan dan mempertahankan aturan khusus untuk mengidentifikasi dan mengelola konflik kepentingan.

3 – ETIKA BISNIS

3.6 – Penipuan dan Etika Keuangan

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

Pemasok harus menerapkan kebijakan «nol toleransi» terhadap upaya penipuan dan tindak penipuan, baik yang diduga terjadi maupun yang telah terbukti. Secara khusus, Pemasok berjanji untuk tidak (1) mendirikan, mengizinkan didirikannya, atau berpartisipasi dalam pendirian, baik dengan sengaja maupun atas kelalaiannya, organisasi atau skema apa pun yang memiliki tujuan, misi, atau dampak curang, dan (2) mencoba serta bersekongkol untuk melakukannya. Pemasok berjanji untuk memberi tahu Pembeli dengan cara apa pun yang sesuai, termasuk melalui Saluran Etika yang disediakan oleh Grup Michelin, tentang segala penipuan, kecurigaan akan terjadinya penipuan, atau percobaan penipuan yang diketahui Pemasok.

Pemasok harus memiliki catatan keuangan yang akurat dan lengkap terkait hubungan pembelian dan pemasokan. Pemasok juga berjanji akan memberikan laporan keuangan yang akurat dan lengkap serta menerapkan kebijakan dan prosedur untuk menghindari praktik tidak etis, seperti perdagangan orang dalam dan korupsi.

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

Pemasok telah menerapkan dan memelihara program anti penipuan (menangani penipuan internal dan eksternal) yang sesuai dengan situasi khususnya dan mampu mendeteksi, mencegah, dan menangani penipuan.

3 – ETIKA BISNIS

3.7 – Hadiah dan undangan

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

Sehubungan dengan hadiah dan undangan, Pemasok tidak boleh melakukan praktik apa pun yang tidak mematuhi Peraturan Perundang-undangan yang berlaku. Pemasok juga tidak boleh melakukan praktik apa pun yang ditujukan untuk secara langsung atau tidak langsung menguntungkan Personel Pembeli atau untuk mencoba memengaruhi penilaian Personel Pembeli atau untuk mendapatkan keuntungan yang tidak semestinya. Secara khusus, setiap hadiah atau undangan harus memenuhi daftar kriteria berikut: diizinkan berdasarkan Peraturan Perundang-undangan setempat yang berlaku, tidak diminta oleh penerima, tidak dimaksudkan untuk mendapatkan pertimbangan atau manfaat yang tidak semestinya, tidak dimaksudkan untuk memengaruhi keputusan, tidak bertepatan dengan pengambilan keputusan strategis; penerima manfaat saat ini atau pada masa mendatang tidak boleh menjalankan kebijaksanaannya dalam membuat keputusan yang memengaruhi kepentingan Pembeli; tidak diberikan secara berulang kali dalam lini bisnis tersebut, tidak menimbulkan rasa malu jika diungkapkan di perusahaan atau secara publik, bersifat sangat profesional dan dicantumkan ke dalam daftar.

Sebagai contoh:

Selama periode pendaftaran tender: Pemasok tidak boleh menawarkan kepada setiap kontak yang merupakan Personel Pembeli hadiah atau undangan yang dapat memengaruhi penilaian Personel Pembeli selama proses seleksi. Selama jangka waktu hubungan komersial: Pemasok dilarang mengundang kontak yang merupakan Personel Pembeli serta kerabatnya untuk makan di restoran mewah. Pemasok dilarang menawarkan kepada kontak yang merupakan Personel Pembeli hadiah dalam bentuk uang atau voucher.

Namun demikian, Pemasok diizinkan untuk memberikan hadiah perusahaan dengan nilai rendah yang wajar dan dengan logo Pemasok, atau iklan yang setara (contoh: ransel, tas olahraga, tas komputer).

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

Pembeli mengharapkan semua Pemasok memiliki kebijakan hadiah dan undangan yang menetapkan aturan yang berlaku untuk hadiah yang ditawarkan dan diterima.

3 – ETIKA BISNIS

3.8 – Kerahasiaan

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

Selain kewajiban hukum terkait perlindungan kerahasiaan bisnis, Pemasok harus mematuhi tidak hanya kerahasiaan informasi yang diberikan oleh Pembeli, termasuk selama undangan tender, tetapi juga kerahasiaan hasil dalam hal Produk dan/atau Layanan yang disediakan. Pemasok tidak boleh menggunakan informasi rahasia Pembeli untuk tujuan selain yang telah disepakati terkait dengan pasokan Produk dan/atau Layanan yang ketat kepada Pembeli.

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

Pemasok telah menerapkan dan memelihara program yang menetapkan langkah-langkah yang tepat untuk mencegah setiap pelanggaran terhadap kewajiban kerahasiaannya kepada pelanggannya, termasuk Pembeli.

3 – ETIKA BISNIS

3.9 – Perlindungan Kekayaan Intelektual (KI)

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

Selain kepatuhan terhadap Peraturan Perundang-undangan tentang Hak Kekayaan Intelektual secara umum:

- Pemasok tidak boleh melanggar (atau mencoba melanggar) hak kekayaan intelektual Pembeli.
- Pemasok tidak boleh dengan sengaja memberikan Produk atau Layanan apa pun yang melanggar hak kekayaan intelektual pihak ketiga mana pun kepada atau untuk Pembeli.
- Pemasok harus mengembangkan, menerapkan, dan memelihara metode dan prosedur yang efektif untuk melindungi diri dari pembuatan atau penggunaan bahan atau produk palsu serta untuk mengidentifikasi, melaporkan, dan memisahkan Produk palsu apabila/ketika teridentifikasi.
- Jika Pemasok digugat oleh pihak ketiga mana pun atas dugaan pelanggaran hak kekayaan intelektual tertentu yang dapat berdampak pada aktivitas Pembeli, Pemasok harus segera memberi tahu Pembeli agar Pembeli dapat membuat pengaturan yang diperlukan untuk mencegah dampak dari hal tersebut terhadap keberlangsungan operasinya, dan Pemasok akan bekerja sama dengan Pembeli.

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

Pembeli mengharapkan Pemasok memiliki proses yang menetapkan aturan yang berlaku untuk mengembangkan Produk dan/atau Layanan, termasuk secara khusus memverifikasi dan mematuhi kebijakan Kekayaan Intelektual pihak ketiga.

3 – ETIKA BISNIS

3.10 – Data Pribadi

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

Selain kepatuhan terhadap Peraturan Perundang-undangan terkait perlindungan data pribadi, Pemasok wajib, setidaknya, bertindak hanya berdasarkan instruksi Pembeli saat memproses data pribadi atas nama Pembeli, memproses data pribadi hanya untuk menyediakan layanan yang disepakati, menjamin, melalui langkah-langkah organisasi dan teknis, keamanan data yang dipercayakan kepadanya, memberikan deskripsi operasi yang dilakukan pada data pribadi (apa, mengapa, oleh siapa, dan di mana) secara transparan kepada Pembeli, membantu Pembeli dalam mematuhi kewajibannya, dan hanya menggunakan subkontraktor yang disetujui oleh Pembeli yang menawarkan jaminan yang sama seperti Pembeli terkait perlindungan data pribadi.

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

Pembeli berkomitmen untuk melindungi data pribadi dan, di samping Peraturan Perundang-undangan perlindungan privasi yang berlaku lainnya, mendorong kepatuhan terhadap prinsip General Data Protection Regulation (GDPR/Peraturan Perlindungan Data Umum) di luar cakupan geografis langsungnya. Oleh karena itu, Pembeli mengharapkan semua Pemasok melakukan hal yang sama.

3 – ETIKA BISNIS

3.11 – Personel Pemasok

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

Sebagai bagian dari kepatuhan terhadap Peraturan Perundang-Undangan terkait dengan mempekerjakan orang perseorangan, Pemasok harus mematuhi dokumen «Keputusan Michelin Group: Personel».

3.12 – Kode etik

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

Selain mematuhi Peraturan Perundang-Undangan dan poin-poin yang ditetapkan di atas, Pemasok diharapkan untuk menetapkan kode etiknya sendiri yang sesuai dengan situasi khususnya, mempromosikan budaya integritas, dan untuk menerapkan tindakan deteksi, pencegahan dan pemantauan, seperti komunikasi, pelatihan, pedoman etika, pengendalian internal, tindakandisipliner, dll.

3.13 – Saluran etik

Saluran Etika tersedia tidak hanya untuk Personel Grup Michelin, tetapi juga untuk Personel Pemasok. Saluran ini dapat digunakan untuk melaporkan potensi pelanggaran terhadap Peraturan Perundang-undangan yang berlaku dan/atau Kode Etik dan Kode Perilaku Antikorupsi Grup Michelin. Siapa pun dapat mengirimkan laporan, secara anonim jika diinginkan.

Laporan dapat dikirimkan [secara online di sini](#).

(Laporan juga dapat disampaikan melalui telepon. Silakan klik tautan di atas untuk instruksi tentang cara menghubungi nomor yang tepat sesuai dengan negara Anda.)

Harap pelajari juga Prosedur Pelaporan Pelanggaran Grup, yang tersedia untuk semua karyawan dan mitra eksternal. Prosedur tersebut berisi penjelasan mengenai cara Grup Michelin mengumpulkan dan memproses peringatan terkait etika. Prosedur ini dapat diakses melalui situs web www.michelin.com di halaman web berikut: Kami beroperasi sesuai dengan tujuan dan nilai-nilai kami | Michelin



UNTUK INFORMASI LEBIH LANJUT:
TEKS RUJUKAN: MICHELIN CODE OF ETHICS
ANTI-CORRUPTION CODE OF CONDUCT



BEKERJA SAMA

4.1 Sebelum memilih pemasok

4.2 Kualitas dan Keamanan

4.2.1 Kebijakan Kualitas

4.2.2 Keamanan Informasi

4.3 Bergerak ke depan bersama – secara berlanjut

4.3.1 Penilaian CSR Pemasok

4.3.2 Mengelola Hubungan Pemasok

4.4 Mediasi

4 – BEKERJA SAMA

4.1 – Sebelum memilih pemasok

Grup Michelin menerapkan proses terstruktur untuk menilai potensi dan kemampuan Pemasok dalam memenuhi kebutuhan Pembeli, khususnya terkait persyaratan komersial, teknis, kualitas, kuantitas, waktu tunggu, dan pengembangan berkelanjutan.

Untuk menjadi kandidat, Pemasok harus setuju untuk:

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

Menjawab dan memenuhi ketentuan kuesioner penilaian awal yang dikirimkan kepada Pemasok;

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

Mematuhi Prinsip Pembelian Michelin ini, termasuk Persyaratan yang disampaikan dan dokumen yang disebutkan atau dikutip dalam dokumen ini;

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

Menyampaikan pemberitahuan sebelumnya kepada Pembeli jika ada perubahan pada proses manufaktur, sistem kualitas, subkontrak, struktur, dll. yang dapat berdampak pada Pembeli dan, khususnya, berdampak pada kinerja Produk dan/atau Layanan yang diberikan oleh Pemasok;

Jika Pemasok memasok Bahan Baku

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

Besertifikat ISO 9001

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

Sertifikasi ISO 14001, ISO 9001, dan IATF 16949 dapat memberikan keuntungan bagi setiap Pemasok.

Sebagai contoh, fase ini biasanya melibatkan:

- penilaian awal melalui kuesioner yang memungkinkan Pembeli menilai situasi ekonomi dan keuangan Pemasok, pendekatannya terhadap kualitas, kapasitas industrinya, dan kemampuannya untuk memenuhi spesifikasi kami, serta komitmen dan pendekatannya terhadap pembangunan berkelanjutan;
- kunjungan atau audit terhadap satu atau beberapa lokasi Pemasok;
- uji coba di lokasi Grup Michelin;
- dll.

4 – BEKERJA SAMA

4.2 – Kualitas dan Keamanan

4.2.1 – Kebijakan Kualitas

**KOMITMEN KAMI UNTUK
«MENINGKATKAN MOBILITAS ORANG DAN BARANG
SANGAT MENUNTUT KAMI DALAM HAL MENJAGA KUALITAS
DAN KEAMANAN».**



Agar Pembeli dapat menjaga kualitas Produk dan/atau Layanannya, Produk dan/atau Layanan yang dibeli oleh Pembeli harus memiliki kualitas tertinggi. Semua Pemasok harus memastikan bahwa Produk dan Layanan yang disediakan, dari mana pun asal atau tujuannya, mematuhi persyaratan yang disepakati dalam kontrak.

BERSAMA-SAMA, kita harus menerapkan cara yang diperlukan untuk mendapatkan dan menjamin kualitas ini sambil tetap berfokus pada pengendalian biaya.

PEMBELI dan PEMASOK harus bekerja sama untuk mewujudkan hal ini.

Proses **Jaminan Kualitas Pemasok** menjelaskan secara terperinci cara Grup Michelin menerapkan pedoman kebijakan kualitasnya dalam hubungannya dengan Pemasok dan mengelola kualitas dari Produk dan Layanan yang dibeli.

Penjelasan mengenai proses ini, yang harus dipatuhi oleh semua Pemasok, dapat dilihat dalam dokumen berikut yang tersedia di situs web Pembelian Michelin:

4 – BEKERJA SAMA

4.2 – Kualitas dan Keamanan

4.2.2 – Keamanan Informasi

Kami menjunjung tinggi kepatuhan terhadap Peraturan Perundang-undangan yang berlaku serta perlindungan sistem informasi dan data (termasuk data pihak ketiga yang mungkin perlu diproses). Persyaratan dan ekspektasi berikut berlaku untuk setiap Pemasok yang memberikan layanan berikut, baik sebagai layanan utama dan/atau layanan sekunder, kepada Pembeli: (1) memproses data menggunakan sistem teknologi informasi; pemrosesan dalam hal ini memiliki arti kata yang luas dan mencakup, tetapi tidak terbatas pada: akses, penciptaan, pengumpulan, pemerolehan, kompilasi, agregasi, pembuatan, ekstraksi, dan pengarsipan data dan/atau (2) mengembangkan, mengintegrasikan, menjalankan, dan/atau memelihara solusi teknologi informasi (atau digital atau yang setara).

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

Pemasok harus menerapkan dan memperbarui secara kontinu operasi perlindungan organisasi dan teknis yang canggih guna melawan berbagai ancaman yang berkembang dengan cepat serta kerentanan yang baru teridentifikasi. Pemasok harus segera memberi tahu Pembeli (i) setiap kali terjadi insiden keamanan informasi yang diketahuinya dan/atau (ii) sebelum melakukan perubahan apa pun pada lokasi data, aktivitas subkontrak, atau penerapan operasi perlindungan tersebut agar Pembeli dapat mengambil tindakan yang tepat. Pemasok harus menawarkan tindakan pemulihan dan/atau penghapusan data yang dapat diterima yang berlaku dalam keadaan apa pun setelah berakhirnya kontrak, baik karena telah habis masa berlakunya maupun karena diakhiri lebih awal. Pemasok juga harus mematuhi semua piagam pengguna dan kebijakan keamanan yang berlaku jika menggunakan sistem informasi Pembeli. Pembeli berhak menangguk atau menghentikan akses ke sistem informasinya untuk alasan keamanan atau akibat penyalahgunaan.

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

Pemasok juga diharapkan untuk: Membuat, memperbarui, dan memublikasikan kebijakan keamanan informasi. Mematuhi audit kebijakan keamanan informasinya dan/atau memublikasikan secara berkala hasil audit eksternal apa pun yang mungkin telah dilakukan.

Memberi izin kepada Pembeli untuk melakukan pemindaian kerentanan dan/atau tes penetrasi jika diminta, secara langsung ataupun tidak langsung, dan menginformasikan hasilnya kepada Pembeli. Berkomitmen untuk segera menangani insiden terkait ketersediaan layanan, kerentanan, atau keamanan. Menjamin bahwa dukungan dan informasi diberikan dengan tingkat yang sesuai untuk menangani insiden keamanan. Senantiasa memperbarui sertifikasi, misalnya ISO 27001, dan memberikan pemberitahuan tentang sertifikasi tersebut serta sertifikasi baru.

4 – BEKERJA SAMA

4.3 – Bergerak ke depan bersama – secara berlanjut

Dalam operasi sehari-hari, kami memilih bekerja sama dengan Pemasok yang memenuhi persyaratan kualitas, keandalan, dan biaya yang kami tentukan dan yang berkomitmen untuk mendorong peningkatan berkelanjutan dengan tetap menghormati orang lain dan melindungi lingkungan.

4.3.1 – Penilaian CSR Pemasok

Grup Michelin dengan ketat memantau dan mengelola keseluruhan kinerjanya terkait dengan pembelian yang bertanggung jawab dan menerbitkan indikator CSR yang dihasilkan.

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

Pemasok harus melaksanakan penilaian CSR yang disyaratkan dan menerapkan rencana tindakan korektif yang diperlukan. Selain itu, Pemasok memberi wewenang kepada Pembeli, atau penyedia layanan yang ditunjuk oleh Pembeli, untuk melakukan audit di tempat.

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

Pemasok didorong untuk menetapkan tujuan yang dapat diukur untuk dirinya sendiri terkait dengan kinerja CSR-nya dan untuk menyusun rencana perbaikan di bidang ini.

+ FOKUS EVALUASI PEMASOK

EVALUASI PEMASOK

Pendekatan kami: Sejak 2012, kami telah menilai kinerja CSR sejumlah Pemasok utama. Selain audit kualitas, kami mengukur tingkat kematangan CSR Pemasok tersebut dengan bantuan perusahaan pemeringkat. Penilaian ini dilakukan melalui pengisian kuesioner online oleh Pemasok.

Analisis kekuatan dan kelemahan dalam aspek lingkungan, sosial dan etika, termasuk tetapi tidak terbatas pada Prinsip Kehati-hatian dan kepatuhan terhadap ketentuan antikorupsi dan antiperdagangan pengaruh, jika diperlukan dapat membantu penyusunan rencana tindakan atau pelaksanaan audit yang lebih efektif di lokasi, tergantung tingkat kekritisannya analisis tersebut.

4 – BEKERJA SAMA

4.3 – Bergerak ke depan bersama – secara berlanjut

4.3.2 – Mengelola Hubungan Pemasok

**KAMI BERKOMITMEN UNTUK MENERAPKAN
PENDEKATAN SUPPLIER RELATIONSHIP
MANAGEMENT (SRM/MANAJEMEN HUBUNGAN
PEMASOK) DENGAN PEMASOK KAMI.**



Berdasarkan kolaborasi aktif, transparan, dan berkualitas tinggi, tujuannya di sini adalah untuk bekerja sama membangun hubungan yang kompetitif dan bertanggung jawab yang menciptakan nilai bagi semua pihak terkait.

Untuk mencapai hal ini, Pemasok dibagi menjadi 4 kategori untuk mengelola hubungan ini seefisien mungkin.

Kategori 1: Membangun hubungan strategis yang nyata berdasarkan inovasi dan/atau proyek kemitraan.

Kategori 2: Mengembangkan hubungan bisnis untuk keunggulan kompetitif yang menguntungkan kedua belah pihak.

Kategori 3: Mengoptimalkan hubungan saat ini berdasarkan peningkatan berkelanjutan.

Kategori 4: Menerapkan hubungan komersial sejalan dengan komitmen yang disepakati.

4 – BEKERJA SAMA

4.4 – Mediasi



Jika Pemasok tidak mendapatkan tanggapan yang memuaskan dari Pembeli setelah diskusi awal, Pemasok dapat meminta bantuan mediator hubungan pemasok-pelanggan untuk menyelesaikan masalah dengan cepat dalam proses kerja sama.

Mediator dapat dilibatkan hanya jika pemasok telah mencoba menyelesaikan masalah melalui kontak regulernya di perusahaan kontrak bersama Pembeli, misalnya agen pembelian yang bertanggung jawab atas penawaran, pusat pembayaran, atau manajer kontrak. Mediator tidak akan mempertimbangkan permintaan yang tidak mematuhi prinsip ini. Untuk melanjutkan ke proses mediasi, harus mengirimkan dokumen mediasinya melalui bagian «Pemasok» di situs web Pembelian.

Jika mediasi dengan bantuan mediator internal tidak memberikan solusi, para pihak sepakat untuk menggunakan layanan mediator eksternal konvensional.

PENERAPAN PRINSIP-PRINSIP DASAR KARET ALAM



KETENTUAN SPESIFIK UNTUK PEMASOK KARET ALAM:

Karet alam memberikan dampak lingkungan dan sosial yang besar. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang spesifik. Para pemangku kepentingan, terutama LSM yang berfokus pada perlindungan lingkungan dan hak asasi manusia, telah menyusun kebijakan karet alam berkelanjutan yang diberi nama Kebijakan Sustainable Natural Rubber (SNR). Kebijakan yang juga dilampirkan dalam dokumen ini merupakan ketentuan kontraktual bagi semua Pemasok produk atau komponen berbahan karet alam dan karet, termasuk tetapi tidak terbatas pada pemasok ban bekas layak pakai (offtake tire).

KESIMPULAN

Kepatuhan terhadap Prinsip Pembelian Michelin merupakan dasar dari hubungan kepercayaan yang penting antara perusahaan Grup Michelin mana pun dan setiap Pemasoknya di seluruh dunia. Hubungan ini, yang didukung oleh pendekatan SRM Grup, dapat diibaratkan seperti mesin yang menciptakan manfaat bagi entitas Grup Michelin dan Pemasoknya.

CATATAN: Prinsip Pembelian Michelin, per tanggal publikasi, diperbarui secara rutin dan tersedia secara online dalam 19 bahasa di sini:

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

DEFINISI

Sebagai tambahan atas definisi lain yang diberikan dalam Prinsip Pembelian Michelin ini, kata-kata yang diawali dengan huruf kapital berikut memiliki definisi sebagaimana dijelaskan di bawah ini:

Pengendalian bersama (dan turunannya):

Dua entitas hukum dikatakan berada di bawah pengendalian bersama jika satu entitas hukum tunggal mengendalikan keduanya.

Misalnya. atau mis

Singkatan dari «misalnya»; di mana «mis,» «misalnya» atau istilah yang bersifat menerangkan serupa lainnya digunakan, informasi yang diungkapkan setelahnya diberikan sebagai contoh dan sama sekali bukan daftar yang membatasi.

Kendali (dan turunannya)

suatu badan hukum dianggap mengendalikan orang lain baik langsung maupun tidak langsung:

- menentukan keputusan yang dibuat dalam Rapat Umum entitas ini (karena kepemilikan modal atau hak suara yang dimilikinya), atau
- memiliki kekuasaan untuk menunjuk atau memberhentikan sebagian besar tim kepemimpinan entitas tersebut.

Grup atau Grup Michelin

Semua badan hukum yang dikendalikan oleh Compagnie Générale des Etablissements Michelin.

CSR

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan (Corporate Social Responsibility).

Peraturan Perundang-Undangan

Setiap aturan yang harus dipatuhi oleh seseorang, baik dalam bentuk undang-undang, ketentuan hukum, peraturan atau regulasi lainnya, standar, kebiasaan, perjanjian internasional, dan Prinsip Internasional Utama yang telah dipatuhi oleh Pembeli (sebagaimana ditentukan dalam dokumen ini).

Prinsip Kehati-Hatian (Duty of Care)

Kewajiban, sebagaimana didefinisikan oleh Peraturan Perundang-Undangan, yang berlaku untuk perusahaan induk tertentu dan perusahaan prinsipal/subkontrak mengenai kewajiban kehati-hatian untuk menjaga hak asasi manusia & kebebasan fundamental, kesehatan dan keselamatan, serta lingkungan, sebagai akibat dari (i) aktivitas perusahaan itu sendiri, aktivitas perusahaan yang mereka Kendali, dan/atau (ii) aktivitas sub-kontraktor dan pemasok yang menjalin hubungan komersial dengan mereka.

Personel Pembeli

Setiap orang yang bekerja untuk Pembeli, termasuk, tetapi tidak terbatas pada, karyawan penuh waktu atau paruh waktu, karyawan sementara, karyawan dalam pelatihan, manajer, administrator, pejabat perusahaan, atau pihak ketiga yang menurut kontrak bertindak atas nama Pembeli, baik berdasarkan perjanjian mandat, penugasan, atau lainnya.

DEFINISI

Sebagai tambahan atas definisi lain yang diberikan dalam Prinsip Pembelian Michelin ini, kata-kata yang diawali dengan huruf kapital berikut memiliki definisi sebagaimana dijelaskan di bawah ini:

Produk

Semua atau sebagian dari aset berwujud: peralatan, komponen, bahan, termasuk bahan mentah apa pun.

Layanan

Semua atau sebagian dari layanan fisik dan/atau intelektual dan/atau aset tidak berwujud.

Pemasok

Setiap badan hukum yang menyediakan Produk dan/atau menyediakan Layanan apa pun kepada Pembeli atau yang bermaksud untuk melakukannya, termasuk, kecuali jika disebutkan secara tegas dalam Prinsip Pembelian Michelin, semua Rantai Pasokannya dan Personel Pemasok yang terlibat dalam Produk dan/atau Layanan tersebut.

Personel Pemasok

Setiap orang yang bekerja untuk Pemasok, baik berdasarkan kontrak kerja, kontrak layanan atau lainnya, termasuk, namun tidak terbatas pada, karyawan penuh atau paruh waktu, karyawan sementara, peserta pelatihan, ko-kontraktor, konsultan, agen, manajer, administrator atau pejabat perusahaan.

Rantai Pasokan

Sekumpulan badan hukum yang mencakup pemasok dan/atau subkontraktor internal atau eksternal dari badan hukum atau organisasi Pengendalinya sendiri dan pemasok atau subkontraktor dari badan tersebut, dan yang terlibat dalam aktivitas memasok semua atau sebagian Produk dan/atau Layanan kepada Pembeli.



MICHELIN - PURCHASING GROUP DEPARTMENT

23, place des Carmes-Déchaux — 63040 Clermont-Ferrand Cedex 9 — France - www.michelin.com -
Desain dan Produksi: All Contents - 24110303 - Penulis: Michelin - Rahasia: / - Dipublikasikan: 06/2025 - Retensi: WA+3
Kami tidak bertanggung jawab atas isi salinan versi cetak dari dokumen ini.