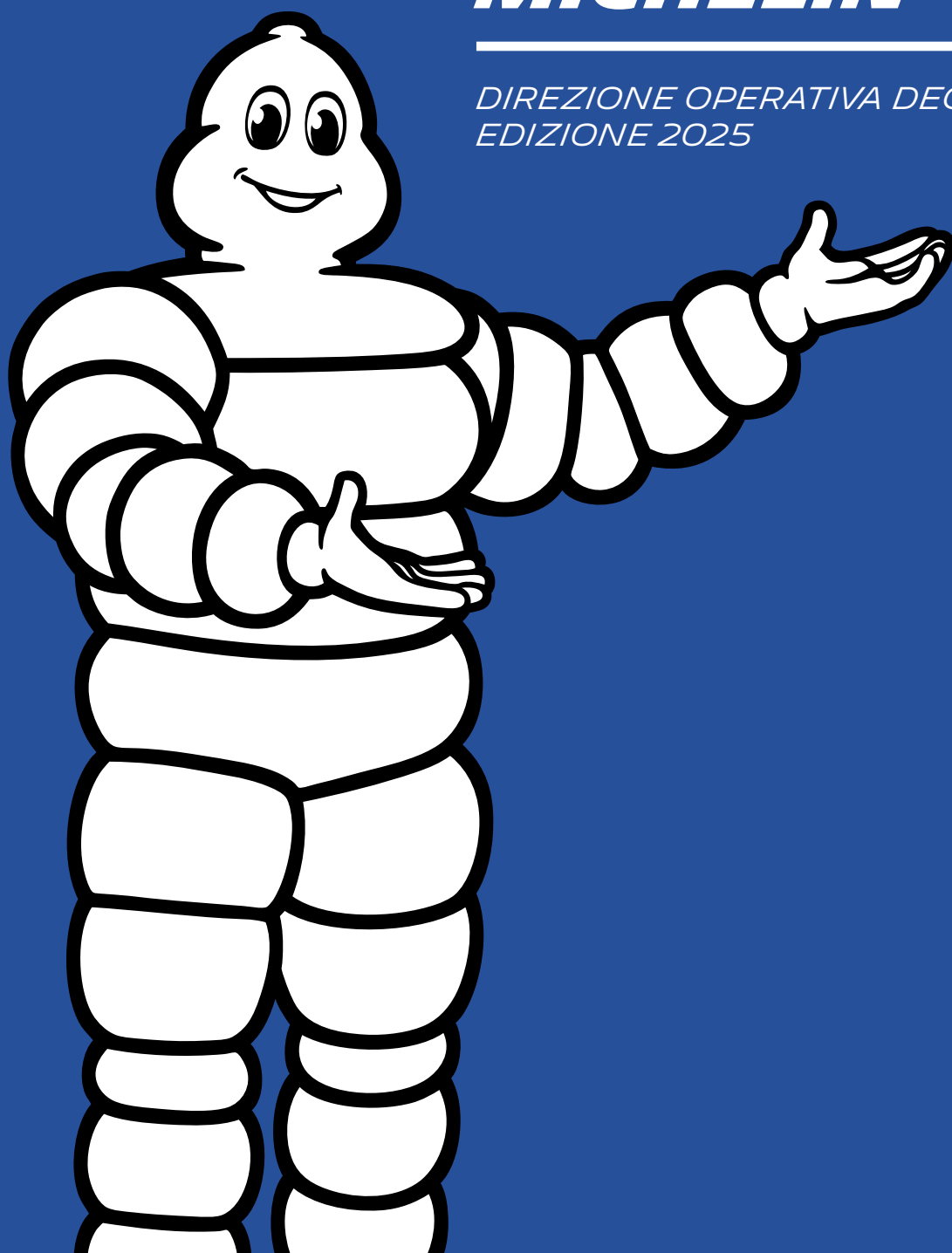


PRINCIPI DEGLI ACQUISTI MICHELIN

*DIREZIONE OPERATIVA DEGLI ACQUISTI
EDIZIONE 2025*



PRINCIPI DEGLI ACQUISTI MICHELIN

SOMMARIO

INTRODUZIONE

1

AMBITO, DEFINIZIONI E PRINCIPI DI APPLICAZIONE

1.1 Ambito

1.2 Principi obbligatori e principi auspicabili

3

ETICA AZIENDALE

3.1 Buona fede

3.2 Concorrenza e condotta leale

3.3 Restrizioni commerciali

3.4 Corruzione e traffico d'influenza

3.5 Conflitto di interessi

3.6 Frode e Finanza etica

3.7 Omaggi e inviti

3.8 Riservatezza

3.9 Protezione della proprietà intellettuale

3.10 Dati personali

3.11 Personale dei fornitori

3.12 Codice di condotta

3.13 Linea dedicata all'etica

2

PRINCIPI FONDAMENTALI

2.1 Conformità a Leggi, Normative
e Principi internazionali

2.2 Rispetto delle persone

2.2.1 Diritti umani (ivi comprese le condizioni di lavoro)

2.2.2 Salute e sicurezza delle persone

2.2.3 Comunità

2.3 Protezione dell'ambiente

4

COLLABORAZIONE

4.1 Fase preliminare alla selezione dei fornitori

4.2 Qualità e Sicurezza

4.2.1 Politica della Qualità

4.2.2 Sicurezza delle informazioni

4.3 Procedere insieme in modo sostenibile

4.3.1 Valutazione della CSR dei fornitori

4.3.2 Gestione delle relazioni con i fornitori

4.4 Mediazione

**APPLICAZIONE DEI PRINCIPI FONDAMENTALI
PER LA GOMMA NATURALE**

CONCLUSIONE

DEFINIZIONI



FLORENT MENEGAUX
CHIEF EXECUTIVE OFFICER

LE CONVINZIONI DEL GRUPPO MICHELIN PER UN FUTURO SOSTENIBILE



YVES CHAPOT
GENERAL MANAGER
E CHIEF FINANCIAL OFFICER

FIN DAI TEMPI DELLA SUA FONDAZIONE, IL GRUPPO MICHELIN SOSTIENE DA SEMPRE LA LIBERA CIRCOLAZIONE COME DIRITTO FONDAMENTALE E FONTE DI PROGRESSO UMANO.

CONSAPEVOLE DELL'IMPATTO AMBIENTALE DELLE PROPRIE ATTIVITÀ E DELLA CRISI CHE IL PIANETA STA AFFRONTANDO, IL GRUPPO VUOLE ESSERE PROTAGONISTA DELLO SVILUPPO SOSTENIBILE.

MICHELIN SI MOBILITA TRAENDO ISPIRAZIONE DALLA PROPRIA STORIA, DAI PROPRI VALORI E DALLA PROPRIA COMPETENZA E RINNOVANDO LA FIDUCIA NELLE SUE SOLIDE CONVINZIONI:

- IL GRUPPO VUOLE CONTRIBUIRE A FORGIARE IL FUTURO DEL MONDO ATTRAVERSO UNA CRESCITA EQUILIBRATA DELLE PROPRIE ATTIVITÀ, CONCILIANDO PRESTAZIONI AZIENDALI, SVILUPPO DELLE PERSONE E TUTELA DELL'AMBIENTE.
- MICHELIN CREDE CHE IL PROGRESSO TECNOLOGICO SIA UNA DELLE SOLUZIONI ALLE SFIDE AMBIENTALI.
- MICHELIN CREDE CHE LE AZIENDE DEBBANO SVOLGERE UN RUOLO NELLA SOCIETÀ PER FORNIRE UNA RISPOSTA COLLETTIVA ALLE SFIDE ATTUALI.
- MICHELIN CREDE FERMAMENTE NELLA CAPACITÀ DELLE PERSONE DI COSTRUIRE UN FUTURO SOSTENIBILE.

***AMBITO, DEFINIZIONI
E PRINCIPI
DI APPLICAZIONE*****1.1 Ambito****1.2 Principi obbligatori e principi auspicabili**

1 – AMBITO, DEFINIZIONI E PRINCIPI DI APPLICAZIONE

1.1 – Ambito

I Principi applicabili agli acquisti di Michelin sono parte integrante di ogni contratto stipulato con i Fornitori da qualunque società del Gruppo Michelin che acquisti merci o servizi, denominata “Acquirente” nel presente documento.

1.2 – Principi obbligatori e principi auspicabili

I principi d’acquisto Michelin hanno due livelli essenziali: il necessario e l’atteso.

UN PRINCIPIO OBBLIGATORIO

è un principio che il Fornitore è tenuto a rispettare. Egli deve inoltre garantire che principi uguali o simili siano applicati nella sua intera Catena di approvvigionamento.

Su richiesta dell’Acquirente, i Fornitori sono tenuti a riferire, in maniera trasparente, i livelli di conformità raggiunti e, quando richiesto, a fornire le certificazioni applicabili o altri documenti attestanti tale conformità. L’eventuale mancato rispetto di tutti o di parte dei Principi obbligatori rappresenterà un’inadempienza contrattuale e l’Acquirente potrà esercitare tutti i diritti e rimedi ad essa connessi, ivi compresa la risoluzione, per intero o in parte, del rapporto commerciale con il Fornitore.

UN PRINCIPIO AUSPICABILE

è un principio promosso, incoraggiato e auspicato da Michelin, che delinea in modo trasparente la visione della società e permette a tutti i Fornitori di migliorare, in linea con le aspettative di Michelin, attraverso un processo di miglioramento continuo. La valutazione della conformità di un Fornitore con i Principi auspicabili deve tenere conto delle dimensioni del Fornitore, del livello di complessità che implica l’attuazione del criterio e del livello di rischio generato dalla potenziale o effettiva non conformità al principio in questione.

Il Gruppo Michelin considera di massima importanza il rispetto di principi fondamentali, nella fattispecie:

- Leggi e Normative applicabili all'Acquirente e/o a tutti o parte dei suoi Prodotti, Servizi e/o delle proprie operazioni commerciali;
- Rispetto delle persone sotto qualsiasi punto di vista; e
- Protezione dell'ambiente.

Ci aspettiamo che ognuno dei nostri Fornitori dia il proprio pieno contributo ai fini del rispetto da parte dell'Acquirente di tali principi fondamentali, nell'ambito che gli compete.

PRINCIPI FONDAMENTALI

2.1 Conformità a Leggi, Normative e Principi internazionali

2.2 Rispetto delle persone

2.2.1 Diritti umani (ivi comprese le condizioni di lavoro)

2.2.2 Salute e sicurezza delle persone

2.2.3 Comunità

2.3 Protezione dell'ambiente

2 – PRINCIPI FONDAMENTALI

2.1 – Conformità a Leggi, Normative e Principi internazionali

L'impegno di Michelin verso i principali principi internazionali

In qualità di membro del Global Compact delle Nazioni Unite dal 2010, Michelin si impegna a rispettare e promuovere pienamente i diritti umani in tutte le attività di Michelin e in tutti i paesi in cui opera. Inoltre, Michelin si impegna a rispettare i seguenti testi internazionali: la Dichiarazione Universale dei Diritti Umani, le Convenzioni Fondamentali dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (OIL), le Linee Guida per le Imprese Multinazionali dell'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OCSE) sui diritti umani, la protezione dell'ambiente e la lotta alla corruzione e le Linee Guida delle Nazioni Unite su imprese e diritti umani.

L'impegno del Gruppo Michelin ad agire in modo responsabile ed etico nei confronti dei dipendenti, dei partner e delle comunità locali deve essere compreso e rispettato da tutti.

PRINCIPIO OBBLIGATORIO:

Il Fornitore si impegna a rispettare e a garantire che i suoi Prodotti e/o Servizi siano conformi alle Leggi e alle Normative in vigore nel paese o nei paesi in cui opera e in tutti i paesi in cui i Prodotti e/o Servizi sono o saranno importati, consegnati, distribuiti e/o si prevede ragionevolmente saranno utilizzati («Leggi e Normative»)

Obbligatori per casi specifici:

Le nostre attività di acquisto si svolgono in numerosi paesi comportando dunque l'interazione con una grande varietà di culture, leggi e regimi politici:

- a - In alcuni casi è possibile che i Principi applicabili agli acquisti di Michelin non corrispondano esattamente alle Leggi e normative di un determinato paese. Se emergono contraddizioni tra le Leggi e normative applicabili e un Principio applicabile agli acquisti di Michelin, avrà la precedenza il requisito che risulta più stringente.
- b - Qualora esistano diverse Leggi e normative eventualmente applicabili a una stessa transazione, è necessario rispettare sempre tutte le Leggi e normative obbligatorie nell'ambito geografico in questione.

PRINCIPIO AUSPICABILE:

Il Fornitore deve promuovere i suddetti principi internazionali all'interno della propria catena di approvvigionamento ed è incoraggiato ad aderire al Global Compact delle Nazioni Unite.

2 – PRINCIPI FONDAMENTALI

2.2 – Rispetto delle persone

2.2.1 – Diritti umani (ivi comprese le condizioni di lavoro)

PRINCIPIO OBBLIGATORIO:

Il Fornitore deve rispettare come minimo i seguenti requisiti:

- Standard internazionali, compresa la Dichiarazione universale dei diritti umani, il Global Compact delle Nazioni Unite, le Linee guida OCSE e le Linee guida su imprese e diritti umani delle Nazioni Unite.
- Le disposizioni giuridiche e normative del diritto del lavoro in vigore nel paese (livello di remunerazione, orari di lavoro, libertà di associazione ecc.).
- La dignità dell'individuo garantendo condizioni di lavoro accettabili.
- Le Convenzioni fondamentali dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (OIL), in particolare in relazione al lavoro minorile, al lavoro forzato o obbligatorio, alla libertà di associazione e al diritto di contrattazione collettiva, alla discriminazione e alle molestie.
- Qualsiasi pratica di schiavitù, lavoro forzato o traffico di esseri umani è severamente vietata e il Fornitore dovrà rispettare i requisiti contenuti nei Focus Box allegati sul lavoro minorile, sul lavoro forzato e sui minerali provenienti da aree di conflitto.

PRINCIPIO AUSPICABILE:

Il Fornitore è incoraggiato ad andare oltre la rigida applicazione di Leggi e normative, in particolare per ciò che riguarda gli orari di lavoro, il diritto alle pause e la remunerazione.

+ FOCUS/NOTA Lavoro minorile

LAVORO MINORILE:

È vietato per le persone minori di 18 anni lavorare laddove la natura del lavoro sia pericolosa, mentre è vietato lavorare in generale alle persone minori di 15 anni. Sono ammesse eccezioni nella misura in cui siano in accordo alle Convenzioni OIL 138 e 182 e alle disposizioni di legge nazionali e internazionali applicabili, in particolare se il periodo di lavoro faccia parte di un apprendistato e nella misura in cui non sostituisca la scuola e non sia nocivo per lo sviluppo e la salute della persona interessata.

2 – PRINCIPI FONDAMENTALI

2.2 – Respect de l'humain

2.2.1 – Droits humains (dont les conditions de travail)

+ FOCUS/NOTA
Lavoro forzato:

LAVORO FORZATO:

I Fornitori non devono servirsi né tollerare il lavoro forzato, termine con il quale si fa riferimento a situazioni nelle quali le persone sono costrette al lavoro o agli straordinari sotto minaccia o intimidazione o attraverso mezzi più subdoli quali il debito accumulato, il trattenimento dei documenti di identità o la sottoscrizione di contratti contenenti termini incomprensibili per il dipendente.

I Fornitori devono adottare procedure di assunzione eque e, in particolare, devono astenersi dall'addebitare al dipendente o a un candidato costi diretti o indiretti per la propria assunzione.

+ FOCUS/NOTA
Minerali
provenienti da
aree di conflitto

MINERALI PROVENIENTI DA AREE DI CONFLITTO

L'Acquirente si pone l'obiettivo di acquistare Prodotti che non finanziano né sostengono, direttamente o indirettamente, gruppi armati in aree di conflitto. Tale principio si applica a diversi minerali o relativi derivati, come il tantalio, lo stagno, il tungsteno, l'oro e il cobalto.

L'Acquirente affronta il problema dei minerali provenienti da aree di conflitto tenendo conto della Guida OCSE alla due diligence per catene di approvvigionamento responsabili nel settore dei minerali da zone di conflitto o ad alto rischio e secondo quanto stabilito nel Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act degli Stati Uniti. Benché l'Acquirente non sia soggetto alla legislazione statunitense, alcuni dei nostri clienti sono tenuti a rispettare gli obblighi di trasparenza ivi prescritti.

L'Acquirente non è impegnato in attività estrattive, ma alcuni Prodotti della Catena di approvvigionamento potrebbero contenere minerali; per questo l'Acquirente si impegna a collaborare con i propri Fornitori per conseguire gli obiettivi dell'Acquirente. Dopo avere individuato i Prodotti che potrebbero contenere detti minerali e i corrispondenti Fornitori, l'Acquirente richiede a tali Fornitori di fornire informazioni sulle loro modalità di approvvigionamento, utilizzando i moduli e gli elenchi della Responsible Minerals Initiative (RMI).

È possibile che all'Acquirente venga richiesto di fornire ai propri clienti, dietro loro richiesta, un report in merito ai minerali provenienti da aree di conflitto. Ciascun Fornitore in questione si impegna da ora in avanti a rispettare i seguenti requisiti:

- Fornire, dietro richiesta dell'Acquirente o della piattaforma approvata dell'Acquirente (ad es. «Assenso»), i report richiesti utilizzando il modello CMRT (Conflict Minerals Reporting Template - Modello per i minerali provenienti da aree di conflitto) e/o CRT (Cobalt Reporting Template - Modello per il cobalto), secondo le ultime revisioni rese disponibili dalla RMI (Responsible Minerals Initiative- Iniziativa sui minerali responsabili) <https://www.responsiblemineralsinitiative.org/>;
- Avere in essere o attuare una politica e una procedura atta a garantire che il Fornitore (a) si rifornisca da una Catena di approvvigionamento socialmente responsabile (che lavori solo con fonderie e raffinerie di aree non interessate da conflitti armati); e (b) comunichi tali requisiti alla propria Catena di approvvigionamento.

2 – PRINCIPI FONDAMENTALI

2.2 – Rispetto delle persone

2.2.2 – Salute e sicurezza delle persone

La qualità e la portata delle pratiche inerenti la salute e la sicurezza rappresentano dei criteri importanti ai fini della selezione dei Fornitori.

PRINCIPIO OBBLIGATORIO:

- Che sia in relazione a Prodotti, Servizi, operazioni o siti, il Fornitore deve tutelare la salute e la sicurezza delle persone rispettando rigorosamente le Leggi e le Normative applicabili, i requisiti stabiliti nel seguente Focus sulle sostanze chimiche e sulle sostanze vietate e le migliori pratiche della propria professione, a prescindere dal fatto che in taluni paesi siano prescritte disposizioni più o meno stringenti in termini di salute e sicurezza.
- Il Fornitore deve eseguire regolarmente una valutazione dei rischi connessi alla salute e alla sicurezza che gravano sulle comunità in prossimità dei propri siti e/o delle proprie aziende.
- Il Fornitore non assumerà o utilizzerà forze di sicurezza pubbliche o private senza un'adeguata selezione, istruzione e supervisione per garantire che tutti i principi obbligatori siano rispettati e a qualsiasi forza di sicurezza assunta sarà vietato l'uso della tortura, della minaccia di lesioni o della discriminazione.
- Il Fornitore che lavora presso i siti dell'Acquirente, su base occasionale o permanente, è tenuto a:
 - Ottenere la previa autorizzazione ad accedere al sito in conformità ai regolamenti interni vigenti in ciascun sito.
 - Definire e adottare tutte le misure volte a garantire che tutto il Personale del Fornitore si attenga alle regole in materia di sicurezza, salute e igiene vigenti presso il sito. Il Fornitore è tenuto a sviluppare incessantemente tra i membri del proprio Personale comportamenti di costante vigilanza e rispetto di queste regole.
 - Redigere un piano di prevenzione prima dell'esecuzione di qualsiasi lavoro presso il sito, in accordo con gli standard dell'Acquirente.
 - Informare l'Acquirente prima di utilizzare nuove sostanze chimiche e fornire i documenti necessari in cui sono descritti nel dettaglio le relative caratteristiche, i rischi e le misure di prevenzione.
 - Segnalare eventuali anomalie osservate al responsabile del sito o al dirigente incaricato della sicurezza presso il sito dell'Acquirente in cui sta lavorando il Fornitore, o, in caso di indisponibilità di dette persone, al referente dell'Acquirente del Fornitore.

PRINCIPIO AUSPICABILE:

Il Fornitore implementa un sistema di gestione di salute e sicurezza elaborato per trarre insegnamento dal passato e sostenere il miglioramento continuo delle pratiche. Tale sistema può basarsi su appropriate politiche, istruzioni, guide, informazioni e campagne di sensibilizzazione, piani di miglioramento e opportuni indicatori (come il tasso di infortuni, segnalazione e gestione di situazioni di rischio, numero di proposte di miglioramento relative a questioni di salute e sicurezza ecc.). Si incoraggia l'ottenimento della certificazione ISO 45001. Il Fornitore segue un processo regolare per monitorare l'elenco delle sostanze problematiche ai sensi del REACH o di altre Leggi e Normative applicabili e si adopera per identificare e convalidare delle alternative a tali sostanze.

+ FOCUS/NOTA

Sostanze chimiche e sostanze vietate:

SOSTANZE CHIMICHE E SOSTANZE VIETATE:

A livello globale, il Gruppo Michelin è particolarmente attento alle sostanze chimiche e alla sicurezza dei materiali utilizzati nei suoi siti o che potrebbero essere incorporati nei prodotti che il Gruppo potrebbe vendere. Siano questi prodotti miscele, oggetti o articoli, qualsiasi Prodotto (incluso il suo imballaggio) fornito all'Acquirente non dovrà contenere alcuna sostanza vietata, sia essa vietata dalle Leggi e dalle Normative applicabili o dalle specifiche fornite dall'Acquirente. Fermo restando quanto precede, è severamente vietato l'uso di amianto o di Prodotti contenenti amianto in qualsiasi merce, servizio o altro materiale consegnato o introdotto in un sito Michelin. Il Fornitore deve inoltre rispettare i requisiti delle normative REACH dell'UE di cui alla Sezione 2.3 dei presenti Principi.

2 – PRINCIPI FONDAMENTALI

2.2 – Rispetto delle persone

2.2.2 – Salute e sicurezza delle persone

La qualità e la portata delle pratiche inerenti la salute e la sicurezza rappresentano dei criteri importanti ai fini della selezione dei Fornitori.

2.2 – Rispetto delle persone

2.2.3 – Communauté

Il Gruppo Michelin punta ad integrarsi in modo armonico nelle società e nelle comunità locali che vivono attorno alle proprie aziende in tutti i paesi del mondo. L'obiettivo dell'Acquirente, quindi, è di rifornirsi non solo da Fornitori internazionali, ma anche da Fornitori locali e Fornitori inclusivi (cioè Fornitori che operano nel settore del lavoro protetto e adattato, Fornitori che promuovono il ritorno all'impiego, Fornitori appartenenti a minoranze ecc.) che soddisfano i suoi standard elevati.

PRINCIPIO AUSPICABILE:

Tutti i Fornitori sono tenuti a partecipare allo sviluppo economico e sociale delle comunità nelle quali, o in prossimità delle quali, operano.

2 – PRINCIPI FONDAMENTALI

2.3 – Protezione dell'ambiente

Il Gruppo Michelin attribuisce la massima importanza alla tutela dell'ambiente. Nell'ambito delle proprie operazioni, anche il Fornitore deve tenere conto della tutela dell'ambiente.

PRINCIPIO OBBLIGATORIO:

Su richiesta dell'Acquirente, il Fornitore dovrà rispettare le norme e gli standard del Gruppo Michelin relativi a siti o progetti specifici, anche se più restrittivi delle Leggi e delle Normative vigenti. Il Fornitore deve fornire all'Acquirente, su richiesta, tutte le informazioni che potrebbero essere necessarie per determinare la responsabilità ambientale, sociale o altro impatto della RSI/ESG (Responsabilità Sociale di Impresa/Ambientale, Sociale, Governance) di qualsiasi Prodotto e/o Servizio fornito all'Acquirente o per soddisfare le aspettative e le richieste delle autorità governative o di regolamentazione o di altre parti interessate dell'Acquirente, inclusi clienti, investitori, associazioni, ecc. Tali informazioni possono includere, a titolo esemplificativo e non esaustivo, emissioni di CO₂, uso di prodotti fitosanitari, certificazioni, tracciabilità dei componenti, ecc. Tali informazioni potrebbero essere divulgate ai fini di tali richieste e per il rispetto dei requisiti legali. Il Fornitore si impegna inoltre a fornire le schede informative sulla sicurezza dei materiali, ove applicabile, e qualsiasi informativa sui materiali del prodotto richiesta dall'Acquirente. Qualsiasi modifica sostanziale nella composizione dei Prodotti è soggetta a previa notifica e approvazione dell'Acquirente.

PRINCIPIO AUSPICABILE:

L'Acquirente auspica che il Fornitore:

- Implementi un sistema di gestione ambientale per misurare e ridurre i potenziali effetti della propria attività sull'ambiente;
- Riduca e gestisca rifiuti, sostanze tossiche/pericolose e imballaggi nell'intero ciclo di vita dei propri Prodotti e/o Servizi;
- Misuri, divulghi e riduca le emissioni di gas serra, anche durante il trasporto e le fasi a monte della catena di approvvigionamento;
- Conservi l'acqua, preservi le risorse naturali, protegga gli ecosistemi e la qualità dell'aria e si adoperi per mantenere la biodiversità;
- Sviluppi Prodotti e/o Servizi di alta qualità a basso impatto ambientale;
- Collabori con il Gruppo nell'ambito delle analisi sul ciclo di vita svolte dall'Acquirente.

2 – PRINCIPI FONDAMENTALI

2.3 – Protezione dell'ambiente

Il Gruppo Michelin attribuisce la massima importanza alla tutela dell'ambiente.
Nell'ambito delle proprie operazioni, anche il Fornitore deve tenere conto della tutela dell'ambiente.

+ FOCUS/NOTA

CICLO DI VITA E L'ECONOMIA CIRCOLARE



CICLO DI VITA E L'ECONOMIA CIRCOLARE:

In un mondo in cui le materie prime stanno diventando sempre più scarse ed è in corso una lotta contro il cambiamento climatico, è possibile ridurre l'impatto sulle risorse naturali (energia, materiali, acqua ecc.) nel ciclo di vita dei Prodotti e Servizi con un approccio di economia circolare.

L'approccio da noi adottato prevede di attivare contemporaneamente quattro leve sull'intero ciclo di vita di Prodotti e Servizi, fornendo così una combinazione di soluzioni atte a garantire un utilizzo più accorto delle risorse.

Questa è la strategia delle 4 R del Gruppo Michelin:

Riduzione - Riparare e rigenerare, e per quanto riguarda gli pneumatici, per le applicazioni in cui è opportuno farlo, riscoprire e ricostruire, ad esempio, per ridurre l'uso di materie prime.

Riutilizzo - Riparare e rigenerare e, per quanto riguarda gli pneumatici, riscoprire e ricostruire, per esempio per ridurre l'uso di materie prime.

Riciclo - Progetti di recupero e rigenerazione, uso di materiali riciclati.

Rinnovo - Incrementare la percentuale di materiali rinnovabili utilizzati.

+ FOCUS/NOTA

EU REACH

Il Gruppo Michelin ha adottato i requisiti del regolamento REACH (registrazione, valutazione, autorizzazione e restrizione delle sostanze chimiche) come politica del Gruppo e, pertanto, tutti i Fornitori dovranno conformarsi ai suoi requisiti indipendentemente dal luogo di consegna dei Prodotti. Laddove il Prodotto sia un "articolo" così come definito dal Regolamento REACH, il Fornitore si impegna a informare l'Acquirente dell'eventuale presenza all'interno del Prodotto o nel suo imballaggio di Sostanze estremamente preoccupanti (SVHC) in concentrazioni superiori allo 0,1% in peso per singolo componente non appena tali SVHC saranno incluse nell'Elenco delle sostanze estremamente preoccupanti candidate all'autorizzazione. Per i Prodotti applicabili da immettere sul mercato dell'UE, il Fornitore dovrà fornire all'Acquirente il/i Certificato/i SVHC.

+ FOCUS

Deforestation Regulation («EUDR»)

Oltre a rispettare la Politica sulla sostenibilità della gomma naturale contenuta nel presente documento, il Fornitore deve rispettare più in generale il Regolamento sulla deforestazione dell'Unione Europea («EUDR») in relazione a tutti i prodotti che mette a disposizione o esporta dal mercato dell'Unione Europea («UE»), o che possono essere incorporati nei prodotti dell'Acquirente in tale mercato. I Fornitori interessati si impegnano pertanto a fornire, alla prima richiesta dell'Acquirente, tutte le informazioni che consentano all'Acquirente di esercitare la due diligence, incluse, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, le informazioni relative a:

- nome e recapiti del Fornitore e dei soggetti dai quali lo stesso si è approvvigionato;
- paese di produzione del prodotto;
- geolocalizzazione dei terreni sui quali sono stati coltivati i componenti del prodotto;
- data o periodo di produzione dei componenti o del prodotto stesso;
- documenti attestanti il diritto di utilizzo del/i terreno/i interessato/i (tenendo conto della presenza di popolazioni indigene e delle loro consultazioni e potenziali rivendicazioni);
- documenti attestanti che la produzione è conforme alla legislazione del paese di produzione (ad esempio documenti fiscali, documenti ufficiali delle autorità pubbliche, accordi contrattuali, sentenze dei tribunali, analisi di impatto, risultati di audit, ecc.);
- un certificato attestante che i prodotti venduti sono "deforestation-free";
- un certificato attestante che i prodotti sono stati fabbricati in conformità con la legislazione pertinente del paese di produzione e l'eventuale accordo che concede il diritto di utilizzare l'area interessata.

Il Fornitore acconsente alla divulgazione di tali informazioni allo scopo di conformarsi all'EUDR o ad altri requisiti legali da parte dell'Acquirente. Nel caso in cui il Fornitore mancasse di fornire le informazioni richieste, o fornisca informazioni parziali o errate, l'Acquirente si riserva il diritto di adottare tutte le misure volte a tutelare i propri diritti ed interessi. Si riserva inoltre il diritto di richiedere il risarcimento degli eventuali danni subiti in conseguenza e di risolvere il contratto d'acquisto per inadempimento del Fornitore.

ETICA AZIENDALE

- 3.1 Buona fede
- 3.2 Concorrenza e condotta leale
- 3.3 Restrizioni commerciali
- 3.4 Anti corruzione e traffico d'influenza
- 3.5 Conflitto di interessi
- 3.6 Frode e Finanza etica
- 3.7 Omaggi e inviti
- 3.8 Riservatezza
- 3.9 Protezione della proprietà intellettuale
- 3.10 Dati personali
- 3.11 Personale dei fornitori
- 3.12 Codice di condotta
- 3.13 Linea dedicata all'etica

Il Gruppo Michelin considera di massima importanza non solo il rispetto di Leggi e Normative, ma anche l'etica e l'integrità nella gestione delle transazioni commerciali («Etica aziendale»). Il Fornitore è tenuto ad attenersi, in particolare, ai seguenti principi.

3 – ETICA AZIENDALE

3.1 – Buona fede

PRINCIPIO OBBLIGATORIO:

Ogni Fornitore è tenuto a negoziare i contratti ed eseguirli in buona fede.

3.2 – Concorrenza e condotta leale

PRINCIPIO OBBLIGATORIO:

Il Fornitore si impegna a garantire una concorrenza libera e leale, a mettere in atto prassi commerciali eque nei confronti dei propri concorrenti e clienti. In caso di pratiche anticoncorrenziali poste in essere da un Fornitore, l'Acquirente si riserva il diritto di intraprendere le azioni necessarie e opportune per ottenere il risarcimento di eventuali danni subiti. I Fornitori si impegnano anche a non adottare comportamenti prevaricatori qualora si trovino in una posizione dominante rispetto all'Acquirente e a non richiedere vantaggi ingiustificati che creino uno squilibrio significativo nella transazione.

PRINCIPIO AUSPICABILE:

Il Fornitore ha implementato e si attiene a un programma di conformità antitrust.

3 – ETICA AZIENDALE

3.3 – Restrizioni commerciali

PRINCIPIO OBBLIGATORIO:

Il Fornitore deve attenersi a quanto specificato nel documento «Prescrizione del Gruppo Michelin: restrizioni commerciali».

Con il termine Restrizioni commerciali si fa riferimento a qualsiasi Legge e normativa applicabile in materia di (i) sanzioni commerciali ed economiche (ivi compresi embargo ed elenchi di soggetti sanzionati) e/o (ii) controllo delle esportazioni (normative su merci militari o prodotti a duplice uso) applicabile a un Prodotto e/o Servizio.

PRINCIPIO AUSPICABILE:

Il Fornitore ha implementato e si attiene a un programma di conformità per le Restrizioni commerciali.

3 – ETICA AZIENDALE

3.4 – Anti corruzione e traffico d'influenza

PRINCIPIO OBBLIGATORIO:

Il Fornitore è tenuto ad applicare una politica di «tolleranza zero» in materia di corruzione e traffico di influenza. In particolare il Fornitore si impegna ad astenersi da (1) offrire, promettere o dare deliberatamente, e (2) tentare o tramare di offrire, promettere o dare vantaggi indebiti, monetari o di altra natura, direttamente o indirettamente per mezzo di intermediari, a un funzionario pubblico o a un soggetto con cui tale funzionario pubblico o dirigente privato o terzo abbia una relazione professionale, in modo che quest'ultimo agisca o si astenga dall'agire nello svolgimento dei propri doveri con l'intento di ottenere o conservare un'attività o altro vantaggio in maniera indebita.

PRINCIPIO AUSPICABILE:

Il Fornitore deve implementare e attenersi a un programma di conformità anticorruzione adeguato alla propria situazione specifica e in grado di rilevare casi di corruzione, tangenti e traffico di influenza.

3 – ETICA AZIENDALE

3.5 – Conflitto di interessi

PRINCIPIO OBBLIGATORIO:

Il Fornitore deve rifiutarsi di prendere parte a qualsivoglia pratica che possa essere considerata un conflitto di interessi. Il Fornitore è tenuto a dichiarare all'Acquirente qualsiasi situazione in cui possa esistere un conflitto di interessi con un membro del Personale del Gruppo nell'ambito della transazione prevista o attualmente in corso.

PRINCIPIO AUSPICABILE:

Il Fornitore ha implementato e osserva regole specifiche per l'identificazione e la gestione di conflitti di interesse.

3 – ETICA AZIENDALE

3.6 – Frode e Finanza etica

PRINCIPIO OBBLIGATORIO:

Il Fornitore deve applicare una politica di «tolleranza zero» nei confronti di frodi e tentativi di frode, siano essi comprovati o presunti. Nello specifico, il Fornitore si impegna ad astenersi da (1) istituire, o permettere o partecipare, in modo doloso o colposo, all'istituzione di organizzazioni o schemi con finalità, vocazione o effetti fraudolenti, e (2) tentare o tramare di agire in tal senso. I Fornitori si impegnano a informare l'Acquirente tramite adeguati mezzi, anche usando la Linea dedicata all'etica messa a disposizione dal Gruppo Michelin, di eventuali frodi, sospette frodi o tentativi di frode dei quali vengano a conoscenza.

Il Fornitore dovrà conservare registri finanziari accurati e completi relativi ai rapporti di acquisto e fornitura. Inoltre, il Fornitore si impegna a fornire resoconti finanziari accurati e completi e ad attuare politiche e procedure al fine di evitare pratiche non etiche come l'insider trading e la corruzione.

PRINCIPIO AUSPICABILE:

Il Fornitore deve implementare e attenersi a un programma antifrode (che copra sia le frodi interne sia quelle esterne) che sia adeguato alla propria situazione specifica e in grado di rilevare, prevenire e affrontare le frodi.

3 – ETICA AZIENDALE

3.7 – Omaggi e inviti

PRINCIPIO OBBLIGATORIO:

Per quanto riguarda omaggi e inviti, il Fornitore deve astenersi da qualsivoglia pratica non conforme alle Leggi e Normative applicabili. Il Fornitore deve altresì astenersi da pratiche volte a offrire vantaggi, direttamente o indirettamente, a un qualsiasi membro del Personale dell'Acquirente, o a tentare di influenzare il giudizio di un membro del Personale dell'Acquirente o di ottenere un vantaggio indebito. In particolare, eventuali omaggi o inviti dovranno soddisfare i seguenti criteri cumulativi: essere autorizzati ai sensi delle Leggi e Normative locali, non essere richiesti dal beneficiario, non essere destinati a procurare un corrispettivo o un beneficio indebito, non essere destinati a influenzare una decisione, non coincidere con l'adozione di decisioni strategiche; il beneficiario non dovrà esercitare, al momento attuale o in futuro, un potere discrezionale nell'adozione di una decisione che influisce sugli interessi dell'Acquirente; essere una figura unica nel ramo aziendale, non causare imbarazzo se rivelato alla società o al pubblico, avere natura strettamente professionale ed essere registrato in un apposito registro.

Per esempio: nel corso del processo di una gara d'appalto è vietato al Fornitore offrire a uno dei suoi contatti all'interno del Personale dell'Acquirente un omaggio o un invito che possa influenzarne il giudizio durante il processo di selezione. Nel corso di una relazione commerciale è vietato al Fornitore invitare a pranzo i propri contatti all'interno del Personale dell'Acquirente e i relativi congiunti in ristoranti di lusso. È vietato al Fornitore offrire ai propri contatti all'interno del Personale dell'Acquirente omaggi sotto forma di denaro o voucher.

Ciononostante, il Fornitore è autorizzato a fare regali aziendali di valore ragionevolmente basso e recanti il logo del Fornitore, o simbolo pubblicitario equivalente (per esempio: zaini, borsoni da palestra, custodie per computer).

PRINCIPIO AUSPICABILE:

L'Acquirente auspica che tutti i Fornitori abbiano una politica specifica riguardo a omaggi e inviti, che stabilisca le regole applicabili all'offerta e al ricevimento di regali.

3 – ETICA AZIENDALE

3.8 – Riservatezza

PRINCIPIO OBBLIGATORIO:

In aggiunta agli obblighi giuridici relativi alla protezione dei segreti aziendali, il Fornitore è tenuto alla riservatezza non solo delle informazioni fornite dall'Acquirente, anche in occasione di gare d'appalto, ma altresì alla riservatezza dei risultati inerenti ai Prodotti e/o Servizi forniti. Il Fornitore dovrà astenersi dall'utilizzare le informazioni riservate dell'Acquirente per scopi diversi da quelli concordati in relazione alla fornitura di Prodotti e/o Servizi all'Acquirente.

PRINCIPIO AUSPICABILE:

Il Fornitore ha implementato e si attiene a un programma che definisce misure adeguate per prevenire qualsiasi violazione dei suoi obblighi di riservatezza nei confronti dei propri clienti, compreso l'Acquirente.

3 – ETICA AZIENDALE

3.9 – Protezione della proprietà intellettuale (PI)

PRINCIPIO OBBLIGATORIO:

Oltre all'osservanza delle Leggi e Normative in materia di diritti di proprietà intellettuale (PI) in generale:

- Il Fornitore deve astenersi dal violare (o tentare di violare) un qualsiasi diritto di PI dell'Acquirente.
- Il Fornitore deve astenersi dal fornire consapevolmente a o per l'Acquirente un Prodotto o un Servizio che violi eventuali diritti di PI di soggetti terzi.
- I Fornitori devono sviluppare, mettere in atto e mantenere metodi e procedure efficaci per proteggersi dall'incorporazione o dall'uso di materiali o prodotti contraffatti e per identificare, segnalare e isolare i Prodotti contraffatti se/quando identificati.
- Nel caso in cui un Fornitore riceva da parte di un soggetto terzo la rivendicazione di una presunta violazione di determinati diritti di PI che potrebbe avere ripercussioni sulle attività dell'Acquirente, il Fornitore è tenuto a darne tempestiva comunicazione all'Acquirente per permettergli di adottare le disposizioni necessarie volte a impedire che sia compromessa la prosecuzione delle proprie attività; in tali casi il Fornitore dovrà collaborare con l'Acquirente.

PRINCIPIO AUSPICABILE:

L'Acquirente auspica che il Fornitore abbia posto in essere un processo che stabilisce le regole applicabili allo sviluppo di Prodotti e/o Servizi, ivi comprese, in particolare, regole per la verifica e il rispetto della politica relativa alla PI di soggetti terzi.

3 – ETICA AZIENDALE

3.10 – Dati personali

PRINCIPIO OBBLIGATORIO:

In aggiunta all'osservanza di Leggi e Normative concernenti la protezione dei dati personali, i Fornitori devono, come minimo, agire soltanto su istruzione dell'Acquirente nel momento in cui tratta dati personali per conto dell'Acquirente, trattare i dati personali esclusivamente al fine di fornire il servizio concordato, garantire, mediante misure tecniche e organizzative, la sicurezza dei dati che gli vengono affidati, fornire all'Acquirente in modo trasparente una descrizione delle operazioni eseguite sui dati personali (cosa, perché, da chi e dove), assistere l'Acquirente nel rispetto dei propri obblighi e avvalersi soltanto di subcontraenti autorizzati dall'Acquirente che offrono le medesime garanzie dell'Acquirente per quanto riguarda la protezione dei dati personali.

PRINCIPIO AUSPICABILE:

L'Acquirente si impegna a proteggere i dati personali e, oltre alle altre Leggi e Normative applicabili in materia di protezione della privacy, promuove la conformità ai principi del Regolamento europeo sulla protezione dei dati (GDPR) oltre il proprio immediato ambito geografico. Per questo motivo l'Acquirente si aspetta che tutti i Fornitori si assumano il medesimo impegno.

3 – ETICA AZIENDALE

3.11 – Personale dei fornitori

PRINCIPIO OBBLIGATORIO:

Nell'ambito della conformità a Leggi e normative in materia di impiego persone fisiche, il Fornitore dovrà attenersi a quanto fissato nel documento «Prescrizione del Gruppo Michelin: il personale».

3.12 – Codice di condotta

PRINCIPIO AUSPICABILE:

In aggiunta all'osservanza di Leggi e normative e al rispetto dei punti sopra stabiliti, è auspicabile che il Fornitore definisca un proprio codice di condotta adeguato alla propria situazione specifica, volto a promuovere una cultura di integrità, e che attui misure di rilevamento, prevenzione e monitoraggio, quali comunicazioni, corsi di formazione, linee guida sull'etica, controlli interni, misure disciplinari ecc.

3.13 – Linea dedicata all'etica

È disponibile una Linea dedicata all'etica, utilizzabile non solo dal Personale del Gruppo Michelin ma anche dal Personale del Fornitore. Si tratta di una linea mediante la quale è possibile segnalare qualsiasi potenziale violazione di Leggi e Normative applicabili e/o del Codice etico e del Codice di condotta anticorruzione del Gruppo Michelin. Chiunque può fare una segnalazione, anche in modo anonimo se lo preferisce.

È possibile inviare una segnalazione

(Le segnalazioni possono essere fatte anche per telefono; fare clic sul collegamento qui sopra per consultare le istruzioni su come comporre il numero corretto del proprio paese.)

Si prega di fare riferimento anche alla Procedura di Segnalazione di condotte illecite del Gruppo, disponibile per tutti i dipendenti e i partner esterni, che fornisce una descrizione di come il Gruppo Michelin raccoglie ed elabora le segnalazioni etiche. Questa procedura è accessibile sul sito www.michelin.com alla seguente pagina web: Il nostro scopo e i nostri valori ci impegnano | Michelin



PER ULTERIORI INFORMAZIONI, TESTI DI RIFERIMENTO:

[CODICE ETICO DI MICHELIN](#)

[CODICE DI CONDOTTA ANTICORRUZIONE](#)



COLLABORAZIONE

4.1 Fase preliminare alla selezione dei fornitori

4.2 Qualità e Sicurezza

4.2.1 Politica della Qualità

4.2.2 Sicurezza delle informazioni

4.3 Procedere insieme in modo sostenibile

4.3.1 Valutazione CSR dei Fornitori

4.3.2 Gestione delle relazioni con i Fornitori

4.4 Mediazione

4 – COLLABORAZIONE

4.1 – Fase preliminare alla selezione dei fornitori

In generale, noi del Gruppo Michelin seguiamo un processo strutturato per valutare il potenziale e la capacità di un Fornitore di soddisfare le esigenze dell'Acquirente, ivi compresi, in particolare, i suoi requisiti in termini commerciali, tecnici, qualitativi, quantitativi, e i requisiti relativi a tempi di esecuzione e sviluppo sostenibile. Per essere selezionato, un Fornitore deve:

OBBLIGATORIO

Rispondere, quando gli viene sottoposto, a un questionario di valutazione preliminare e risultare soddisfacente;

OBBLIGATORIO

Essere conforme ai presenti Principi applicabili agli acquisti di Michelin, ivi compresi i Principi obbligatori espliciti e i documenti citati o ai quali si fa riferimento nei presenti Principi applicabili agli acquisti di Michelin;

OBBLIGATORIO

Informare l'Acquirente con anticipo in caso di eventuali cambiamenti nei propri processi di fabbricazione, nel sistema qualità, nelle procedure di subappalto, nella struttura ecc. laddove tali cambiamenti potrebbero avere ripercussioni sull'Acquirente e, in particolare, incidere sulle prestazioni dei Prodotti e/o Servizi forniti dal Fornitore;

Se il Fornitore fornisce materie prime

OBBLIGATORIO

Avere la certificazione ISO 9001

AUSPICABILE

Le certificazioni ISO 14001, ISO 9001 e IATF 16949, inoltre, possono rappresentare un vantaggio per qualsiasi Fornitore.

titolo esemplificativo, questa fase in genere comprende:

- una valutazione preliminare, per mezzo di un questionario, che consente all'Acquirente di valutare la situazione economica e finanziaria del Fornitore, il suo approccio alla qualità, la sua capacità industriale e la capacità di soddisfare le nostre specifiche, il suo impegno
- e l'approccio nei confronti dello sviluppo sostenibile;
- un sopralluogo o un audit presso uno o più siti del Fornitore;
- una prova presso il sito del Gruppo Michelin;
- ecc.

4 – COLLABORAZIONE

4.2 – Qualità e Sicurezza

4.2.1 – Politica della Qualità

**L'IMPEGNO DI «MIGLIORARE LA MOBILITÀ
DI PERSONE E MERCI PONE ASPETTATIVE MOLTO ELEVATE
IN TERMINI DI QUALITÀ E SICUREZZA».**



Affinché l'Acquirente mantenga la qualità dei propri Prodotti e/o Servizi, è essenziale che i Prodotti e/o Servizi acquistati dall'Acquirente siano di qualità eccellente. Tutti i Fornitori devono garantire che i Prodotti e i Servizi forniti, a prescindere dalla loro origine o destinazione, sono conformi ai requisiti concordati contrattualmente.

INSIEME dobbiamo mettere in atto tutte le misure necessarie al fine di ottenere e garantire questa qualità, mantenendo al contempo un'attenzione costante al controllo dei costi.

L'ACQUIRENTE e i relativi FORNITORI devono collaborare per progredire in questa direzione.

Il processo di **Garanzia della qualità dei Fornitori** stabilisce nel dettaglio il modo in cui il Gruppo Michelin intende applicare le linee guida della propria politica sulla qualità ai rapporti con i propri Fornitori e alla gestione della qualità dei Prodotti e dei Servizi acquistati.

Tale processo, che tutti i Fornitori sono tenuti a seguire, viene descritto dettagliatamente nei seguenti documenti, disponibili sul sito web Acquisti di Michelin:

4 – COLLABORAZIONE

4.2 – Qualità e Sicurezza

4.2.2 – Sicurezza delle informazioni

Consideriamo di grande importanza non solo il rispetto delle Leggi e Normative applicabili, ma anche la protezione dei sistemi informativi e dei dati (ivi compresi i dati di terzi eventualmente sottoposti a trattamento). I seguenti requisiti e aspettative si applicano a qualsiasi Fornitore che fornisca all'Acquirente uno qualsiasi dei seguenti servizi, sia come servizio principale che come servizio secondario: (1) elaborazione dei dati utilizzando un sistema informatico; trattamento inteso nel senso più ampio del termine, incluso a titolo esemplificativo ma non esaustivo: l'accesso, la creazione, la raccolta, l'acquisizione, la compilazione, l'aggregazione, la generazione, l'estrazione e l'archiviazione di dati e/o (2) lo sviluppo, l'integrazione, l'hosting e/o il mantenimento di qualsiasi soluzione informatica (o digitale o equivalente).

PRINCIPIO OBBLIGATORIO:

Il Fornitore è tenuto a impiegare e aggiornare costantemente le più avanzate protezioni tecniche e organizzative per stare al passo con la continua evoluzione delle minacce e delle nuove vulnerabilità. Il Fornitore dovrà dare tempestiva comunicazione all'Acquirente: (i) di qualsivoglia eventuale incidente relativo alla sicurezza delle informazioni di cui venga a conoscenza e/o (ii) prima di modificare la posizione dei dati, esternalizzare le operazioni o l'applicazione delle citate protezioni, per permettere all'Acquirente di prendere i dovuti provvedimenti. Il Fornitore deve offrire accettabili misure di reversibilità e/o eliminazione dei dati da applicare in caso di cessazione del contratto, sia per scadenza naturale o risoluzione. Nell'utilizzare i sistemi informativi dell'Acquirente, il Fornitore, inoltre, deve attenersi a qualsiasi eventuale «carta degli utenti» e politica sulla sicurezza applicabile. L'Acquirente si riserva il diritto di sospendere o interrompere qualsiasi accesso al proprio sistema informativo per motivi di sicurezza o uso improprio.

PRINCIPIO AUSPICABILE:

Inoltre, è auspicabile che il Fornitore:
Elabori, aggiorni e pubblichi una politica sulla sicurezza delle informazioni.
Sia conforme agli audit previsti dalla propria politica sulla sicurezza delle informazioni e/o pubblichi regolarmente i risultati di audit esterni che abbia eventualmente commissionato. Autorizzi l'Acquirente a effettuare analisi di vulnerabilità e/o test di penetrazione su richiesta, sia direttamente sia indirettamente, e tenga informato l'Acquirente sui risultati ottenuti. Si impegni a occuparsi prontamente degli incidenti relativi alla disponibilità, vulnerabilità o sicurezza del servizio. Garantisca un adeguato livello di assistenza e condivisione delle informazioni per gestire gli incidenti relativi alla sicurezza. Tenga aggiornate le certificazioni di cui è in possesso, ad es. ISO 27001, dando informazione di tali aggiornamenti e di eventuali nuove certificazioni ottenute.

4 – COLLABORAZIONE

4.3 – Procedere insieme in modo sostenibile

Nell'ambito delle nostre operazioni quotidiane, ci poniamo l'obiettivo di lavorare insieme ai Fornitori che soddisfano i nostri requisiti di qualità, affidabilità e costi e che si impegnano al miglioramento continuo e al contemporaneo rispetto delle persone e dell'ambiente.

4.3.1 – Valutazione CSR dei Fornitori

Il Gruppo Michelin monitora e gestisce in maniera rigorosa la propria prestazione complessiva relativa alla sostenibilità degli acquisti e pubblica gli indicatori CRS risultanti.

PRINCIPIO OBBLIGATORIO:

il Fornitore deve eseguire le valutazioni CSR richieste e attuare i piani d'azione correttivi eventualmente necessari. Il Fornitore, inoltre, autorizza Michelin, o i fornitori di servizi da essa incaricati, a eseguire audit in loco.

PRINCIPIO AUSPICABILE:

Il Fornitore deve eseguire le valutazioni CRS richieste e attuare i piani d'azione correttivi eventualmente necessari. Il Fornitore, inoltre, autorizza l'Acquirente, o i fornitori di servizi incaricati dall'Acquirente, a eseguire audit in loco.

+ FOCUS/NOTA VALUTAZIONE DEL FORNITORE

VALUTAZIONE DEL FORNITORE

Il nostro approccio: dal 2012 eseguiamo la valutazione della prestazione RSI di determinati Fornitori chiave. Oltre agli audit qualitativi, misuriamo il livello di maturità in termini di RSI di questi Fornitori, avvalendoci del contributo di una società di rating. La valutazione si svolge sotto forma di questionario online compilato dal Fornitore.

L'analisi dei punti deboli e dei punti di forza negli ambiti ambientale, sociale ed etico, ivi compreso, a mero titolo di esempio, l'Obbligo di diligenza e la conformità alle regole di anticorruzione e traffico d'influenze, può portare, se necessario, all'elaborazione di piani d'azione o all'esecuzione di un audit in loco più mirato, a seconda delle criticità.

4 – COLLABORAZIONE

4.3 – Procedere insieme in modo sostenibile

4.3.2 – Gestione delle relazioni con i Fornitori

CI IMPEGNAMO AD ADOTTARE L'APPROCCIO DI GESTIONE DELLE RELAZIONI CON I FORNITORI (SUPPLIER RELATIONSHIP MANAGEMENT, O SRM) NEI CONFRONTI DEI NOSTRI FORNITORI.



Sulla base di una collaborazione attiva, trasparente e di alta qualità, lo scopo è di lavorare insieme per costruire una relazione competitiva e responsabile che generi valore per tutte le parti in causa.

Per conseguire questo obiettivo, i Fornitori vengono suddivisi in quattro categorie per gestire la relazione nella maniera più efficiente possibile.

Categoria 1: Creazione di una vera e propria relazione strategica basata su progetti di innovazione e/o partnership.

Categoria 2: Sviluppo di una relazione commerciale volta al conseguimento di un vantaggio competitivo a beneficio di entrambe le parti.

Categoria 3: Ottimizzazione della relazione attuale sulla base di un miglioramento continuo.

Categoria 4: Implementazione di una relazione commerciale in linea con gli impegni concordati.

4 – COLLABORAZIONE

4.4 – Mediazione



Nel caso in cui il Fornitore non riceva una risposta soddisfacente dall'Acquirente successivamente alle discussioni iniziali, può rivolgersi al mediatore delle relazioni cliente-fornitore per richiedere assistenza nella risoluzione della questione, in tempi rapidi e in modo collaborativo.

Il mediatore viene coinvolto soltanto dopo che il fornitore ha tentato di risolvere la questione con i propri usuali contatti all'interno della società co-contrattante dell'Acquirente, per esempio l'agente di acquisto incaricato di un'offerta, il centro di pagamento o il responsabile del contratto. Il mediatore non prenderà in considerazione eventuali richieste che non rispettano questo principio. Per avviare il processo di mediazione, il Fornitore deve inviare il proprio file di mediazione dalla sezione «
»del sito web Acquisti.

Se, malgrado l'assistenza del mediatore interno, non si riesce a trovare una soluzione, le parti si impegnano ad avvalersi dei servizi di un mediatore esterno convenzionale.

APPLICAZIONE DEI PRINCIPI FONDAMENTALI PER LA GOMMA NATURALE



CASO SPECIALE DEI FORNITORI DI GOMMA NATURALE:

La gomma naturale produce un impatto ambientale e sociale di portata significativa; per questo motivo richiede un approccio specifico e dedicato. Scritta in collaborazione con tutte le parti in causa, in particolare con le ONG specializzate nella tutela dell'ambiente e dei diritti umani, la Politica relativa alla gomma naturale sostenibile (abbreviata con SNR), ivi allegata, rappresenta un riferimento contrattuale per tutti i Fornitori di gomma naturale e prodotti in gomma o loro componenti, compresi a titolo esemplificativo e non esaustivo, i fornitori di pneumatici offtake.

CONCLUSIONE

Il rispetto dei Principi applicabili agli acquisti di Michelin costituisce la base dei rapporti di fiducia essenziali tra qualsivoglia azienda del Gruppo Michelin e ciascuno dei rispettivi Fornitori in tutto il mondo. Questi rapporti, corroborati dall'approccio SRM del Gruppo, sono il motore che alimenta la creazione del valore per le entità del Gruppo Michelin e i propri Fornitori.

NOTA: i Principi applicabili agli acquisti di Michelin vengono regolarmente aggiornati e, alla data di pubblicazione, sono disponibili online in 19 lingue qui:
<https://purchasing.michelin.com/en/purchasing-principles/>

DEFINIZIONI

In aggiunta a qualsiasi altra definizione qui fornita, si definiscono di seguito le seguenti parole che iniziano con la lettera maiuscola:

Controllo congiunto (e relativi derivati)

Si dice che due entità legali siano sotto controllo comune quando una persona giuridica Solo uno li controlla entrambi.

Es. o per es.

Abbreviazioni di «per esempio»; laddove «esempio», «per es.» o altre locuzioni simili vengono utilizzate, le informazioni che seguono sono fornite a mero titolo esemplificativo e non rappresentano in alcun modo un elenco esaustivo o limitativo.

Control (and its derivatives)

A legal entity is considered to control another when it directly or indirectly:

- Determines the decisions made in this entity's General Meeting (due to the capital or voting rights it holds), or
- Has the power to appoint or remove a majority of that entity's leadership team

Gruppo o Gruppo Michelin

Tutti i soggetti giuridici controllati da Compagnie Générale des Etablissements Michelin.

CSR

significa Responsabilità Sociale e Ambientale

Leggi e normative

Qualsiasi regola che una persona sia tenuta a rispettare, che si tratti di codici di diritto, disposizioni legislative, regolamentari o altro, standard, trattati doganali, trattati internazionali e i Principi internazionali fondamentali che l'Acquirente si è impegnato a rispettare (come qui specificato).

Obbligo di diligenza

Gli obblighi, definiti da Leggi e normative, in capo a talune società capogruppo e imprese principali/subappaltatrici relativi all'obbligo di diligenza in materia di diritti umani e libertà fondamentali, salute e sicurezza, ambiente, derivanti da (i) attività svolte direttamente dall'azienda in questione, attività svolte dalle aziende che essa Controlla, e/o(ii) attività dei fornitori e subcontraenti con i quali ha instaurato un rapporto commerciale.

Personale di Michelin

Qualsiasi persona che lavora per l'Acquirente, ivi compresi, a titolo esemplificativo e non esaustivo, dipendenti a tempo pieno o parziale, dipendenti temporanei, tirocinanti, manager, amministratori o dirigenti aziendali, o un qualunque soggetto terzo che agisce contrattualmente per conto dell'Acquirente, a prescindere che sia in virtù di un mandato, un incarico o altro.

DEFINIZIONI

In aggiunta a qualsiasi altra definizione qui fornita, si definiscono di seguito le seguenti parole che iniziano con la lettera maiuscola:

Prodotto

Tutti i beni tangibili o parte di essi: apparecchiature, componenti, materiali, ivi comprese le materie prime.

Servizio

Tutti o parte dei servizi fisici e/o intellettuali e/o dei beni intangibili.

Fornitore

Qualsiasi soggetto giuridico che fornisce un Prodotto e/o eroga un Servizio a favore dell'Acquirente o che desidera o intende farlo, ivi compreso, salvo ove espressamente specificato nei Principi applicabili agli acquisti di Michelin, tutta la relativa Catena di approvvigionamento e il Personale del Fornitore coinvolto nella fornitura del Prodotto e/o Servizio.

Personale del fornitore

Qualsiasi persona che lavora per il Fornitore, a prescindere che sia in virtù di un contratto di lavoro, un contratto di servizi o altro, fra cui rientrano, a titolo esemplificativo e non esaustivo, dipendenti a tempo pieno o parziale, dipendenti temporanei, tirocinanti, terzisti, consulenti, agenti, manager, amministratori o dirigenti aziendali.

Catena di approvvigionamento

La catena di soggetti giuridici che comprende i Fornitori e/o i relativi subfornitori, interni o esterni al soggetto giuridico in questione o alla Società controllante e i fornitori e subfornitori di codesti soggetti giuridici, e che è coinvolta nella fornitura di tutti o parte dei Prodotti e/o Servizi all'Acquirente.



MICHELIN – SEZIONE GRUPPO ACQUISTI

23, place des Carmes-Déchaux — 63040 Clermont-Ferrand Cedex 9 — Francia - www.michelin.com -
Progettazione e Produzione: All Contents - 24110303 - Autore: Michelin - Riservato: / - Pubblicato: 06/2025 - Conservazione: WA+3
Le copie stampate di questo documento non sono controllate.