

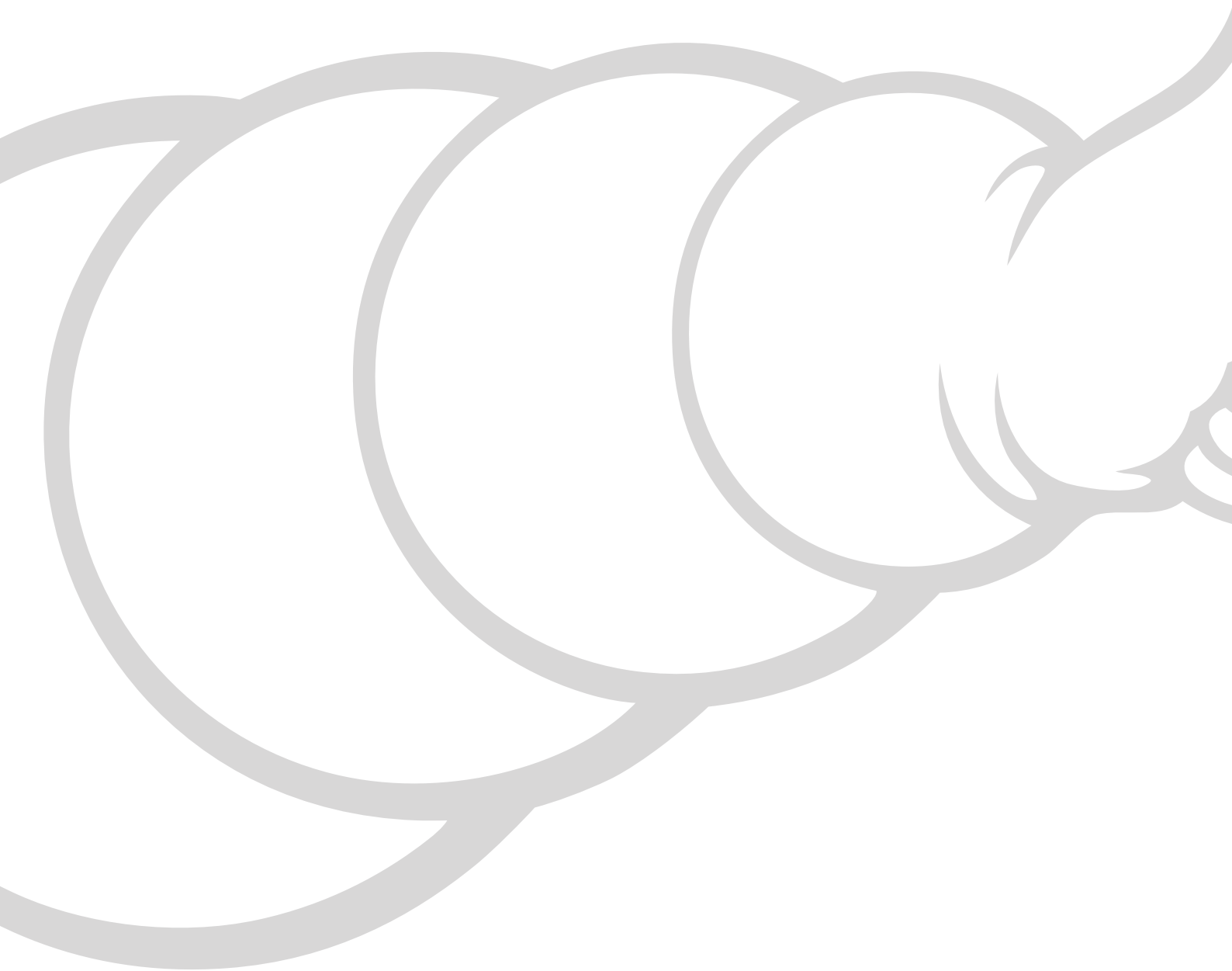
*REFERINȚE  
MESERII*

# ***PRINCIPII DE ACHIZIȚII MICHELIN***

***DIRECȚIA GRUP ACHIZIȚII***

EDIȚIA 2017





# ***SUMAR***

## **INTRODUCERE**

**04**

## **PRINCIPIILE ȘI VALORILE GRUPULUI**

**06**

## **PRINCIPII ACHIZIȚII MICHELIN**

**08**

- ➡ Misiune
- ➡ Reguli de deontologie, de etică și de comportament anti-corupție în relațiile cu furnizorii
- ➡ Alegere furnizori
- ➡ Calitate
- ➡ Gestionarea relației cu furnizorii "SRM"
- ➡ Business Continuity Management "BCM"
- ➡ Politica noastră RSE, Performanța și Responsabilitatea Michelin, "Un mod mai bun de a avansa" la Achiziții
- ➡ Evaluarea performanței
- Concluzie

## **ANEXE**

**26**

- ➡ Calitate – procedeu agrementare produs
- ➡ Criterii evaluare RSE



***INTRODUCERE***

*Grupul Michelin s-a construit în jurul valorilor puternice formalizate în Carta Performanței și Responsabilității Michelin, care ne ghidează din totdeauna. Aceste valori ne-au fasonat cultura și ne-au construit reputația de a contribui la o mai bună mobilitate a bunurilor și a persoanelor prin calitatea produselor noastre și a ofertei noastre de servicii.*

*Strategia noastră este de a înnoda relații pe termen lung cu furnizorii noștri respectând în același timp interesele și cultura partenerilor noștri.*

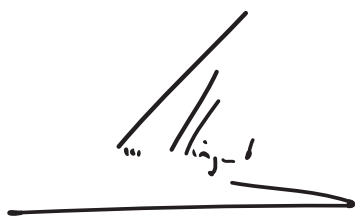
*Principiile de Achiziții sunt construite pe valorile Grupului; acestea constituie baza rapoartelor de încredere care trebuie să existe între grupul Michelin, echipele sale de Achiziții și furnizorii săi din lumea întreagă. Prezentul document are ca scop formalizarea acestui corp de referințe comune esențiale pentru ca fiecare să le poată consulta și respecta în orice împrejurare.*

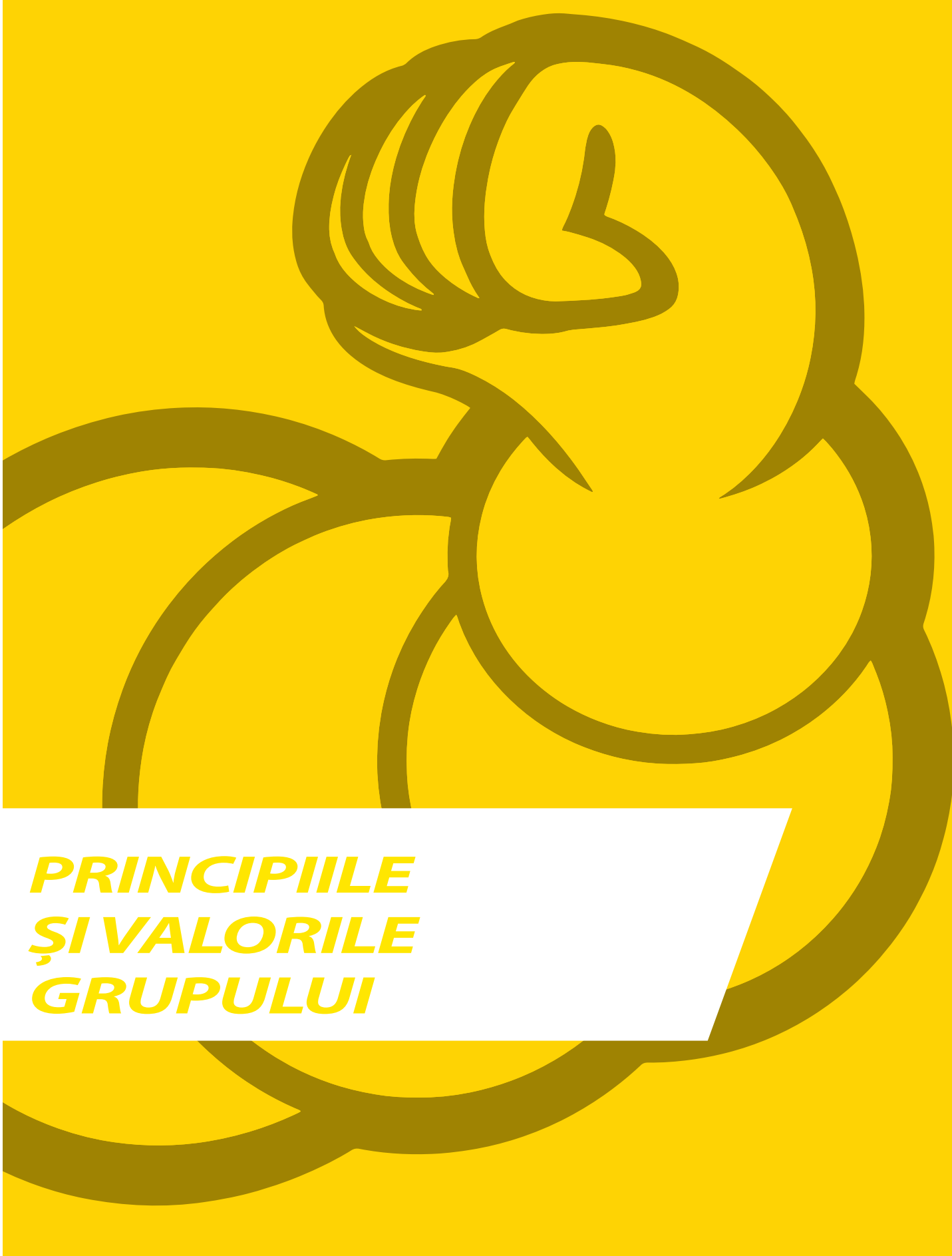
*Aceste reguli nu sunt exhaustive dar, folosite în sensul responsabilităților fiecăruia, constituie multe repere utile pentru toți membrii Companiei și partenerii acesteia.*

*Atât pentru Michelin cât și pentru furnizorii săi, Principiile de Achiziții vor încadra acțiunile noastre, vor inspira alegerile noastre și vor însufleți valorile noastre în toate acțiunile zilnice. Datoria noastră, a tuturor, este de a acționa conform acestor reguli de comportament, respectiv acestor principii care creează integritatea și etica noastră. Astfel, vom fi mai mult ca niciodată o companie care inspiră încredere și respect, creatoare de valoare pentru partenerii săi și pentru ea însăși.*

*Cu valori puternice, respectând norme etice înalte, echipele de Achiziții sunt interlocutorii privilegiați ai furnizorilor noștri; împreună cu aceștia, suntem angajați într-un demers comun de progres continuu și de performanță împărtășită cu ceilalți.*

Luc Minguet  
Director General Achiziții Grup



A large, stylized olive branch graphic in a dark olive green color, set against a bright yellow background. The branch curves from the bottom left towards the top right, with several rounded, leaf-like shapes along its length.

# ***PRINCIPIILE ȘI VALORILE GRUPULUI***

Sub impulsul fondatorilor săi, Michelin și-a luat misiunea de a contribui în mod responsabil la progresul mobilității exprimate prin semnătura sa de marcă "Un mod mai bun de a avansa". Grupul a ales să facă acest lucru prin inovare și calitate bazându-și dezvoltarea pe următoarele valori: **respect fata de Clienți, respect fata de Persoane, respect fata de Acționari, respect pentru Mediu și respect pentru Fapte.**

Din 2002, programul Performanță și Responsabilitate Michelin (PRM) ne ghidează sistemele de funcționare și caracterizează maniera în care Grupul acționează și inovează.

Carta **Performanță și Responsabilitate Michelin, "Un mod mai bun de a avansa"** formalizează această cultură de companie și coordonează angajamentul Grupului în favoarea unei dezvoltări durabile, echilibrate și responsabile.

Integrată în toate proiectele și acționând la toate nivelurile, această abordare structurată și mondială reprezintă voința Michelin de a-și construi dezvoltarea pe termen lung păstrând echilibrul între performanța economică, respectarea mediului înconjurător și o căutare constantă a calității în relațiile sale cu oamenii și cu partenerii companiei.

Principiile cartei Performanță și Responsabilitate Michelin, "Un mod mai bun de a avansa" se bazează pe:

### MODUL DE ACȚIUNE

- Ascultarea și satisfacerea Clientului,
- Ascultarea și satisfacerea Clientului,
- Acțiune pentru performanța economică a Grupului,
- Integrarea armonioasă între companiile și comunitățile care ne înconjoară în toate țările lumii,
- Acțiunile noastre respectă mai mult mediul înconjurător,
- Stabilirea de relații integrate cu partenerii noștri industriali, comerciali și cu furnizorii noștri.

### O CULTURĂ UNICĂ

- Respectul față de Oameni,
- Garantarea Calității,
- Promovarea Inovației,
- Progresul constant,
- Respect pentru Fapte,
- O viziune pe termen lung.

**Aceste valori istorice constituie un atu pentru a face față provocărilor importante de azi și de mâine.**





***PRINCIPII  
ACHIZIȚII MICHELIN***

Michelin lucrează cu furnizori care vor satisface cerințele sale de calitate, cost, termen de livrare și fiabilitate și care se angajează să progreseze în ceea ce privește respectul oamenilor și al mediului înconjurător.

Relațiile grupului Michelin cu furnizorii săi se înscriu în respectarea principiilor esențiale ale Companiei, formalizate în **Carta Performanței și Responsabilității Michelin, "Un mod mai bun de a avansa"** și enunțate mai sus. De asemenea, acestea se bazează pe principii de imparțialitate, echitate și loialitate.

Michelin dorește să împărtășească împreună cu furnizorii săi elementele fundamentale descrise în prezentul document care guvernează colaborarea lor și se asigură că aceștia le respectă.

## MISIUNE

Misiunea Departamentului Achiziții este de a le garanta clienților interni ai Companiei disponibilitatea produselor și a serviciilor necesare prin selectarea furnizorilor care satisfac cerințele noastre tehnice și economice dar și așteptările noastre în materie de responsabilitate societală și de mediu.

Crearea împreună cu furnizorii noștri de parteneriate pe termen lung reprezintă una din componentele misiunii echipelor de la Achiziții care implică în special urmărirea creșterii prin împărtășirea valorilor, prin discuții de calitate și prin puncte de informare regulate dar și prin dezvoltarea inovațiilor.

Obiectivul nostru este de a contribui la competitivitatea entităților operaționale ale Grupului prin activarea valorilor fundamentale ale Cartei de Performanță și de Responsabilitate Michelin și ale Codului de Etică al Grupului.



## RREGULI DE DEONTOLOGIE, ETICĂ ȘI COMPORTAMENT ANTICORUPȚIE ÎN RELAȚIILE CU FURNIZORII

„În toate țările în care Michelin este prezentă, ambiția noastră este de a realiza acțiunile noastre cu integritate. Codul de Etică Michelin și Codul de Comportament Anticorupție se bazează pe valorile fundamentale exprimate în cadrul Cartei de Performanță și Responsabilitate Michelin. Aceste coduri stabilesc normele de comportament aplicabile în activitățile noastre și expun anumite linii directoare pentru deciziile pe care salariații Grupului le iau referitor la anumite subiecte de ordin etic și de anticorupție. Precizează regulile de comportament pe care trebuie să le urmeze angajații Michelin”. Extras din Mesajul Președintelui, Codul de Etică al Grupului Michelin versiunea 2014 și Codul de Comportament anticorupție 2016.

Codul de Etică al Michelin, completat de Codul de Comportament Anticorupție exprimă politica Grupului în materie de etica afacerilor, anticorupție și comportament individual; completează și consolidează Carta de Performanță și Responsabilitate Michelin (PRM).

Valorile, principiile de acțiune și de comportament, pe care toți salariații le respectă, constituie baza rapoartelor de încredere care trebuie să existe între Grupul nostru și toate părțile participante.

Aici, obiectivul este de a reaminti regulile de deontologie, etică și comportament anticorupție ale companiei Michelin, care trebuie să fie aplicate de Departamentul Achiziții și de fiecare angajat al Grupului în cadrul relațiilor cu furnizorii și cu subcontractorii acestora.

Aceste principii constituie **carta de etică și de deontologie a Departamentului Achiziții Michelin**.

Fiecare dintre noi, ca ambasador al Grupului, își ia angajamentul de a le respecta, în spirit și literă. Reputația companiei Michelin depinde de fiecare dintre noi.

### ADEZIUNEA COMPANIEI MICHELIN LA PRINCIPIILE IMPORTANTE (PACTUL MONDIAL AL NAȚIUNILOR UNITE ȘI AL DREPTURILOR OMULUI)

**Principiile PRM:** “Dorința noastră este de a continua expansiunea mondială a grupului Michelin bazându-ne pe trei principii directoare:

- întreținerea unei culturi corporative puternice, deschise și transparente, sursă de coeziune socială și motivație;
- dezvoltarea și reușita fiecăruia în cadrul Companiei, prin exercitarea responsabilităților sale;
- monitorizarea respectării permanente a regulamentelor și a culturilor țărilor în care activăm.

Ne opunem în mod categoric folosirii copiilor pentru muncă, respectiv muncii forțate. Astfel, respectăm principiile Organizației Internaționale a Muncii.

Suntem conștienți de responsabilitatea noastră, de prezența noastră comercială și industrială în foarte multe țări. Peste tot unde ne-am instalat, suntem determinați să ne comportăm ca o companie responsabilă, onestă, respectuoasă față de oameni și lege.

Putem face acest lucru respectând în mod constant obiectivele noastre de reducere a noxelor, generate inevitabil de orice activitate industrială, și acordând o mare atenție respectării regulilor de sănătate în legătură cu activitățile din uzinele noastre.”

(Carta PRM versiunea 2002, Să ne folosim valorile)

Prin aderarea la Pactul mondial al Națiunilor Unite din 2010, Michelin s-a obligat să respecte în totalitate drepturile Omului în toate activitățile pe care le întreprinde și în toate țările unde activează, asigurând în același timp promovarea lor.

De altfel, Michelin se obligă să respecte textele internaționale următoare: Declarația Universală a Drepturilor Omului, convențiile fundamentale ale Organizației Internaționale a Muncii (OIT), principiile directoare ale Organizației de Cooperare și de Dezvoltare Economică (OCDE) pentru companiile multinaționale, referitor la drepturile omului, protecția mediului înconjurător și lupta împotriva corupției.

Michelin se obligă să asigure condiții și relații de muncă pentru respectarea demnității umane astfel încât aceste condiții de lucru trebuie să fie sigure și conforme normelor OIT și legislațiilor naționale.

Michelin veghează, în cazul platformelor industriale, să identifice, să prevină și să repare impactele de mediu, sociale și referitoare la drepturile omului pe care le-ar putea avea asupra comunităților locale și mediului lor înconjurător, și să participe la dezvoltarea armonioasă a acestor comunități.

Michelin vrea să se asigure că furnizorii și prestatorii săi de servicii respectă principiile echivalente celor definite în Codul său de Etică, în special în materie de respectare a drepturilor omului, și că promovează principii similare în relațiile lor cu proprii furnizori și subcontractori.

În special, Michelin le cere furnizorilor și subcontractorilor săi să respecte:

- textele internaționale în cauză, și în special Declarația universală a drepturilor omului, Pactul mondial al Națiunilor Unite;
- dispozițiile generale și regulamentare ale dreptului muncii în vigoare în țară (nivel de remunerație, durata muncii, libertatea de asociere, etc.);
- convențiile fundamentale ale Organizației Internaționale a Muncii (OIT), în special convențiile referitoare la exploatarea copiilor prin muncă, la munca forțată sau obligatorie, respectând libertatea de asociere și dreptul de negociere colectivă, la nediscriminare;
- demnitatea persoanei prin intermediul condițiilor de lucru acceptabile;
- regulile de securitate, sănătate și igienă cu scopul de a limita efectele activității lor asupra sănătății și securității personalului lor și asupra comunităților din apropierea uzinelor lor;
- regulile de securitate aplicate în uzinele Michelin unde activează.

Acest angajament luat de Grup, de a acționa în mod responsabil și etic față de angajați, parteneri și comunitățile locale, trebuie să fie înțeles și respectat de toată lumea. Vigilența și implicarea fiecăruia sunt esențiale pentru ca această abordare să fie permanentă.

### RESPECTAREA LEGILOR ȘI A REGULAMENTELOR

**Principiu PRM:** *„Să veghem la respectarea permanentă a normelor și a culturilor din țările în care activăm... În toate țările în care ne-am instalat suntem determinați să ne comportăm ca o companie responsabilă, onestă, care respectă oamenii și legile.”* (Carta PRM versiunea 2002, Să ne folosim valorile)

Michelin și furnizorii săi se obligă să respecte în totalitate legile, deciziile internaționale (Embargo...), legile și regulamentele aplicabile în toate activitățile lor. Fiecare angajat de la Departamentul Achiziții trebuie să le respecte.

### CONFLICT DE INTERESE

**Principiu PRM:** *„Vrem să prevenim apariția eventualelor conflicte de interese între responsabilitățile membrilor personalului în cadrul companiei și în afara acesteia. Astfel, așteptăm de la colaboratorii noștri să evite activitățile personale financiare, comerciale sau altele, care ar putea fi contrare intereselor legitime ale grupului Michelin sau care ar putea crea percepții ambigue, datorită responsabilităților lor în cadrul companiei.”* (Carta PRM versiunea 2002, Să ne folosim valorile)

- În cadrul relațiilor lor profesionale cu furnizorii și subcontractorii, membrii echipelor de la Achiziții și personalul Grupului sunt obligați, în cadrul responsabilităților lor, să acționeze întotdeauna conform intereselor Grupului și dispozițiilor legale.
- Nici un membru de la echipele Achiziții și din cadrul Grupului nu poate realiza cu furnizorii și cu subcontractorii, pe cont propriu sau pentru terți, operațiuni cu caracter comercial, altele decât cele pentru care a fost împuternicit de Grup în cadrul misiunii sale.
- Dacă furnizorul este și un client al Michelin, achizitorul nu trebuie să țină cont de acest element în timpul negocierilor sale. Interesele Grupului în domeniul achizițiilor și vânzărilor trebuie să fie disociate.

#### Un angajat se poate afla în situație de conflict de interese, de exemplu:

- ➡ dacă negociază pentru Michelin un contract din care trage un folos actual sau ulterior,
- ➡ dacă deține un interes financiar, sub orice formă, într-o societate comercială controlată de furnizorii Michelin,
- ➡ dacă exploatează în scopuri personale o oportunitate de afaceri propusă companiei Michelin,
- ➡ dacă utilizează o informație confidențială de la Michelin, obținută în cadrul activității sale, pentru a trage profit sau avantaj pentru el-însuși sau pentru altcineva,
- ➡ Etc...

În general, în caz de conflict de interese, achizitorului i se cere cea mai mare transparență față de responsabilul său.

## CADOURI ȘI INVITAȚII

**Principiu PRM:** *"Să veghem la respectarea permanentă a normelor și a culturilor din țările în care activăm... În toate țările în care ne-am instalat suntem determinați să ne comportăm ca o companie responsabilă, onestă, care respectă oamenii și legile..."*  
(Carta PRM versiunea 2002, Să ne folosim valorile)

➡ Cadourile și invitațiile, oferite câteodată, pot afecta libertatea de gândire în relațiile cu furnizorii sau cu subcontractorii.

➡ Astfel, se interzice primirea cadourilor din partea furnizorilor sau a subcontractorilor, sub formă de bani, bunuri materiale, servicii, obiecte de divertisment, călătorii sau orice altă formă de cadou.

➡ Totuși, se permite acceptarea invitațiilor sau a cadourilor promoționale cu valoare redusă. (Cum ar fi, de exemplu, un articol promoțional, un prânz întâmplător, o invitație la un eveniment social, sau participarea la un eveniment sponsorizat de furnizor sau de subcontractor.)

➡ Dacă acceptarea unui cadou sau a unei invitații este inevitabilă pentru a respecta tradițiile dintr-o țară, achizitorul îl va informa pe superiorul său direct care va decide ce se va întâmpla în continuare.

➡ Astfel, se ține un registru de cadouri și invitații de către echipele de la Achiziții în funcție de modalitățile locale de aplicare. Faptul de a accepta un astfel de cadou nu trebuie în nici un caz să afecteze negativ capacitatea de decizie a achizitorului și a prescriptorului în raport cu furnizorul.

## RELAȚII GUVERNAMENTALE ȘI ANTICORUPȚIE

**Principiu PRM:** *"Oricare ar fi țările în care activăm, ne opunem cu determinare oricărei forme de corupție cu instituții de orice fel, publice sau private. Ne opunem oricărei acordări de sume de bani către un terț, dacă nu corespunde unui serviciu real, cu o valoare justificată și înregistrat în mod legal în conturile noastre..."* (Carta PRM versiunea 2002, Să ne folosim valorile)

Michelin se opune acordării de mită sau de orice sumă ilegală, în mod direct sau indirect prin intermediul agenților și/sau interpușilor, către funcționari, membri ai guvernului sau orice alt funcționar public.

Prin "agent și/sau interpus" se înțelege un terț la care se face apel pentru a negocia un parteneriat, un contract public sau orice altă relație comercială.

De exemplu, se interzice vărsarea unui comision, unei reduceri, unor onorarii de consultanță sau a unei remunerații pentru serviciile realizate, sub forma acordării de bani sau de avantaje financiare, de îndată ce astfel de vărsăminte sunt folosite pentru remunerarea unui membru al guvernului, a unui funcționar sau agent public sau privat pentru a primi o decizie favorabilă sau pentru a induce un avantaj către Michelin. De asemenea, astfel de plăți trebuie să fie considerate interzise când sunt efectuate de un intermediar sau de un consultant extern.

Pentru garantarea respectării complete a legii, echipele de la Achiziții trebuie să aplice cât mai precis regulile enunțate în Codul de Etică și în Codul de Comportament Anticorupție din Grup, documente de referință.

## CONFIDENȚIALITATE

**Principiu PRM:** *"Ridicăm confidențialitatea la rang de datorie, imediat ce interesele clienților noștri, ale acționarilor, partenerilor, colaboratorilor, și mai general, ale Grupului nostru sunt în joc. (Carta PRM versiunea 2002, Să ne folosim valorile)"*

Echipele Achiziții Michelin pot deține informații despre Grup care trebuie să rămână confidențiale în măsură în care divulgarea sau prezentarea lor prematură ar putea dăuna Grupului. De exemplu, aceste informații se pot raporta la produse, studii, cunoștințe tehnice, proiecte industriale, comerciale, date financiare, sau chiar planuri viitoare de ordin strategic, tactic, bugetar sau alte informații Michelin care nu au fost făcute publice.

Fiecare angajat trebuie să se asigure că astfel de informații nu vor putea fi difuzate direct sau indirect în afara companiei, nici comunicate unor persoane care nu sunt mandatate să le primească.

De asemenea, confidențialitatea tuturor informațiilor primite în cadrul unei consultări și referitoare la un furnizor, este respectată cu strictețe în raport cu celelalte societăți solicitate.

În timpul fazei de negociere, se vor putea semna contracte între Michelin și furnizorii săi.

## CONCURENȚĂ LOIALĂ

**Principiu PRM:** *"Susținem o competiție comercială loială, exercitată de toți actorii de pe piață în cadrul normelor de dreptul concurenței" (Carta PRM versiunea 2002, Să ne folosim valorile)"*

Alegerea unui furnizor sau a unui subcontractor de bunuri sau de servicii trebuie să se efectueze pe criterii exclusiv obiective și în mod transparent.

**Sunt respectate următoarele reguli și principii de punere în concurență:**

- ➔ Trimiterea cererii de ofertă către diferiți furnizori consultați se face în același timp și data limită pentru primirea ofertelor este aceeași pentru toți.
- ➔ Lista furnizorilor consultați este confidențială, chiar după încheierea unui contract, pentru a evita înțelegerile dintre furnizori.
- ➔ Furnizorii consultați primesc simultan și cu strictețe aceleași documente. Cererile de informații suplimentare din partea furnizorilor în timpul perioadei de cerere de ofertă trebuie să fie orientate în mod precis către achizitor sau către un responsabil tehnic desemnat de către acesta în documentele de consultare.
- ➔ Este obligatoriu și echitabil ca răspunsurile date la întrebările unui furnizor, dar și orice alt element de informare general (care nu are legătură cu o soluție proprie a unui furnizor participant) care poate aduce o clarificare suplimentară referitor la documentele de cerere de ofertă, să fie retransmise către toți ceilalți furnizori consultați.
- ➔ Propunerile care conțin variante sau opțiuni, în paralel cu soluția principală, trebuie să fie încurajate.
- ➔ Documentele cererii de ofertă sunt confidențiale. Astfel, furnizorul nu trebuie să le comunice către un terț fără autorizația scrisă a Michelin.
- ➔ Dacă se acceptă o prelungire a termenului de răspuns, aceasta este acordată către toți furnizorii.
- ➔ Prețurile, condițiile și celelalte detalii tehnice ale unui furnizor consultat nu trebuie să fie trimise către ceilalți ofertanți. Acest lucru rămâne valabil când alegerea furnizorului a fost făcută. Procedul de cerere de ofertă nu reprezintă un instrument de obținere de deize. Achizitorul alege împreună cu prescriptorul său furnizorul reținut pe criterii predeterminate, cunoscute înainte de primirea ofertelor, și aplicate la toate propunerile.
- ➔ Michelin nu se obligă să aleagă prețul cel mai mic, ci soluția care servește cel mai bine intereselor sale.
- ➔ Furnizorilor nereținuți trebuie să li se adreseze mulțumiri pertinente la momentul primirii răspunsului lor. Explicarea motivelor pentru care nu au fost aleși permite ca propunerile lor pentru afacerile următoare să fie mai adaptate și nu vor avea impresia unei încheități.
- ➔ Departamentul Achiziții trebuie să poată prezenta și justifica toate alegerile făcute.

## FRAUDĂ

**Principiu PRM:** *“Să veghem la respectarea permanentă a normelor și a culturilor din țările în care activăm. . . În toate țările în care ne-am instalat suntem determinați să ne comportăm ca o companie responsabilă, onestă, care respectă oamenii și legile.”*  
(Carta PRM versiunea 2002, Să ne folosim valorile)

Fraudele interne constituie o amenințare importantă pentru activitățile Michelin cu consecințe asupra reputației Companiei și asupra comportamentului în afaceri.

Frauda, incorectitudinea, dar și orice comportament care poate fi pedepsit penal, sunt strict interzise la Michelin; compania poate angaja responsabilitatea civilă sau penală a angajatului.

Michelin a adoptat o Directivă Grup referitoare la gestionarea riscului de fraudă care menționează că toate societățile din Grup, dar și personalul acestora, împărtășesc aceeași viziune asupra cerințelor Grupului în materie de fraudă și adoptă o serie de măsuri eficiente pentru a o combate.

## MEDIERE

Dacă nu există un răspuns satisfăcător după discuții prealabile cu interlocutorii săi obișnuiți, furnizorul poate cere, dacă dorește, un mediator pentru relațiile client-furnizor pentru a căuta împreună, în mod amiabil, o soluție rapidă. Această misiune de mediere este asigurată de Directorul Calitate în cadrul Direcției de Achiziții a Grupului Michelin.

Mediatorul nu intervine decât atunci când furnizorul a încercat deja fără succes să rezolve dificultățile sale cu interlocutorii obișnuiți din cadrul Companiei (de exemplu: achizitorul responsabil de proiect, centru de plată, gestionar contract). Cererile care nu respectă acest principiu nu vor fi luate în seamă.

Pentru a sesiza mediatorul, furnizorul trimite dosarul său de mediere prin intermediul site-ului Internet de Achiziții, rubrica “furnizori”. <https://purchasing.michelin.com/fr/mediation-dachats>

Dacă nu se găsește nicio soluție cu ajutorul mediatorului intern, părțile se angajează să sesizeze un mediator convențional extern.

## CONCLUZIE

Achizitorului i se cere cea mai mare transparență în raport cu superiorul său direct. În cazul îndoielilor referitoare la acțiunile care trebuie întreprinse, se poate solicita ajutorul acestuia.

## ALEGERE FURNIZORI

### Această fază nu îi vizează decât pe furnizorii noi.

Pentru a integra un furnizor nou, echipele din Grup urmează un proces structurat care are ca scop validarea potențialului și a capacității furnizorului de a satisface așteptările Michelin în probleme comerciale, tehnice, de calitate, de respectare a termenelor și de dezvoltare durabilă. Furnizorii selectați de către Grup vor trebui să se conformeze valorilor deja menționate în prezentul document.

Această fază se traduce printr-o:

### EVALUARE PRELIMINARĂ

Această evaluare este efectuată la început printr-un chestionar care permite:

- ➔ analiza situației financiare și economice a companiei,
- ➔ evaluarea procesului de calitate,
- ➔ măsurarea capacității sale de a răspunde din punct de vedere tehnic caietelor de sarcini Michelin,
- ➔ evaluarea angajamentului său și a procesului acestora de dezvoltare durabilă.

Această evaluare preliminară poate fi completată printr-o:

### VIZITĂ PE ȘANTIER

Această vizită permite verificarea și completarea evaluării preliminare, dacă este necesar. Se poate concretiza prin:

- ➔ audit furnizor
- ➔ vizitarea uneia sau mai multor uzine ale furnizorului,
- ➔ test într-o uzină din grupul Michelin.

### Pentru a fi ales, furnizorul se obligă:

- ➔ să răspundă la chestionarul de evaluare și să fie declarat conform,
- ➔ să respecte principiile și cerințele exprimate în acest document,
- ➔ să implementeze un sistem de gestiune a calității care să poată răspunde cerințelor normei ISO 9001 în vigoare. Certificările ISO 14001, ISO 9001 și IATF 16949 vor reprezenta avantaje pentru alegerea furnizorilor.

Pentru furnizorii agreeți în domeniul Materiilor Prime, certificarea ISO 9001 este necesară și certificarea ISO 14001 trebuie să facă parte integrantă din axele primare de progres reținute de furnizorii noștri.

- ➔ să implementeze un sistem de responsabilitate socială și de mediu înconjurător (Ex: ISO 26000)
- ➔ să primească o echipă de la Michelin în uzină pentru un audit sau o vizită tehnică,
- ➔ să le ceară subcontractorilor să respecte aceste principii și cerințe,
- ➔ să informeze în prealabil Michelin referitor la orice modificare:
  - în procedeul de fabricare, de sistem de calitate sau de subcontractare,
  - a structurii companiei sale (uzină de producție, fuzionare, achiziție, afiliere).

Dacă furnizorul este ales, în acel moment poate fi integrat în operațiunile de concurențialitate Michelin.

**NB:** La cerere, furnizorul poate fi obligat să furnizeze toate informațiile pertinente pentru realizarea unei analize de ciclu de viață pentru un produs sau un serviciu.



# CALITATE

## CULTURA CALITĂȚII

*„Să le oferim clienților noștri cea mai bună anvelopă la cel mai bun preț pe fiecare segment de piață” și “să fim compania de referință în materie de calitate a serviciilor”, acesta este angajamentul Michelin de mai mult de un secol. Extras din principiile Calitate Michelin.*

Acest obiectiv care ne animă zilnic poate satisface și anticipa cerințele clienților noștri din toate domeniile de calitate, ne stimulează să mergem pe calea progresului continuu.

Este responsabilitatea echipelor de la Achiziții, împreună cu furnizorii noștri, de a se asigura că produsele livrate, oricare ar fi proveniența sau destinația lor, dar și serviciile oferite, sunt conforme cu cerințele clienților noștri, și respectă valorile Grupului printre care se află și Calitatea MICHELIN.

**ÎMPREUNĂ**, trebuie să implementăm mijloacele necesare pentru a obține și a garanta această calitate, cu o preocupare permanentă de gestionare a costurilor pentru a reuși.

**MICHELIN și FURNIZORII săi nu pot fi disociați pentru a avansa în această direcție.**

## PRINCIPII

Încă de la formarea Grupului avem o cultură puternică a responsabilității care se exprimă printr-o cerere absolută de securitate și de calitate pentru toate produsele și serviciile noastre.

Calitatea produselor și a serviciilor destinate clienților Michelin, prioritate absolută a Grupului, este condiționată de calitatea bunurilor și serviciilor achiziționate de Michelin.

Procesul de Asigurare Calitate Furnizori precizează cum Michelin înțelege să aplice orientările politicii sale de calitate în relațiile cu furnizorii săi și cu gestionarea calității produselor și serviciilor achiziționate. Acest demers este indispensabil pentru a garanta permanentizarea performanței grupului Michelin și pentru a-i permite să atingă mize strategice.

Prin intermediul acestui proces, Michelin dorește:

- ➔ să implementeze cu furnizorii săi condiții necesare pentru a asigura calitatea totală a tuturor produselor achiziționate, de-a lungul ciclului lui de viață, și a tuturor serviciilor furnizate,
- ➔ să întocmească împreună cu furnizorii săi relații puternice și durabile, bazate pe încredere reciprocă,
- ➔ să îi provoace pe furnizorii săi în gestionarea procesului lor de calitate și a abordării lor de progres,
- ➔ să suscite forța de propunere a furnizorilor săi (în termeni de inovație și/sau diferențiere).

## AGREMENTARE PRODUS

În funcție de nivelul de risc calitate, Michelin procedează la agrementarea produsului pentru una sau mai multe uzine ale sale.

Agrementul trebuie să îi garanteze companiei Michelin că furnizorul este capabil să livreze un produs, la cel mai bun cost și conform cu cerințele caietului de sarcini, în termeni de calitate, cantitate, date de livrare, servicii asociate și permanentizare.

Agrementul se referă la un produs:

- ➔ specificat într-un caiet de sarcini Michelin,
- ➔ elaborat pe un produs definit, chiar pe o linie sau pe un utilaj de producție,
- ➔ într-o uzină de producție dată.

Procedul de agrementare a produsului este descrisă în anexă.

## FUNCȚIONARE OBIȘNUITĂ

În funcționare obișnuită, Michelin așteaptă de la furnizorii săi să tindă spre ținta de performanță următoare:

**“100% livrări de produse în termenii și cantitățile convenite, fără nerealizări, la cel mai bun preț sau 100% servicii oferite conforme cu specificațiile.”**

Orice produs livrat sau serviciu furnizat trebuie să respecte imperativ în integralitate termenii contractului și ai comenzii dar cerințele caietului de sarcini. Orice livrare de produs sau serviciu neconform este interzisă.

În acest stadiu, furnizorul și Michelin au făcut schimb:

- ➡ de coordonate pentru corespondenții și responsabili din domeniile de achiziție, lanț de aprovizionare și tehnică,
- ➡ de coordonate bancare,
- ➡ de reguli de comunicare, cum ar fi limba folosită și interfețele informatice (EDI, procesare comenzi, lanț de aprovizionare),
- ➡ de modalități de funcționare în caz de criză.

## 1. AMBALARE – TRANSPORT

Produsele livrate sunt:

- ➡ **însoțite de documente administrative** cu toate informațiile cerute de caietul de sarcini sau specificate în comenzi și/sau apelurile de livrare,
- ➡ **ambalate astfel încât să își păstreze integritatea și conformitatea** în timpul operațiunilor de manipulare, depozitare și transport.

Ambalajele individuale și colective trebuie să răspundă cerințelor legale din țările de destinație ale produselor. În funcție de situații și de produse, furnizorul și Michelin se înțeleg pentru a optimiza procesul de împachetare (definirea tipurilor de recipiente, a materialelor de ambalare, manipularea lor, returul, reciclarea, etc.) și pentru a participa astfel la scăderea costurilor și la protecția mediului înconjurător.

## 2. LIVRARE

Furnizorul trebuie să prevină în mod imperativ orice diferență de livrare față de comandă în ceea ce privește cantitatea sau termenul de livrare.

În acest caz, pentru a obține autorizația de livrare, furnizorul trebuie să facă o cerere de derogare la interlocutorii de la Achiziții și de la SupplyChain desemnați de Michelin. După o analiză de risc, Michelin comunică pașii care trebuie urmați.

Furnizorul informează despre orice suplimentare de marfă, suportată de Michelin sau chiar de acesta. Realizează și prezintă bilanțul la cerere.

## 3. GARANȚIE CALITATE-CONFORMITATE

**Furnizorul este responsabil în întregime de calitatea produselor livrate și de serviciile furnizate.**

Trebuie să implementeze și să verifice eficacitatea procedurilor sistemului său de calitate pentru a asigura că toate produsele livrate sau serviciile furnizate sunt conforme cu cerințele specificate de Michelin.

Michelin îi poate cere furnizorului:

- ➡ să identifice un Corespondent de Securitate responsabil cu calitatea produselor livrate către client
- ➡ să îi comunice informații referitoare la instrumentele și înregistrările privitoare la gestionarea calității (gestionare producție, plan de supraveghere, instrumente statistice, identificare, trasabilitate, preservare produs, gestionarea caracteristicilor, a conformității produselor și a neconformităților, etc.),
- ➡ să participe la procesul de validare sau de aliniere din laboratorul său,
- ➡ să semnaleze sau să repereze orice lot livrat către Michelin care a făcut obiectul unei trieri sau al unei reparații, în urma unei neconformități interne,
- ➡ să îi trimită un eșantion pentru fiecare lot livrat, independent de livrare,

- ➡ să păstreze, pe o perioadă stabilită, un eșantion reprezentativ pentru fiecare lot livrat,
- ➡ să păstreze rezultatele sale produs/procedeu, pe o perioadă stabilită,
- ➡ să verifice în uzină tot sistemul de gestiune a calității sau o parte din acesta, etc.

Michelin precizează parametrii necesari pentru buna aplicare a punctelor de mai sus.

Pentru fiecare produs, Michelin stabilește de comun acord cu furnizorul, natura, conținutul și trimiterea documentelor care trebuie să însoțească fiecare livrare, ca de exemplu:

- ➡ borderouri de livrare,
- ➡ un certificat de analiză furnizor: COA pe care trebuie să figureze în special elementele referitoare:
  - la identificarea comenzii, a lotului și a produsului,
  - la cantitatea livrată,
  - la rezultatele reprezentative ale lotului,
  - etc. . .

Detaliile elementelor cerute în COA sunt stabilite de Michelin, în acord cu furnizorul (**site internet <https://purchasing.michelin.com/Espace-documents>**); ele includ:

- ➡ un certificat de conformitate,
- ➡ un marcaj care atestă conformitatea produsului.

Nivelul de calitate este apreciat prin intermediul indicatorilor de măsurare a performanței. Acești indicatori sunt:

- ➡ stabiliți de Michelin și de furnizor,
- ➡ monitorizați și comunicați periodic de către furnizor.

Elementele transmise de furnizor vor putea fi verificate în orice moment prin intermediul auditurilor interne realizate de Michelin. Furnizarea indicatorilor greșiți poate genera oprirea relațiilor cu furnizorul.

#### 4. SOLUȚIONAREA RECLAMAȚIILOR

##### **Reactivitatea și eficacitatea sunt cerute pentru eradicarea carențelor și rezolvarea reclamațiilor.**

Originea unei reclamații poate fi o carență detectată la recepție sau în curs de utilizare.

Fiecare reclamație este însoțită de dovezi și/sau de evaluare a neconformității. Michelin se obligă să îi furnizeze furnizorului, cât mai repede posibil, toate elementele necesare înțelegerii și soluționării neconformității.

Pentru fiecare reclamație, furnizorul trebuie să se conformeze dosarului de reclamație, formulat de Michelin, și anume:

- ➡ să primească și să ia în considerare reclamația,
- ➡ să proceseze produsul refuzat, în funcție de decizia luată,
- ➡ să trimită către Michelin dovada:
  - implementării imediate de acțiuni adaptate efectelor reale sau potențială ale neconformității (continuitatea aprovizionării, protecția produselor Michelin),
  - identificării cauzelor problemei și implementării planului de acțiuni corective,
  - garanției reînnoirii neconformității,
  - măsurării eficacității acțiunilor corective și dovezilor de retur la conformitatea integrală a produsului.
- ➡ să respecte termenele cerute.

Oricare ar fi importanța reclamației, Michelin își rezervă dreptul:

- ➡ de a-l convoca pe furnizor pentru a-i prezenta planul de îmbunătățire,
- ➡ să îi impute furnizorului său supraprețurile apărute, cum ar fi controalele și transporturile suplimentare, costurile cu reparațiile, trierile și deșeurile, pierderile de productivitate,
- ➡ de a impune cerințe speciale pentru costurile furnizorului în scopul de a asigura conformitatea produselor primite (validarea planului de supraveghere, dovezile rezultatelor, evaluarea performanței produsului, procedul sau auditul acțiunilor corective),
- ➡ de a face un audit pentru planul de acțiuni corective.

(1) COA : Certificat de analiză furnizor

## 5. PROGRES CONTINUU

În funcționare normală, furnizorul trebuie să definească și să comunice imediat către Michelin planul său principal de îmbunătățire și de progres continuu.

Trebuie să furnizeze dovada că se angajează în mod dinamic în activități:

- ➔ de calitate totală, pentru îmbunătățirea ținută și pertinentă a calității,
- ➔ de reducere a costurilor,
- ➔ de monitorizare tehnologică și de anticipare a evoluțiilor documentelor necesare (de securitate, legislative, de calitate, de dezvoltare durabilă, concepție eco, etc.).

Aceste activități îl pot conduce pe furnizor să facă modificări care pot avea un impact asupra performanței produselor livrate sau asupra serviciilor furnizate către Michelin.

Furnizorul are obligația de a informa imediat compania Michelin, referitor la orice intenție:

- ➔ de schimbare a uzinei de producție sau a structurii,
- ➔ de modificare a procedurii, a liniei sau a echipamentelor de producție, a produselor intrate, a sistemului de calitate sau a oricărei evoluții în serviciile furnizate.

Această informare trebuie să se facă înaintea oricărui început de modificare care are implicații asupra produselor livrate sau asupra serviciilor furnizate către Michelin.

În urma analizei de risc, Michelin stabilește împreună cu furnizorul procedeu pentru validarea noutăților sau a evoluției. Michelin își rezervă dreptul de a porni un nou proces de agrementare dacă estimează că modificarea prevăzută este susceptibilă de a produce un impact asupra performanței produselor și uzinelor sale.

Furnizorul și Michelin trebuie să cadă de acord referitor la condițiile și planul de livrare a produselor fabricate sau la serviciile furnizate în funcție de modificările care trebuie validate. Orice modificare este supusă autorizației prealabile scrise Michelin.

Acest lucru este valabil pentru orice subcontractare efectuată de furnizor.

## 6. MANAGEMENT FURNIZOR

Michelin realizează în mod regulat monitorizări, controale sau audituri la furnizori, în funcție de nivelul de încredere atins.

În funcție de rezultate și în cazul nerespectării Principiilor de Achiziții, Michelin își rezervă dreptul de a sancționa furnizorul:

- ➔ printr-o reducere a achizițiilor,
- ➔ prin retragerea agrementului produsului (agrementul poate fi de asemenea retras în timpul perioadelor fără livrări. Michelin stabilește durata acestei perioade în funcție de produse),
- ➔ chiar prin excluderea din portofoliul furnizorilor Michelin.



## GESTIONAREA RELAȚIEI CU FURNIZORII „SRM”

Să se stabilească o colaborare activă și de calitate cu furnizorii săi cu scopul de a construi o strategie de achiziții adaptată la nevoile și la mizele grupului Michelin, acesta este obiectivul echipelor de la Achiziții.

Dialogul și cooperarea, transparența, dorința de a modela împreună viitorul mobilității și o atitudine responsabilă în comportamentul acțiunilor noastre actuale și viitoare reprezintă elementele centrale. În aceste principii se înscrie procedeul nostru SRM (Supplier Relationship Management).

O împărțire a furnizorilor în 4 categorii permite gestionarea optimizată a relației cu furnizorii noștri. Echipele noastre dezvoltă de asemenea nivelurile diferite de relații și de instrumente adaptate în funcție de această segmentare:

- **Tier 1**: elaborarea unei relații veritabile de ordin strategic bazate pe proiecte de inovații și/sau parteneriate,
- **Tier 2**: dezvoltarea relației business pentru un avantaj competitiv benefic celor două părți,
- **Tier 3**: optimizarea relației actuale bazate pe progres continuu,
- **Tier 4**: continuarea relațiilor comerciale bazate pe respectarea angajamentelor reciproce.

Această activitate de colaborare trebuie să le permită lui Michelin și furnizorilor săi, prin intermediul elaborării planurilor de progres, să creeze și să împărtășească mai multă valoare, și să măsoare efectele pe termen lung.

## BUSINESS CONTINUITY MANAGEMENT “BCM”

Grupul Michelin a dezvoltat o expertiză pentru ameliorarea continuă a capacității sale de continuare a activităților sale în caz de criză majoră. Pe această bază și în cadrul relației cu furnizorii, procedeul BCM (Business Continuity Management) integrează de asemenea riscurile de ruptură a aprovizionării cu materii prime, bunuri și echipamente industriale dar și cu servicii.

Într-o logică de creare de valoare împărtășită, procedeul BCM pentru Achiziții privilegiază soluționarea riscurilor la sursă stimulându-i pe furnizorii noștri să adopte și ei această abordare pentru a minimiza impactul unui incident sau al unei crize.

Auditorile “BCM” pot fi efectuate cu scopul pentru a se asigura că furnizorii noștri sunt dotați cu un plan de gestiune eficace pentru continuitatea activităților lor.



## POLITICA NOASTRĂ RSE, PERFORMANȚĂ ȘI RESPONSABILITATE MICHELIN, "UN MOD MAI BUN DE A AVANSA" LA ACHIZIȚII

Responsabilitatea societală și de mediu înconjurător (RSE) din grupul Michelin este angajată în relațiile cu furnizorii săi și cu subcontractorii acestora.

De mai mulți ani, Michelin continuă un proces de achiziții responsabile cu furnizorii săi prin intermediul integrării și declinării operaționale de principii de dezvoltare durabilă.

Pentru a întocmi cu furnizorii noștri relații benefice pentru toată lumea, așteptăm de la aceștia să respecte principiile următoare ale politicii noastre de dezvoltare durabilă și să le aplice în cadrul propriului lor lanț de aprovizionare.

**Care sunt principiile importante și cum poate departamentul Achiziții Michelin să impună valorile Grupului în relațiile cu furnizorii săi?**

**Pentru Grup, pentru echipele sale Achiziții și pentru furnizorii săi, "Un mod mai bun de a avansa" înseamnă:**

### METODĂ DE LUCRU

#### ASCULTAREA ȘI SATISFACEREA CLIENTULUI

Răspunzând în mod precis și constant cerințelor noastre furnizorii ne ajută să răspundem așteptărilor clienților noștri.

#### ACȚIUNI PENTRU PERFORMANȚA ECONOMICĂ A GRUPULUI

Serviciul Achiziții se bazează pe analiza costului total de posesie pentru a obține cea mai bună performanță economică. Acesta acordă o atenție specială adecvării dintre nevoile Grupului și calitatea produselor și a serviciilor furnizate. Procedeul analizei de cost pe ciclul de viață poate fi de asemenea utilizat pentru a lua în considerare toate costurile apărute de-a lungul duratei de viață a bunurilor și a serviciilor.

#### SĂ NE INTEGRĂM ARMONIOS ÎN SOCIETĂȚILE ȘI COMUNITĂȚILE CARE NE ÎNCONJOARĂ ÎN TOATE ȚĂRILE LUMII

**Principiu PRM:** "Fiecare își exercită responsabilitățile încercând să amelioreze integrarea armonioasă a activităților noastre în diversitatea rețelelor economice și sociale în care dezvoltăm activitățile noastre industriale și comerciale." (Carta PRM versiunea 2011)

În ciuda prezenței sale mondiale, Michelin încearcă să se aprovizioneze de la furnizori locali, de la companii din sectorul de activitate protejat și adaptat pe lângă furnizorii internaționali care satisfac nivelul său de exigență și aderă la principiile de dezvoltare durabilă.

#### SĂ FACEM ACTIVITĂȚILE NOASTRE MAI PRIETENOASE CU MEDIUL ÎNCONJURĂTOR

**Principiu PRM:** "Pasiunea noastră pentru inovație se află în serviciul creșterii performanței de mediu a produselor noastre. Căutăm în continuu cel mai bun echilibru dintre economiile de carburant pe care le oferă eficiența lor energetică, economiile de materie primă care generează longevitate, cu scopul de a fi întotdeauna mai siguri."

"În fiecare platformă industrială care ne aparține, conducem performanța noastră de mediu pentru a gestiona impactul tuturor activităților noastre. Garantăm conformitatea noastră regulamentară." (Carta PRM versiunea 2011)

În contextul rarefierii materiilor prime și al luptei contra schimbărilor climatice, mobilitatea trebuie să progreseze în continuare. De-a lungul ciclului de viață al anvelopei impactul asupra resurselor naturale, energiei, materiei, apei, poate fi ameliorat printr-un proces de **economie circulară**. Michelin propune mobilizarea simultană a 4 pârgșii de acțiune asupra întregului ciclu de viață al anvelopei și aducerea unei combinații de soluții în favoarea unei mai bune utilizări a resurselor. Este **strategia 4R: reducem** (reducerea cantității de resurse folosite pentru îndeplinirea aceluiăș țel realizând cea mai bună utilizare posibilă a materiei prime utilizate), **reutilizăm** (repararea, reprofilarea și reșaparea permit economisirea materiilor prime), **reciclăm** (proiecte de valorizare și de regenerare), **reinnoim** (creșterea procentajului de materiale reciclabile).

În ceea ce privește protecția mediului înconjurător și pentru a limita riscurile de mediu prin intermediul lanțului de aprovizionare, așteptăm de la furnizorii noștri și de la subcontractorii acestora:

- ➔ respectarea normelor și regulamentelor în vigoare în țara lor, dar și în orice țară în care Michelin vinde și distribuie produsele furnizate; la cererea noastră, se pot aplica și standarde Michelin mai constrângătoare pentru anumite proiecte și anumite zone geografice,
- ➔ implementarea unui sistem de management de mediu înconjurător care să permită măsurarea eventualelor efecte negative generate de activitățile lor asupra mediului înconjurător,
- ➔ reducerea și gestionarea deșeurilor, a substanțelor toxice/periculoase și a ambalajelor de-a lungul ciclului de viață al produselor lor,

**NB:** Toți furnizorii care lucrează cu substanțe chimice în perimetru european se supun normei REACH și trebuie să satisfacă obligațiile legale de trasabilitate și de declarare.

- ➔ reducerea gazelor cu efect de seră,
- ➔ prezervarea resurselor naturale și a ecosistemelor dar și menținerea biodiversității,
- ➔ dezvoltarea produselor / serviciilor cu impact redus asupra mediului înconjurător pentru a reduce impactul lor de-a lungul ciclului de viață, menținând și îmbunătățind în același timp calitatea lor,
- ➔ colaborarea lor în cadrul analizelor de ciclu de viață realizate de Michelin.

Aceste procedee vor acoperi nu numai activitățile proprii ale furnizorului, dar acesta va trebui să se angajeze în promovarea acestor bune practici de către proprii săi furnizori. Reducerea amprente de CO<sub>2</sub> în ceea ce privește transportul de la sau către uzina furnizorului va trebui să facă obiectul unei atenții speciale.

## STABILIREA DE RELAȚII INTEGRATE CU FURNIZORII NOȘTRI

**Principiu PRM:** "Stabilim relații integre cu partenerii noștri industriali sau comerciali, în special cu furnizorii, bazându-ne pe termeni contractuali corecți și vizând cel mai bun echilibru posibil dintre progresia rezultatelor noastre și stabilirea legăturilor permanente de parteneriat." (*Carta PRM versiunea 2011*)

Michelin dorește să aibă relații integre cu toți furnizorii săi.

Le cerem furnizorilor noștri:

- ➔ să lucreze cu transparență totală respectând legile concurenței,
- ➔ să lupte împotriva oricărei forme de corupție,
- ➔ să se oblige să protejeze proprietatea intelectuală,
- ➔ să garanteze confidențialitatea informațiilor comunicate.

Michelin adoptă o atitudine responsabilă față de furnizorii săi, care constă în plata facturilor lor conform legilor și regulamentelor din țările în care Grupul activează, aplicând dispozițiile cu strictețe și sinceritate.

## SĂ NE OBLIGĂM PENTRU ACHIZIȚII RESPONSABILE

### Minereuri originare din regiuni cu risc

Michelin respectă legea Dodd-Frank și „Consumer protection Act” care le impun companiilor mai multă transparență în ceea ce privește minereurile utilizate.

Acestea prevăd divulgarea utilizării în anumite produse a „Minereurilor de Conflicte” necesare fabricării sau funcționalităților acestor produse.

Termenul „**Minereuri de Conflicte**” se referă la **aur, staniu, tantal și tungsten** („3T&G”), derivatele casiteritei, columbit-tantalit, și wolframita, fără să conteze unde au fost achiziționate, transformate sau vândute. Finalitatea acestor cerințe este de a promova obiective umanitare pentru terminarea conflictelor violente din Republica Democratică Congo și țările înconjurătoare, finanțate în parte prin exploatarea și comercializarea „Minerurilor de Conflicte”.

Pentru a asigura respectarea acestor cerințe și a pentru a verifica originea acestor minereuri în lanțul nostru de aprovizionare, le cerem anumitor furnizori și subcontractorilor acestora să **completeze formularul „Conflict Minerals Reporting Template”**.

### SĂ ACȚIONĂM PENTRU GESTIONAREA RESPONSABILĂ ȘI DURABILĂ A FILIEREI ARBORILOR DE CAUCIUC

Producător și transformator de cauciuc natural, Michelin respectă și dorește să promoveze **cinci angajamente** formulate în Principiile de Achiziții Michelin în domeniul cauciucului natural.

#### Respectul față de oameni

- ➔ Favorizarea rezolvării conflictelor legate de proprietatea funciară.
- ➔ Ameliorarea condițiilor de lucru și a cadrului de viață.

#### Protecția mediului înconjurător

- ➔ Lupta împotriva despăduririlor.
- ➔ Gestionarea impactului potențial al tăierilor de arbori de cauciuc în raport cu fauna, flora și mediul înconjurător.

#### Ameliorarea activităților agricole

- ➔ Promovarea celor mai bune practici agricole la furnizorii săi, organizațiile profesionale, cooperativele locale sau grupurile de plantatori.
- ➔ Acțiuni în favoarea creșterii randamentelor agricole.

#### Utilizarea corectă a resurselor naturale

- ➔ Creșterea eficacității cauciucului natural.

#### Comportamentul corect

- ➔ Lupta împotriva oricărei forme de corupție.
- ➔ Dialogul cu părțile participante locale și internaționale cu scopul de a contribui la dezvoltarea filierei durabile de cauciuc natural.
- ➔ Acțiuni transparente.

Cauciucul natural, datorită impactului său de mediu și social, face obiectul unui procedeu special. Redactat cu ajutorul tuturor participanților, și în special cu cel al ONG-urilor specializate în protecția mediului înconjurător și a drepturilor omului, angajamentul Cauciuc Natural Durabil redactat în 2016 constituie o referință contractuală pentru furnizorii Grupului.

Acest document, care poate fi descărcat de pe site-ul de achiziții al Grupului ([purchasing.michelin.com](https://purchasing.michelin.com)), stabilește cu precizie condițiile de exploatare ale acestei materii prime, atât pe plan de mediu [despădurire zero, realizare zone HCV (High Conservation Value), HCS (High Carbone Storage) și zone de turbă] cât și pe plan social și drepturile omului (condițiile de lucru, consimțământul prealabil, liber și clar al populațiilor vizate, etc.).

Îi încurajăm pe toți participanții din lanțul de aprovizionare să adopte practici responsabile la nivel social și de mediu pentru a menține cultura de arbore de cauciuc într-o dinamică pozitivă.

Integralitatea documentelor noastre Michelin din domeniul cauciucului natural este disponibilă pe site-ul <https://purchasing.michelin.com/fr/espace-documents/>

**Pentru Grup, pentru echipele de Achiziții și pentru furnizorii săi „Un mod mai bun de a avansa” reprezintă de asemenea:**

### O CULTURĂ UNICĂ

Aceasta reprezintă un avantaj concurențial și un atu major pe care furnizorii noștri și subcontractorii le apreciază.

## RESPECTUL FAȚĂ DE OAMENI

Ne așteptăm ca furnizorii noștri și subcontractorii acestora să respecte:

- ➔ standardele internaționale și în special declarația universală a Drepturilor Omului, Pactul Mondial al Națiunilor Unite, principiile directoare ale OCDE, principiile directoare ale ONU referitoare la companii și la drepturile omului,
- ➔ dispozițiile legale și regulamentare de dreptul muncii în vigoare în țară (nivel de remunerație, durata muncii, libertatea de asociere, etc.),
- ➔ convențiile fundamentale ale Organizației Internaționale a Muncii (PIT) referitoare în special la exploatarea copiilor, munca forțată, recurgerea la munca ilegală, libertatea de asociere și nediscriminarea,
- ➔ demnitatea persoanei prin intermediul condițiilor de lucru acceptabile,
- ➔ regulile de securitate aplicate în uzinele Michelin unde acționează. În această situație, este responsabilitatea furnizorului de a semnaliza orice anomalie anunțată directorului uzinei din Grupul Michelin unde intervine.

## PROMOVAREA INOVAȚIILOR

**Principiu PRM:** „Păstrarea unui spirit deschis, căutarea continuă a inovației. În cazul în care Calitatea reprezintă fundația Mărcii, inovația o face unică.” (Carta PRM versiunea 2011)

Dintotdeauna, inovația se află în centrul dezvoltării Michelin. A fi precursor, a aduce inovații utile clientului și evoluțiilor societăților a permis Grupului să fie un participant major în evoluția industriei și a piețelor.

Procedeul de inovație deschis și înclinat spre colaborare al Michelin constă în implicarea atât a tuturor resurselor interne dar și a ecosistemului inovator al companiei din care fac parte furnizorii săi.

Încurajarea inovației la furnizorii noi pentru a crea împreună valoare reprezintă una din mizele departamentului Achiziții.

## PROGRES CONSTANT

Michelin lucrează cu furnizori care satisfac cerințele de calitate, cost și fiabilitate, și care se angajează să progreseze în ceea ce privește respectul față de oameni și mediul înconjurător. Astfel, Grupul îi ajută pe furnizori să construiască planuri de progres pentru a crește valoarea ofertelor lor.

Grupul Michelin asigură o monitorizare riguroasă și regulată a furnizorilor cu care lucrează prin intermediul **evaluărilor performanței lor inclusiv RSE “Responsabilitate Societală și de Mediu Înconjurător”**. Furnizorii noștri cheie se obligă să își fixeze obiective cifrate referitor la aceste subiecte, să trimită informațiile necesare pentru evaluarea lor și implementarea eventualelor planuri de acțiune corective cerute; de asemenea, ei autorizează Michelin sau prestatorii împuterniciți să realizeze audituri în uzină.

### Începând cu 2012, Michelin evaluează performanța RSE a furnizorilor săi cheie.

Pe lângă auditurile de calitate, cu ajutorul unei societăți de notare, Michelin măsoară nivelul de maturitate RSE al furnizorilor săi. Această evaluare declanșată după o analiză a riscurilor potențiale se prezintă sub forma unui chestionar online care trebuie să fie trimis de furnizor. Analiza forțelor și a slăbiciunilor în domeniile de mediu înconjurător, social și etic pot conduce, dacă este nevoie, la implementarea de planuri de acțiuni, sau conform nivelului de criticitate dintr-un audit mai special în uzină.

Printr-o abordare de progres RSE constant, Michelin investește întotdeauna mai mult în digital pentru a dezvolta instrumente noi inovatoare în serviciul strategiei sale de dezvoltare durabilă și de responsabilitate socială.

Michelin asigură o monitorizare și un pilotaj riguros al performanței sale globale în materie de achiziții durabile și se obligă să publice rezultatele evaluărilor RSE ale furnizorilor săi.

## O VIZIUNE PE TERMEN LUNG

În cadrul SRM „Supplier Relationship Management”, Michelin este angajat într-o relație de parteneriat pe termen lung cu furnizorii săi. Grupul dorește ca această relație să fie stabilă în mod echitabil în interesul tuturor părților implicate.

## EVALUAREA PERFORMANȚEI

Periodic, Michelin organizează reuniuni de bilanț de performanță împreună cu principalii săi furnizori.

Frecvența și conținutul acestor reuniuni sunt stabilite de comun acord cu furnizorul.

Obiectivul acestor reuniuni este de a:

- ➔ face o recapitulare și a ajunge la un acord în ceea ce privește:
  - bilanțul complet și factual al performanței furnizorului (calitate, respectare angajamente, competitivitate oferte comerciale, dinamică progres, inovație și creare de valoare, Responsabilitate Socială și de Mediu Înconjurător, Business Continuity Management),
  - planul de progres continuu, cu definirea și planificarea obiectivelor de ameliorare,
  - evaluarea de către furnizor a calității relațiilor cu Michelin în termeni de condiții de plată, gestionare relație, management lanț de aprovizionare, etc.
- ➔ împărtăși viziunea asupra relațiilor noastre tehnice și comerciale.

## CONCLUZIE

Grupul Michelin este prezent în numeroase țări, ceea ce reprezintă o paletă largă de culturi, legi și regimuri politice.

În calitate de Companie sau ca individ, regula fundamentală este înainte de toate de a respecta legile și normele din țările în care Grupul activează și de a asocia la acestea valorile și principiile formalizate în **Carta de Performanță și Responsabilitate Michelin, "Un mod mai bun de a avansa"**.

Conținutul acestui document este posibil să nu corespundă exact cu legile sau cu tradițiile dintr-o anumită țară. În acest caz, când legislația locală impune norme mai ridicate decât cele exprimate în acest document, legislația țării va prevala.

Totuși, dacă Principiile de Achiziții Michelin prevăd reguli mai exigente, acestea vor prevala.

Furnizorii grupului Michelin recunosc faptul că respectarea principiilor enunțate în prezentul document constituie un element esențial al relației comerciale și se angajează să le aplice sau să implementeze un proces de progres pentru a se conforma. **În cazul în care în ciuda unor avertismente reiterate, un furnizor s-ar afla în contradicție cu regulile expuse mai sus, Grupul va înceta orice relație comercială cu acesta.**

**NB:** Principiile de Achiziții publicate în 12 limbi și aplicabile la nivel mondial sunt revizuite regulat.



**MOVIN'ON**  
by Michelin





***ANEXE***

## CALITATE – PROCEDEU AGREMENTARE PRODUS

În funcție de nivelul de risc calitate, Michelin procedează la agrementarea produsului pentru una sau mai multe uzine ale sale.

Agrementul trebuie să îi garanteze companiei Michelin fie că furnizorul este capabil să livreze un produs, la cel mai bun cost și conform cu cerințele caietului de sarcini, fie în termeni de calitate, cantitate, termene de livrare, servicii asociate și perenitate.

Agrementul vizează un produs:

- ➔ specificat într-un caiet de sarcini Michelin,
- ➔ elaborat pe un procedeu definit, chiar o linie sau un utilaj de producție,
- ➔ într-o uzină de producție dată.

Acest trio "produs/procedeu/uzină furnizor" va fi subînțeles de fiecare dată când termenul produs va fi utilizat în acest proces.

### 1. DOCUMENTE NECESARE PENTRU AGREMENTAREA PRODUSULUI

Pentru a putea iniția procesul de agrementare, furnizorul va trebui:

- ➔ **să răspundă exigențelor și dispozițiilor legale și regulamentare** din țara de destinație referitor la compoziția și utilizare produsului livrat (ca de exemplu regulamentul REACH : privitor la substanțele chimice destinate țărilor din Uniunea Europeană, etc.).
- ➔ **să accepte și să semneze caietul de sarcini Michelin** (caiet de sarcini tehnic, și dacă este nevoie exprimarea cerințelor privitoare la identificare, trasabilitate, protecție, ambalare, transport, livrare, manipulare, etc.). Michelin și furnizorul trebuie să cadă de acord în ceea ce privește metodele de măsurare care vor fi folosite.
- ➔ **să furnizeze fișa de igienă și de securitate a produsului**, în limbile cerute în solicitare și conform legislației și normelor din țara de destinație. Această fișă va trebui să obțină viza Michelin înainte de utilizare.
- ➔ **să definească și să comunice caracteristicile neformulate** de Michelin, dacă este necesar pentru o utilizare specială sau previzibilă.

În cazul în care consideră că este necesar, Michelin îi poate cere furnizorului:

- ➔ **să îi comunice informații suplimentare** (care fac parte din chestionarul de audit furnizor) referitoare la:
  - concepție și dezvoltare,
  - administrare furnizori,
  - procedeul său de producție și robustețea acestuia,
  - mijloacele sale de producție, preservarea, depozitarea, ambalarea și transportul,
  - sistemul său de identificare și de trasabilitate,
  - mijloacele sale de comunicare (printre care administrarea comenzilor în EDI , prestații de servicii),
  - reciclarea, manipularea sau eliminarea materialelor.
- ➔ **să îi demonstreze administrarea:**
  - procedeului său de producție (rezultate AMDEC , procedeu de producție, capabilitate proces: Cp, Cpk ),
  - calității produselor fabricate, depozitate și livrate (gestionarea conformității produsului: plan de supraveghere, capabilitate produs, calitate măsurare, etc.),
  - produselor intrate și produselor subcontractate,
  - producției și a logisticii.
- ➔ **să îi demonstreze capacitatea sa de gestiune:**
  - a riscurilor de "business continuity": furnizarea nevoilor exprimate, a nevoilor excepționale și a urgențelor,
  - a caracteristicilor speciale,
  - a neconformităților și a reclamațiilor,
  - a modificărilor.
- ➔ **să fie certificat ISO 9001, certificarea ISO 14001 trebuie să facă parte integrantă din axele de progres reținute de către furnizor.**

Michelin își rezervă dreptul de a face o vizită tehnică sau un audit pentru o parte sau pentru toate cerințele exprimate, în funcție de criticitatea produsului și de cunoașterea furnizorului.

Rezultatul acestor activități condiționează continuarea procesului de agrementare.

(1) în Registrare, Evaluare și Autorizare substanțe **procedeul său de imice**

(2) EDI : Schimb de Date Informatice

(3) AMDEC : Analiza Modurilor de Avarie, a Efectelor și Criticității lor

(4) Cp, Cpk : indicatori de Capabilitate

## 2. DERULARE PROCES DE AGREMENTARE

În funcție de elementele prezentate de furnizor și de criticitatea produselor, Michelin întocmește un protocol de agrementare care stabilește:

- numărul și natura etapelor care trebuie implementate,
- volumele de produs care trebuie livrate pe etapă și uzinele Michelin în cauză,
- lista datelor care trebuie să fie trimise de furnizor (administrative, logistice, tehnice),
- nivelul de performanțe care trebuie obținut pentru agrementarea produsului, pe planul:
  - proprietăților intrinsece (în raport cu caietul de sarcini),
  - comportamentului în procedeul de producție Michelin,
  - aptitudinii de a răspunde cerințelor Michelin.

De altfel, Michelin și furnizorul său trebuie să cadă de acord:

- asupra stabilirii lotului, identificării și trasabilității acestuia,
- asupra documentelor de înregistrare a calității, asupra rezultatelor care trebuie produse referitoare la conformitatea produselor livrate.

De partea sa, Michelin implementează resursele necesare pentru executarea și finalizarea acestui proces cât mai repede posibil.

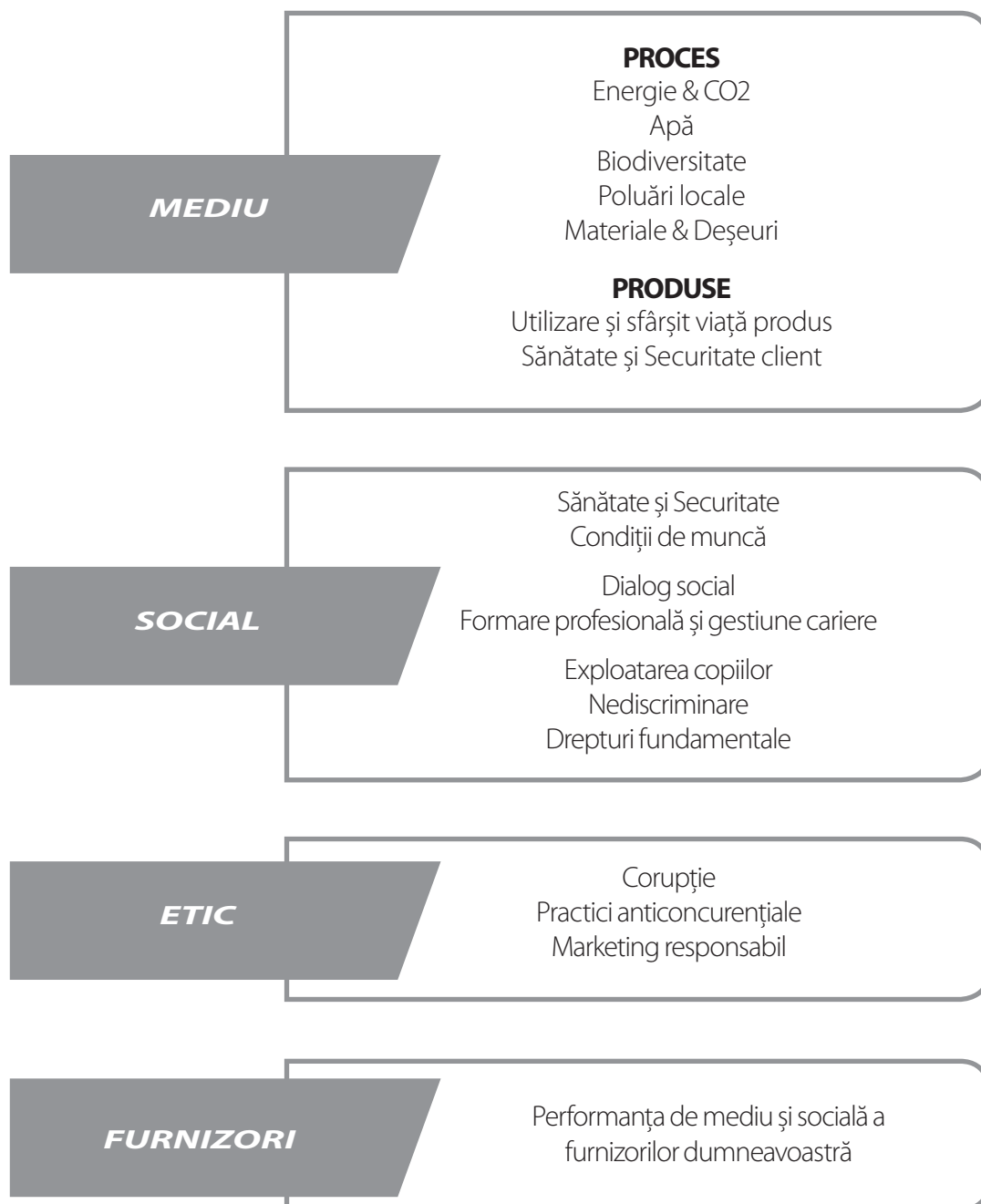
**Michelin acordă agrementul când consideră că toate cerințele sunt îndeplinite** (aspecte tehnice, logistice, comerciale și de comunicare).

Agrementarea produsului poate fi revizuită, în cazul evoluției perimetrului de utilizare la Michelin sau de modificare furnizor.

Procesarea fiecărei extinderi de perimetru sau de modificare furnizor face obiectul unei analize de riscuri care include, printre altele, respectarea exigențelor și a constrângerilor legale și regulamentare din țară, dar și a particularităților locale de producție.

## CRITERII DE EVALUARE RSE

Metodologia se bazează pe standardele RSE internaționale (Global Compact, ISO 26000). Aceasta se împarte în 4 teme. Sunt luate în considerare doar criteriile specifice mizelor din sectorul de activitate al furnizorului respectiv.



# **ORGANIZAREA DEPARTAMENTULUI ACHIZIȚII MICHELIN, o rețea mondială în peste 27 de țări**



## **4 DOMENII DE ACHIZIȚII**

- Materii Prime
- Cauciuc Natural
- Achiziții Industriale
- Servicii

## **4 ZONE GEOGRAFICE**

- Europa
- America de Nord
- America de Sud
- Asia Pacific

## **PENTRU A AFLA MAI MULTE**

➤ despre programul Performanță și Responsabilitate Michelin, "Un mod mai bun de a avansa"  
[www.michelin.com/corporate](http://www.michelin.com/corporate)

➤ referitor la documentele de referință pentru furnizorii Michelin (calitate, Condiții Generale de Achiziții, ...)  
[www.michelin.com/purchasing](http://www.michelin.com/purchasing)

### **Michelin – Direcție Grup Achiziții**

23, place des Carmes-Déchaux  
63040 Clermont-Ferrand Cedex 9 - Franța  
+33 (0)4 73 32 20 00



