



# ***PRINCÍPIOS DE COMPRAS DA MICHELIN***

---

*DIRECÇÃO OPERACIONAL DE COMPRAS - EDIÇÃO 2020*

REFERÊNCIAS MÉTIERS

## CONTEÚDO





**FLORENT MENEGAUX**  
DIRETOR EXECUTIVO

# AMANHÃ, TUDO SERÁ SUSTENTÁVEL NA MICHELIN



**YVES CHAPOT**  
DIRETOR GERAL  
E DIRETOR FINANCEIRO

**A NOSSA VISÃO EMPRESARIAL BASEIA-SE NESTA CONVICÇÃO.**

A MISSÃO DA MICHELIN CONSISTE EM PERMANECER ENTRE OS LÍDERES DA MOBILIDADE SUSTENTÁVEL E ENTRE AS EMPRESAS MAIS INOVADORAS, RESPONSÁVEIS E DE MAIOR DESEMPENHO DO MUNDO AO EQUILIBRAR OS DESAFIOS ECONÔMICOS, AMBIENTAIS E SOCIAIS.

É UM COMPROMISSO QUE TRANSFORMAMOS EM AÇÃO TODOS OS DIAS A FIM DE MELHORAR A MOBILIDADE PARA TODOS DE FORMA SUSTENTÁVEL, E QUE EXPRESSAMOS ATRAVÉS DO NOSSO OBJETIVO EMPRESARIAL:

**«OFERECER A TODOS O MELHOR CAMINHO EM FRENTE.»**



**H  L  NE PAUL**  
DIRETORA DE COMPRAS

# **MISSÃO DE COMPRAS**

**Contribuir para o desempenho sustentável da Michelin ao interagir com os fornecedores para intensificar a cria  o de valor e a inova  o que suportam a competitividade e o crescimento da Michelin.**

Esta contribui  o   alcançada através da excelência nas opera  es e das aquisi  es sustentáveis, reforçando as  ticas de negócio, a prote  o ambiental e os direitos humanos.

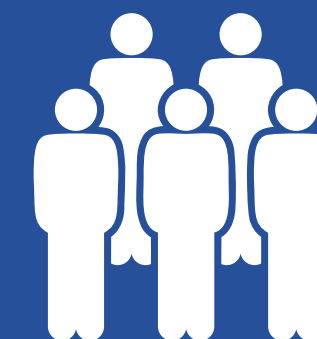
# ALGUNS NÚMEROS RELATIVOS À COMPRAS



**47.000**  
FORNECEDORES  
ATIVOS



**1,6** MILHÕES  
DE ENCOMENDAS



**280** FAMÍLIAS  
DE COMPRAS





# **1 – ÂMBITO, DEFINIÇÕES E PRINCÍPIOS DE APLICAÇÃO**

## **1.1 – Âmbito**

Os Princípios de Compras da Michelin são parte integrante de todos os contratos entre um Fornecedor e qualquer empresa do Grupo Michelin, independentemente do país.

## **1.2 – Princípios Necessários e Esperados**

Os Princípios de Compra da Michelin têm dois níveis essenciais: o Necessário e o Esperado.

### **O PRINCÍPIO NECESSÁRIO**

**é um princípio considerado fundamental sem o qual a relação comercial não pode ser estabelecida ou continuada.**

Um Fornecedor deve cumprir o Princípio Necessário e terá que assegurar que são implementados princípios iguais ou semelhantes na Cadeia de Fornecimento. A pedido da Michelin, os Fornecedores devem comunicar, com boa-fé e de forma transparente, os fatos e os níveis de conformidade alcançados. Qualquer descumprimento de todos ou parte dos Princípios Necessários definidos nos Princípios de Compras da Michelin será considerado uma infração do contrato, e a Michelin reserva o direito de operar todas as consequências do mesmo, incluindo a cessação de toda ou parte da relação comercial com o Fornecedor em questão.

### **O PRINCÍPIO ESPERADO**

**é um princípio que é promovido, encorajado e esperado pela Michelin.**

Estes princípios ajudam a definir a visão da Michelin de forma transparente e permitem que todos os Fornecedores melhorem de acordo com as expectativas da Michelin através de um processo de melhoria contínuo. A avaliação da conformidade de um Fornecedor relativo aos Princípios Esperados terá em consideração a dimensão do Fornecedor, o nível de complexidade envolvido na implementação do princípio, e o nível de risco causado por uma não conformidade real ou potencial deste princípio.

O Grupo Michelin atribui a máxima importância ao cumprimento dos princípios fundamentais, nomeadamente:

- As Leis e Regulamentações aplicáveis à Michelin e/ou a todos ou parte dos seus Produtos, Serviços e/ou operações;
- O respeito pelas pessoas, em todos os aspetos; e
- A proteção do Meio Ambiente.

Esperamos que cada um dos nossos Fornecedores contribua integralmente para a conformidade da Michelin no que diz respeito a estes princípios fundamentais, no âmbito que lhes é aplicável.



## **2 – PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS**

### **2.1 – Conformidade legal e regulamentar**

#### **PRINCÍPIO NECESSÁRIO**

Os Fornecedores devem conhecer e cumprir as Leis e Regulamentações que lhes são aplicáveis e/ou a todos ou parte dos seus Produtos, Serviços e/ou operações.

Princípios Necessários para casos específicos:

As atividades de compras da Michelin são implementadas em vários países com uma ampla diversidade de culturas, leis e regimes políticos:

- a - Em alguns casos, os Princípios de Compras da Michelin podem não corresponder exatamente às Leis e Regulamentações de um país em particular. Em caso de inconsistência entre qualquer Lei e Regulamentação e qualquer Princípio de Compras da Michelin, o requisito mais rigoroso terá precedência.
- b - Em caso de aplicação de Leis e Regulamentações diferentes a uma mesma transação, todas as Leis e Regulamentações obrigatórias têm de ser sempre cumpridas dentro do âmbito geográfico aplicável.

#### **PRINCÍPIO ESPERADO**

O Fornecedor garante que o fornecimento de qualquer Produto, e/ou Serviço, e/ou operações à Michelin não colocará a Michelin em qualquer posição de infração à Leis ou Regulamentações.

Espera-se que o Fornecedor promova princípios semelhantes na sua Cadeia de Fornecimentos.

## **2 – PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS**

### **2.2 – Respeito pelas pessoas**

#### **2.2.1 – Direitos Humanos (incluindo condições de trabalho)**

##### **PRINCÍPIO NECESSÁRIO**

No mínimo, o Fornecedor deve cumprir o seguinte:

- Normas internacionais, incluindo a Declaração Universal dos Direitos Humanos, o Pacto Global das Nações Unidas, as Diretrizes da OCDE, e as Diretrizes das Nações Unidas sobre Empresas e Direitos Humanos.
- As disposições legais e regulamentares da lei do trabalho em vigor no país (nível de remuneração, horas de trabalho, liberdade associativa, etc.).
- A dignidade do indivíduo através de condições de trabalho aceitáveis.
- As Convenções Fundamentais da Organização Internacional do Trabalho (OIT), em particular ao trabalho infantil, ao trabalho forçado ou obrigatório, à discriminação e assédio, à liberdade associativa e ao direito à negociação coletiva.

##### **PRINCÍPIO ESPERADO**

O Fornecedor é encorajado a superar a estrita aplicação das Leis e Regulamentações, em particular, no que diz respeito às horas de trabalho, o direito ao descanso e a remuneração.

## 2 – PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS

### 2.2 – Respeito pelas pessoas

#### 2.2.2 – Saúde e Segurança dos Indivíduos

Para a Michelin, a qualidade e a extensão das práticas de saúde e segurança são critérios importantes na seleção de Fornecedores.

##### PRINCÍPIO NECESSÁRIO

- Seja em relação a Produtos, Serviços, operações ou instalações, o Fornecedor deve proteger a saúde e a segurança dos indivíduos através de um cumprimento rigoroso das Leis e Regulamentações aplicáveis e das melhores práticas da profissão, independentemente de determinados países serem mais ou menos exigentes em termos de saúde e segurança.
- O Fornecedor deve avaliar regularmente os riscos de saúde e segurança existentes para as comunidades nas redondezas e suas respectivas instalações e/ou operações.

O Fornecedor que trabalha nas instalações da Michelin, seja ocasionalmente ou permanentemente, tem que:

- Obter autorização prévia para acessar às instalações.
- Definir e implementar as medidas necessárias para garantir que todos os Funcionários do Fornecedor cumpram as regras de saúde, segurança e higiene definidas nas instalações. Junto destes Funcionários, o Fornecedor deve desenvolver continuamente comportamentos de vigilância constante e em conformidade com as regras das instalações.
- Conceber um plano de prevenção antes da realização de quaisquer trabalhos nas instalações, de acordo com as normas da Michelin.
- Informar a Michelin antes de qualquer utilização de novas substâncias químicas e disponibilizar os documentos necessários que detalham suas características, riscos e medidas de prevenção.
- Comunicar qualquer anomalia observada ao gestor das instalações ou ao responsável pela segurança nas instalações da Michelin onde o Fornecedor estiver trabalhando ou, se estas pessoas estiverem indisponíveis, ao responsável pelo contato com o Fornecedor na Michelin.

##### PRINCÍPIO ESPERADO

O Fornecedor implementa um sistema de gestão de saúde e segurança concebido para aprender com ações passadas e apoiar a melhoria contínua das práticas. Este sistema pode basear-se nas políticas, instruções, guias informações e campanhas de conscientização adequadas, planos de melhorias e indicadores relevantes (por ex., taxa de acidentes, comunicação e gestão de situações de risco, número de propostas de melhoria em assuntos de saúde e segurança, etc.). Encorajamos a obtenção da certificação ISO 45001.

## ***2 – PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS***

### **2.2 – Respeito pelas pessoas**

#### **2.2.3 – Comunidade**

A Michelin procura integrar-se perfeitamente nas sociedades e nas comunidades locais nas quais se enquadram as suas operações em países de todo o mundo. Consequentemente, a Michelin visa obter materiais não só de Fornecedores internacionais, mas também de Fornecedores locais e inclusivos (por ex., Fornecedores no setor do trabalho protegido e adaptado, Fornecedores que promovam um retorno ao emprego, Fornecedores pertencentes a minorias, etc.) que cumpram os elevados padrões da Michelin.

#### **PRINCÍPIO ESPERADO**

A Michelin encoraja todos os Fornecedores a participarem no desenvolvimento económico e social das comunidades próximas ou nas quais operam.

## 2 – PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS

### 2.3 – A proteção do meio ambiente

A Michelin atribui a maior importância à proteção ambiental. O Fornecedor também terá que considerar a proteção ambiental nas suas respectivas operações.

#### PRINCÍPIO NECESSÁRIO

Com relação à proteção ambiental e para limitar os riscos ambientais ao longo da Cadeia de Fornecimento, o Fornecedor compromete-se a cumprir as Leis e Regulamentações em vigor no país ou países em que opera e em todos os países onde qualquer Produto e/ou Serviço seja importado, utilizado e/ou distribuído gratuitamente ou onerosamente. A pedido da Michelin, o Fornecedor compromete-se a aplicar as normas mais restritivas da Michelin em determinados projetos ou áreas geográficas.

Os Fornecedores também se comprometem a enviar, mediante pedido, qualquer informação que possa ser necessária para determinar o impacto da RSE de qualquer Produto e/ou Serviço que forneça à Michelin ou para cumprir as expectativas das partes interessadas do Grupo Michelin (por ex., clientes, investidores, associações, etc.) sempre que tal informação esteja disponível (por ex., emissões de CO<sub>2</sub>, utilização de produtos fitossanitários, certificações, etc.).

#### PRINCÍPIO ESPERADO

A Michelin espera que o Fornecedor:

- Implemente um sistema de gestão ambiental para medir e reduzir os efeitos potenciais da sua atividade no meio ambiente;
- Reduza e faça a gestão dos resíduos, das substâncias tóxicas/prejudiciais e das embalagens ao longo do ciclo de vida dos respectivos Produtos e/ou Serviços;
- Reduza as emissões de gases de efeitos de estufa, incluindo as fases de transporte;
- Conserve a água, preserve os recursos naturais, proteja os ecossistemas e se esforce para manter a biodiversidade;
- Desenvolva Produtos e/ou Serviços de elevada qualidade com baixo impacto ambiental;
- Colabore com o Grupo Michelin no enquadramento da análise de ciclo de vida realizado pela Michelin.


# ***APLICAÇÃO DOS PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS PARA A BORRACHA NATURAL***

---



## **DISPOSIÇÃO ESPECÍFICA PARA FORNECEDORES DE BORRACHA NATURAL (com ligação para a política SNR):**

A borracha natural tem um impacto social e ambiental significativo. Consequentemente, requer uma abordagem específica dedicada. Escrita em colaboração com todas as partes interessadas, particularmente as ONGs especializadas em proteção do ambiente e dos direitos humanos, a Política sobre Borracha Natural Sustentável (SNR, Sustainable Natural Rubber) é uma referência contratual para os Fornecedores de borracha natural do Grupo Michelin e complementa este documento.

A background image showing the silhouettes of several business professionals in a modern office setting. The scene is backlit by a bright light source, creating a warm, golden glow. The silhouettes are reflected on a glossy floor. The overall composition is clean and professional.

A Michelin atribui a maior importância não só à conformidade com as Leis e Regulamentações, mas também à ética e integridade na realização de negócios («Ética de Negócio»). Da mesma forma, o Fornecedor deve realizar os seus negócios e operações com integridade e em conformidade com a Ética de Negócio e, em particular, com os seguintes princípios:

## 3 – ÉTICA DE NEGÓCIO

### 3.1 – Boa-fé

#### PRINCÍPIO NECESSÁRIO

Cada Fornecedor deve celebrar contratos e realizar negócios com boa-fé.

### 3.2 – Concorrência e conduta justa

#### PRINCÍPIO NECESSÁRIO

O Fornecedor compromete-se a garantir uma concorrência livre e justa, a implementar práticas comerciais justas com consideração a concorrência de seus clientes e garantir a transparência dos preços que pratica. Em caso de práticas anticoncorrentiais por parte de um Fornecedor, a Michelin reserva-se o direito de tomar quaisquer medidas necessárias e adequadas para obter compensação por quaisquer danos sofridos. Adicionalmente, os Fornecedores comprometem-se a não se envolver em comportamentos abusivos em caso de posição de domínio perante a Michelin e a não exigirem recompensas injustificadas que criem um desequilíbrio significativo na transação.

#### PRINCÍPIO ESPERADO

O Fornecedor implementou e mantém um programa de conformidade com as leis da concorrência.



## **3 – ÉTICA DE NEGÓCIO**

### **3.3 – Restrições comerciais**

#### **PRINCÍPIO NECESSÁRIO**

O Fornecedor cumprirá o documento «Prescrição do Grupo Michelin: Restrições Comerciais».

O termo Restrições Comerciais refere-se a quaisquer Leis e Regulamentações aplicáveis relacionadas com (i) sanções econômicas e de comércio (incluindo os embargos e as listas de partes sancionadas) e/ou (ii) aos controles de exportação (regulamentações de bens militares ou de bens de dupla utilização) aplicáveis a quaisquer Produtos e/ou Serviços.

#### **PRINCÍPIO ESPERADO**

O Fornecedor implementou e mantém um programa de conformidade de Restrições Comerciais.

## **3 – ÉTICA DE NEGÓCIO**

### **3.4 – Anticorrupção e tráfico de influências**

#### **PRINCÍPIO NECESSÁRIO**

O Fornecedor aplicará uma política de «tolerância zero» no que diz respeito à corrupção e ao tráfico de influências. Particularmente, o Fornecedor promete abster-se (1) de oferecer, prometer ou conceder deliberadamente e (2) de tentar ou conspirar para oferecer, prometer ou conceder qualquer vantagem injusta, seja monetária ou de qualquer outra natureza, direta ou indiretamente através de um intermediário, a um funcionário público ou a qualquer outra relação profissional desse funcionário público ou privado ou a um terceiro, para que o último aja ou se impeça de agir na realização dos seus deveres, com vista a obter ou reter uma atividade ou outra vantagem de forma imprópria.

#### **PRINCÍPIO ESPERADO**

O Fornecedor implementou e mantém um programa de conformidade anticorrupção que é adequado a sua situação em particular e é capaz de detectar situações de corrupção, suborno e tráfico de influências.

## **3 – ÉTICA DE NEGÓCIO**

### **3.5 – Conflitos de interesses**

#### **PRINCÍPIO NECESSÁRIO**

O Fornecedor deve recusar a participação em qualquer prática que possa ser considerada um conflito de interesses. O Fornecedor tem que declarar à Michelin quaisquer situações de conflitos de interesses que possam existir entre Funcionários da Michelin, no contexto da transação planejada ou em curso.

#### **PRINCÍPIO ESPERADO**

O Fornecedor implementou e mantém regras específicas para identificar e gerir conflitos de interesses.

## **3 – ÉTICA DE NEGÓCIO**

### **3.6 – Fraude**

#### **PRINCÍPIO NECESSÁRIO**

O Fornecedor aplicará uma política de «tolerância zero» no que diz respeito à fraude e tentativa de fraude, seja suspeita ou comprovada. Particularmente, o Fornecedor promete abster-se de (1) preparar, autorizar a preparação, ou participar na preparação, deliberada ou negligente, de qualquer organização ou esquema com uma finalidade, vocação ou efeito fraudulento e (2) de tentar qualquer conspiração relacionada.

Os Fornecedores comprometem-se a informar a Michelin por quaisquer meios adequados, incluindo através da Linha de Ética disponibilizada pela Michelin, de qualquer fraude, suspeita de fraude ou tentativa de fraude da qual os Fornecedores tenham conhecimento.

#### **PRINCÍPIO ESPERADO**

O Fornecedor implementou e mantém um programa antifraude (para lidar com a fraude interna e externa) que é adequado a sua situação em particular e é capaz de detectar, prevenir e lidar com situações de fraude.

## 3 – ÉTICA DE NEGÓCIO

### 3.7 – Ofertas e convites

#### PRINCÍPIO NECESSÁRIO

Com relação as ofertas e convites, o Fornecedor tem que se abster de quaisquer práticas que não estejam em conformidade com as Leis e Regulamentações aplicáveis. O Fornecedor deve também se abster de quaisquer práticas cuja finalidade seja, direta ou indiretamente, beneficiar qualquer Funcionário da Michelin ou tentar influenciar o discernimento de qualquer Funcionário da Michelin ou para obter qualquer vantagem indevida. Particularmente, qualquer oferta ou convite deve cumprir os seguintes critérios cumulativos: estar autorizado perante as Leis e Regulamentações locais aplicáveis, não ser solicitado pelo beneficiário, não se destinar a obter uma consideração ou benefício indevido, não se destinar a influenciar uma decisão, não coincidir com uma tomada de decisão estratégica; o beneficiário não pode, atualmente ou no futuro, exercer poder discricionário na tomada de uma decisão que afete os interesses da Michelin; ser uma situação única na linha de negócios, não causar constrangimento se for revelado na empresa ou publicamente, ser rigorosamente profissional e ficar registrado em um livro de registros.

Como forma de exemplos: durante um processo de concorrência, o Fornecedor está proibido de apresentar, a qualquer um dos seus contatos de Funcionários da Michelin, uma oferta ou um convite que possa influenciar o seu julgamento durante o processo de seleção.

Durante a vigência da relação comercial, o Fornecedor está proibido de convidar o(s) seu(s) contato(s) de Funcionários da Michelin, bem como os seus respectivos familiares, para uma refeição em um restaurante de luxo. O Fornecedor está proibido de oferecer ao(s) seu(s) contato(s) de Funcionários da Michelin uma oferta na forma de dinheiro ou vouchers.

No entanto, a Michelin autoriza o envio de brindes corporativos com valor razoavelmente baixo e com o logotipo do Fornecedor, ou publicidade equivalente (exemplo: mochilas, bolsas para ginastica, malas de computador).

#### PRINCÍPIO ESPERADO

A Michelin espera que o Fornecedor mantenha uma política de ofertas e convites que estabeleça as regras aplicáveis às ofertas concedidas e recebidas.

## **3 – ÉTICA DE NEGÓCIO**

### **3.8 – Confidencialidade**

#### **PRINCÍPIO NECESSÁRIO**

Além das obrigações legais relativas à proteção do sigilo comercial, o Fornecedor tem que cumprir não só a confidencialidade da informação disponibilizada pela Michelin, incluindo durante os convites para propostas, mas também a confidencialidade do resultado relativo aos Produtos e/ou Serviços fornecidos. O Fornecedor abstém-se de utilizar as informações confidenciais da Michelin para finalidades além das acordadas em relação ao fornecimento estrito de Produtos e/ou Serviços à Michelin.

#### **PRINCÍPIO ESPERADO**

O Fornecedor implementou e mantém um programa para prevenir qualquer violação das obrigações de confidencialidade perante seus clientes, incluindo à Michelin.

## **3 – ÉTICA DE NEGÓCIO**

### **3.9 – Proteção de propriedade intelectual (IP)**

#### **PRINCÍPIO NECESSÁRIO**

Além de cumprir com as Leis e Regulamentações sobre o Direito de Propriedade Intelectual (IP) em geral:

- O Fornecedor deve se abster de violar (ou tentar violar) quaisquer direitos de Propriedade Intelectual da Michelin.
- O Fornecedor deve se abster de disponibilizar conscientemente qualquer Produto ou Serviço que infrinja os direitos de Propriedade Intelectual de quaisquer entidades externas à, e em nome da, Michelin.
- Caso um Fornecedor seja alvo de uma reivindicação de uma entidade externa que alegue a violação de determinados direitos de Propriedade Intelectual, a qual possa afetar as atividades da Michelin, o Fornecedor deve notificar imediatamente a Michelin para permitir que esta realize as ações necessárias para evitar comprometer a continuidade das suas operações, e o Fornecedor irá colaborar com a Michelin.

#### **PRINCÍPIO ESPERADO**

A Michelin espera que o Fornecedor mantenha um processo que estabeleça as regras aplicáveis ao desenvolvimento de Produtos e/ou Serviços, incluindo, particularmente, a consulta e o cumprimento da política de Propriedade Intelectual de entidades externas.

## **3 – ÉTICA DE NEGÓCIO**

### **3.10 – Proteção da privacidade**

#### **PRINCÍPIO NECESSÁRIO**

Além de cumprir com as Leis e Regulamentações relativas à proteção da privacidade, os Fornecedores devem, no mínimo, agir apenas mediante as instruções da Michelin ao tratarem dados pessoais em nome da Michelin, processarem os dados apenas para prestarem o serviço acordado, garantirem – através de medidas técnicas e organizacionais – a segurança dos dados a si confiados, fornecerem à Michelin de forma transparente uma descrição das operações realizadas em dados pessoais (o quê, porquê, por quem e onde), ajudarem a Michelin com suas obrigações, e utilizarem apenas subcontratantes autorizados pela Michelin que ofereçam as mesmas garantias a Michelin com relação à proteção da privacidade.

#### **PRINCÍPIO ESPERADO**

A Michelin compromete-se a proteger os dados pessoais e, além de outras Leis e Regulamentações aplicáveis à proteção da privacidade, promove a conformidade com os princípios do Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (RGPD) além do respectivo âmbito geográfico imediato. Consequentemente, a Michelin espera que todos os Fornecedores se comprometam às mesmas ações.



## ***3 – ÉTICA DE NEGÓCIO***

### **3.11 – Funcionários do Fornecedor**

#### **PRINCÍPIO NECESSÁRIO**

Como parte da conformidade com as Leis e Regulamentações relativas ao emprego de pessoas singulares, o Fornecedor agirá em conformidade com o documento «Prescrição do Grupo Michelin: Funcionários».

## **3 – ÉTICA DE NEGÓCIO**

### **3.12 – Código de conduta**

#### **PRINCÍPIO ESPERADO**

Além de cumprir com as Leis e Regulamentações e os pontos definidos acima, espera-se que o Fornecedor defina seu próprio código de conduta, o qual será adequado a sua situação em particular, promovendo uma cultura de integridade, e implementando medidas de detecção, prevenção e monitoramento, tais como comunicações, formação, diretrizes de ética, controle interno, medidas disciplinares, etc.

## **3 – ÉTICA DE NEGÓCIO**

---

### **3.13 – Linha ética**

A Linha Ética está disponível tanto para os Funcionários da Michelin como para os Funcionários dos Fornecedores. Esta linha pode ser utilizada para denunciar qualquer violação potencial de quaisquer Leis e Regulamentações e/ou do Código de Ética e do Código de Conduta Anticorrupção da Michelin. Qualquer pessoa pode enviar uma denúncia, e de forma anônima se preferir.

É possível enviar uma denúncia online aqui [sítio Internet](#)

*(Também é possível efetuar uma denúncia por telefone. Clique no link abaixo para obter instruções sobre como discar o número correto no seu país.)*

 PARA OBTER MAIS INFORMAÇÕES:  
CÓDIGO DE ÉTICA DA MICHELIN  
CÓDIGO DE CONDUTA ANTICORRUPÇÃO



## **4 – COOPERAÇÃO**

### **4.1 – Antes de selecionar fornecedores**

Em geral, a Michelin segue um processo estruturado para avaliar o potencial e a capacidade que um Fornecedor tem para corresponder às necessidades da Michelin, incluindo de forma notável, os requisitos comerciais, técnicos, de qualidade, de quantidade, de tempo de entrega e de desenvolvimento sustentável da Michelin.  
Para avançar na seleção, um Fornecedor deve concordar em:

Responder e satisfazer o questionário de avaliação preliminar quando enviado ao Fornecedor

Cumprir estes Princípios de Compras da Michelin, incluindo os Princípios Necessários expressos e os documentos referenciados ou citados neste Princípios de Compras da Michelin

Informar a Michelin antes de qualquer alteração nos processos de produção, ao sistema de qualidade, à subcontratação, à estrutura, etc., do Fornecedor sempre que tais alterações possam afetar a Michelin e, em particular, afetar o desempenho dos Produtos e/ou Serviços disponibilizados pelo Fornecedor

Dispor da certificação ISO 9001, se o Fornecedor fornecer Matérias-primas. Adicionalmente, as certificações ISO 14001, ISO 9001 e IATF 16949 podem ser vantajosas para qualquer Fornecedor.

#### **A título de exemplo, esta fase normalmente inclui:**

- uma avaliação preliminar através de um questionário que permite à Michelin avaliar a situação financeira e econômica do Fornecedor, a sua abordagem na qualidade, na capacidade industrial e na capacidade para corresponder as nossas especificações, bem como seu compromisso e abordagem no desenvolvimento sustentável;
- uma visita ou auditoria a uma ou mais das instalações do Fornecedor;
- um período de experimentação numa instalação do Grupo Michelin;
- etc.

## **4 – COOPERAÇÃO**

### **4.2 – Segurança da informação e qualidade da michelin**

#### **4.2.1 – Política de Qualidade da Michelin**

**O COMPROMISSO DA MICHELIN EM MELHORAR A MOBILIDADE DAS PESSOAS E DE BENS EXIGE MUITO DE NÓS EM TERMOS DE QUALIDADE E SEGURANÇA.**



A qualidade dos Produtos e/ou Serviços d Michelin é amplamente determinada pela qualidade dos Produtos e/ou Serviços adquiridos pela Michelin. Todos os Fornecedores devem garantir que os Produtos e Serviços fornecidos, independente da sua origem ou destino, cumprem os requisitos acordados contratualmente.

**CONJUNTAMENTE**, temos que acionar os meios necessários para obter e garantir esta qualidade, mantendo um foco constante no controle dos custos.

**A MICHELIN e seus FORNECEDORES devem cooperar para progredir nesta direção.**

O processo de **Garantia de Qualidade do Fornecedor** detalha como a Michelin pretende aplicar as diretrizes de sua política de qualidade ao relacionamento com seus Fornecedores e gerir a qualidade dos Produtos e Serviços adquiridos.

*Este processo, o qual todos os Fornecedores devem cumprir, está detalhado nos seguintes documentos disponíveis no website de Compras da Michelin:*

## 4 – COOPERAÇÃO

### 4.2 – Segurança da informação e qualidade da michelin

#### 4.2.2 – Política de Qualidade Michelin e Segurança da Informação

A Michelin dá muita importância não só a estar em conformidade com as Leis e Regulamentações aplicáveis, mas também à proteção dos sistemas de informação e dados (incluindo quaisquer dados de entidades externas que possa ter que processar ocasionalmente).

O termo «Fornecedor de SID» refere-se a qualquer Fornecedor principal ou secundário de um Serviço de tecnologia da informação (ou serviço digital ou equivalente), independentemente do sistema de informação utilizado na execução dos seguintes serviços para a Michelin: (i) desenvolver, integrar e/ou manter qualquer solução de software e/ou (ii) processar dados utilizando um sistema de tecnologia da informação; sendo que processamento sebedi entendido no sentido mais amplo da palavra, incluindo, mas não se limitando: o acesso, a criação, a recolha, a aquisição, a compilação, a agregação, a geração, a extração e o arquivo de dados.

#### PRINCÍPIO NECESSÁRIO

O Fornecedor SID deve implementar e atualizar continuamente as proteções técnicas e organizacionais inovadoras para acompanhar a constante manifestação de novas ameaças e a identificação de novas vulnerabilidades. O Fornecedor SID deve notificar imediatamente a Michelin: i) sobre qualquer incidente de segurança da informação do qual obtenha conhecimento e/ou (ii) antes de realizar qualquer alteração à localização dos dados, de subcontratar operações ou de aplicar quaisquer proteções, para que a Michelin possa tomar as medidas necessárias.

O Fornecedor SID deve disponibilizar medidas aceitáveis de reversão e/ou exclusão dos dados que sejam aplicadas em qualquer caso de término de contrato, seja por expiração ou cessação.

O Fornecedor SID tem ainda de agir em conformidade com quaisquer cartas e políticas de segurança aplicáveis sempre que utilizar os sistemas de informação da Michelin.

#### PRINCÍPIO ESPERADO

Adicionalmente, espera-se que o Fornecedor SID:

Escreva, atualize e publique uma política de segurança da informação.

Cumpra as auditorias de políticas de segurança das informações e/ou publique regularmente os resultados de quaisquer auditorias externas que tenha contratado.

Autorize a Michelin a realizar quaisquer verificações de vulnerabilidade e/ou testes de penetração a pedido, direta ou indiretamente, e mantenha a Michelin informada acerca dos resultados.

Se comprometa a lidar imediatamente com incidentes de disponibilidade, vulnerabilidade ou segurança do serviço.

Garanta um nível adequado de suporte e compartilhamento de informações para lidar com os incidentes de segurança.

Se mantenha atualizado com as respectivas certificações, por ex., ISO 27001, e disponibilize notificações acerca das mesmas e de quaisquer novas certificações.

## **4 – COOPERAÇÃO**

### **4.3 – Caminhar em frente, lado a lado e sustentavelmente**

Nas operações diárias, a Michelin visa trabalhar com Fornecedores que atendam aos requisitos de qualidade, confiabilidade e custos, e que estejam comprometidos a uma melhoria contínua, mantendo o respeito pelas pessoas e protegendo o meio ambiente.

#### **4.3.1 – Avaliação de RSE do Fornecedor**

A Michelin monitoriza e gerencia rigorosamente seu desempenho geral em relação à compra responsável e publica os indicadores de RSE resultantes.

#### **PRINCÍPIO NECESSÁRIO**

O Fornecedor deve efetuar as avaliações de RSE solicitadas e implementar quaisquer planos de ação corretiva que sejam necessárias. Adicionalmente, o Fornecedor autoriza a Michelin, ou os fornecedores de serviços nomeados pela Michelin, a realizarem auditorias no local.

#### **PRINCÍPIO ESPERADO**

Encorajamos o Fornecedor a definir objetivos quantificáveis para si próprio do seu desempenho de RSE, e de desenvolver planos de melhoria nesta área.



## **4 – COOPERAÇÃO**

### **4.3 – Caminhar em frente, lado a lado e sustentavelmente**

#### **4.3.2 – Gerir a Relação com o Fornecedor**

**A MICHELIN ESTÁ COMPROMETIDA COM UMA ABORDAGEM DE GESTÃO DE RELACIONAMENTO (GRF) PERANTE OS SEUS FORNECEDORES.**

Com base numa colaboração ativa, transparente e de alta qualidade, o objetivo é cooperar no desenvolvimento de uma relação competitiva e responsável que crie valor para todas as partes interessadas.

Para isso, os Fornecedores são divididos em 4 categorias para permitir a gestão de forma mais eficiente possível.

**Categoria 1:** Estabelecer uma relação estratégica real baseada na inovação e/ou em projetos de parceria.

**Categoria 2:** Desenvolver a relação comercial para obter uma vantagem competitiva que beneficie ambas as partes.

**Categoria 3:** Otimizar a relação atual com base na melhoria contínua.

**Categoria 4:** Implementar a relação comercial em linha com os compromissos acordados.



## **4 – COOPERAÇÃO**

### **4.4 – Mediação**



Se um Fornecedor não obtiver uma resposta satisfatória da Michelin após as conversas iniciais, poderá recorrer ao mediador de relações entre fornecedor e cliente para obter ajuda na resolução do problema rapidamente em um processo cooperativo.

O mediador apenas se envolve depois que o Fornecedor tentar resolver o problema com seus contatos regulares na empresa de co-contratação na Michelin, como por exemplo, o agente de compras responsável por uma licitação, o centro de pagamentos ou o gestor de contratos.

O mediador não irá considerar quaisquer pedidos que não cumpram este princípio. Para iniciar o processo de mediação, o Fornecedor deve enviar seu arquivo de mediação utilizando a seção [Mediação](#) no website de Compras.

Se não for encontrada nenhuma solução com o auxílio de um mediador interno, as partes comprometem-se a recorrer aos serviços de um mediador externo convencional.



# ***CONCLUSÃO***

---

A conformidade com os Princípios de Compras da Michelin forma a base das relações essenciais de confiança entre qualquer empresa Michelin e cada um dos seus Fornecedores em todo o mundo. Estas relações, apoiadas pela abordagem de GRF do Grupo, são os motores da criação de valor para a Michelin e seus respectivos Fornecedores.

NOTA: Os Princípios de Compras da Michelin são, à data da publicação, atualizados regularmente e disponibilizados online em 16 idiomas aqui:

<https://purchasing.michelin.com/fr/les-principes-des-achats/>



# ***DEFINIÇÕES***

---

Conforme utilizadas nos presentes Princípios de Compras da Michelin, as palavras com inicial maiúscula são definidas abaixo:



**MICHELIN - PURCHASING GROUP DEPARTMENT**

23, place des Carmes-Déchaux — 63040 Clermont-Ferrand Cedex 9 — France - [www.michelin.com](http://www.michelin.com) -

Design and Production: All Contents - 20050180 - Author: Michelin - Confidential: / - Published: 07/2020 - Retention: WA+3 - Printed copies of this document are not controlled.