

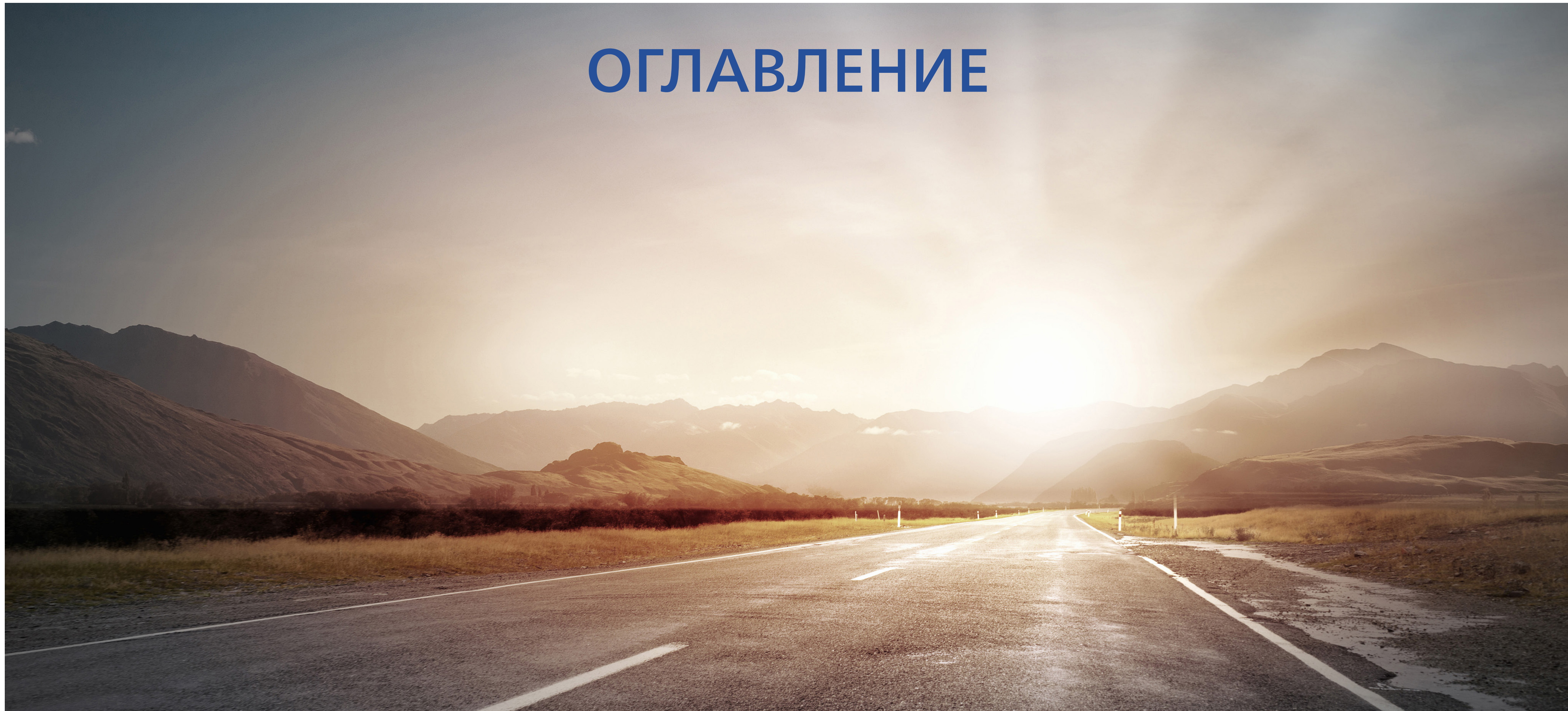


ПРИНЦИПЫ ЗАКУПОК КОМПАНИИ МИШЛЕН

ОТДЕЛ ОПЕРАЦИОННЫХ ЗАКУПОК - ВЕРСИЯ 2020 ГОДА

бизнес-ссылки

ОГЛАВЛЕНИЕ





ФЛОРАН МЕНЕГО
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ
ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ
ДИРЕКТОР

«ЗАВТРА В КОМПАНИИ MICHELIN ВСЕ БУДЕТ УСТОЙЧИВО»



ИВ ШАПО
ГЛАВНЫЙ УПРАВЛЯЮЩИЙ
И ФИНАНСОВЫЙ ДИРЕКТОР

НА ЭТОМ УБЕЖДЕНИИ ЗИЖДЕТСЯ НАШЕ КОРПОРАТИВНОЕ ВИДЕНИЕ.

МИССИЯ КОМПАНИИ MICHELIN — БЫТЬ В ЧИСЛЕ ЛИДЕРОВ В ОБЛАСТИ УСТОЙЧИВОЙ МОБИЛЬНОСТИ, А ТАКЖЕ В ЧИСЛЕ НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНЫХ, ИННОВАЦИОННЫХ И ОТВЕТСТВЕННЫХ КОМПАНИЙ МИРА, ПУТЕМ ВЗВЕШЕННОГО РЕШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ, ЭКОЛОГИЧЕСКИХ И СОЦИАЛЬНЫХ ЗАДАЧ.

ЭТО ОБЯЗАТЕЛЬСТВО, КОТОРОЕ МЫ КАЖДЫЙ ДЕНЬ ПРЕТВОРИМ В ЖИЗНЬ, КОТОРОЕ НАПРАВЛЕНО НА УСТОЙЧИВОЕ ПОВЫШЕНИЕ МОБИЛЬНОСТИ ДЛЯ ВСЕХ И КАЖДОГО, И КОТОРОЕ МЫ ВЫРАЗИЛИ В ПРИЗВАНИИ НАШЕЙ КОМПАНИИ:

«ПРЕДЛОЖИТЬ КАЖДОМУ ДВИЖЕНИЕ К СОВЕРШЕНСТВУ».



ЭЛЕН ПОЛЬ
ДИРЕКТОР ПО ЗАКУПКАМ

МИССИЯ ОТДЕЛА ЗАКУПОК

Способствовать компании Michelin в достижении устойчивых результатов путем привлечения поставщиков с целью повышения ценности и содействия инновациям, которые помогают компании Michelin увеличивать конкурентоспособность и расти.

Этот вклад достигается благодаря высоким достижениям в хозяйственной деятельности и устойчивой закупочной активности, укреплению деловой этики, охране окружающей среды и защите прав человека.

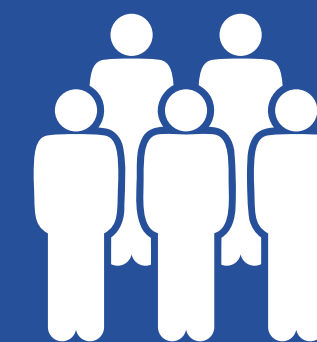
ФАКТЫ И ЦИФРЫ В СФЕРЕ ЗАКУПОК



47 000
АКТИВНЫХ
ПОСТАВЩИКОВ



1,6
МИЛЛИОНА
ЗАКАЗОВ



280 КАТЕГОРИЙ
ЗАКУПАЕМЫХ
ТОВАРОВ





1 – ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ, ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ, ПРИНЦИПЫ ПРИМЕНЕНИЯ

1.1 – Область применения

Принципы закупочной деятельности компании Michelin являются неотъемлемой частью каждого договора между Поставщиком и любым предприятием Группы Michelin независимо от страны нахождения.

1.2 – Обязательные и рекомендуемые принципы

Принципы закупочной деятельности компании Michelin делятся на две основные категории: Обязательные принципы и Рекомендуемые принципы.

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ПРИНЦИП

это принцип, который считается основополагающим, поэтому при его несоблюдении формирование или сохранение деловых отношений невозможно. Поставщик должен соблюдать **Обязательный принцип** и обеспечивать соблюдение идентичных или аналогичных принципов по всей его Цепочке поставок. По требованию компании Michelin поставщики обязаны в духе добросовестности и транспарентности сообщать о том, соблюдаются ли установленные принципы и в какой степени. Несоблюдение всех или любой части **Обязательных принципов**, изложенных в Принципах закупочной деятельности компании Michelin, является нарушением договора, и компания Michelin оставляет за собой право применить все последствия такого нарушения, включая полное или частичное прекращение деловых отношений с таким Поставщиком.

РЕКОМЕНДУЕМЫЙ ПРИНЦИП

это принцип, к соблюдению которого компания Michelin мотивирует и поощряет, и соблюдение которого ожидается. В нем четко изложено видение компании Michelin, что позволяет всем Поставщикам непрерывно совершенствоваться с учетом ожиданий компании Michelin. Оценка соблюдения Поставщиком **Рекомендуемых принципов** должна учитывать размер компании Поставщика, уровень сложности реализации этого принципа и степень риска, связанного с возможным или фактическим несоблюдением этого принципа.

Группа Michelin придает огромное значение соблюдению основополагающих принципов, а именно:

- соблюдение Законов и нормативно-правовых актов, действие которых распространяется на компанию Michelin и/или всю ее Продукцию, Услуги и/или предприятия или любую их часть;
- проявление уважения к людям во всех отношениях; а также
- охрана окружающей среды.

Каждый из наших Поставщиков должен всеми силами способствовать соблюдению компанией Michelin основополагающих принципов в той степени, в которой они к нему относятся.



2 – ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЕ ПРИНЦИПЫ

2.1 – СОБЛЮДЕНИЕ ЗАКОНОВ И НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫХ АКТОВ

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ПРИНЦИП

Поставщик обязан знать и соблюдать Законы и нормативно-правовые акты, действие которых распространяется на него и/или на всю его Продукцию, Услуги и/или предприятия или любую их часть.

Обязательные принципы для конкретных случаев:
Michelin осуществляет закупочную деятельность во многих странах с разной культурой, законами и политическими режимами:

- a - в некоторых случаях Принципы закупочной деятельности компании Michelin могут в точности не соответствовать Законам и нормативно-правовым актам той или иной страны. В случае противоречия между действующим Законом или нормативно-правовым актом и Принципами закупочной деятельности Michelin, преимущественную силу имеют более строгие требования;
- b - если одна сделка может подпадать под действие разных Законов и нормативно-правовых актов, в пределах данного географического региона необходимо соблюдать все обязательные Законы и нормативно-правовые акты.

РЕКОМЕНДУЕМЫЙ ПРИНЦИП

Поставщик гарантирует, что поставки им любой Продукции и/или Услуг в адрес компании Michelin и/или ее предприятий не ведут к нарушению компанией Michelin Законов и нормативно-правовых актов.

2 – ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЕ ПРИНЦИПЫ

2.2 – УВАЖЕНИЕ К ЧЕЛОВЕКУ

2.2.1 – Права человека (включая условия труда)

ОБЯЗАТЕЛЬНО

Поставщик обязан соблюдать, как минимум, следующие требования:

- международные нормы, включая Всеобщую декларацию прав человека, Глобальный договор Организации Объединенных Наций, Руководящие принципы ОЭСР и Руководящие принципы предпринимательской деятельности в аспекте прав человека ООН;
- законодательные и нормативные положения действующего в стране трудового законодательства (уровень оплаты труда, продолжительность рабочего времени, свобода объединения и пр.);
- уважение достоинства человека путем организации приемлемых условий труда;
- основные конвенции Международной организации труда (МОТ), в частности, о детском труде, принудительном или подневольном труде, свободе объединения и праве на ведение переговоров о коллективном договоре, дискриминации и притеснениях.

РЕКОМЕНДУЕМЫЙ ПРИНЦИП

Поставщику не рекомендуется выходить за рамки строгого соблюдения Законов и нормативно-правовых актов, в частности, в отношении продолжительности рабочего времени, права на отдых и оплаты труда.

2 – ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЕ ПРИНЦИПЫ

2.2 – УВАЖЕНИЕ К ЧЕЛОВЕКУ

2.2.2 – Охрана труда и техника безопасности

Для компании Michelin важными критериями при выборе Поставщиков являются качество и уровень соблюдения норм в сфере охраны труда и техники безопасности.

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ПРИНЦИП

- В отношении Продукции, Услуг, предприятий или объектов Поставщик обязан обеспечивать охрану труда и технику безопасности, строго соблюдая действующие Законы и нормативно-правовые акты, а также применяя передовой опыт в своей сфере деятельности, независимо от того, насколько строгими являются нормы в сфере охраны труда и техники безопасности в той или иной стране.
- Поставщик обязан регулярно оценивать риски в сфере охраны труда и техники безопасности, возникающие для населения в непосредственной близости от его объектов и/или предприятий. Поставщик, выполняющий работы на объектах Michelin, обязан периодически или постоянно:
 - заблаговременно получать допуск к объекту;
 - определять и предпринимать все необходимые меры для обеспечения соблюдения Персоналом Поставщика правил техники безопасности, охраны труда и гигиены, действующих на данном объекте. Поставщик обязан постоянно работать над формированием у такого Персонала привычки постоянно сохранять бдительность и следовать установленным на объекте правилам;
 - составить план профилактических мероприятий перед проведением любых работ на объекте в соответствии со стандартами Michelin;
 - информировать компанию Michelin перед использованием новых химических веществ и предоставить необходимые документы с подробным описанием их характеристик, рисков и профилактических мероприятий;
 - сообщать о всех обнаруженных отклонениях начальнику объекта или ответственному специалисту по вопросам безопасности на объекте Michelin, на котором Поставщик выполняет работы, или, если этих лиц нет на месте, контактному лицу компании Michelin Поставщика.

РЕКОМЕНДУЕМЫЙ ПРИНЦИП

Поставщик внедряет систему управления в сфере охраны труда и техники безопасности, предназначенную для наработки выводов по прошлым событиям и обеспечения постоянного совершенствования подходов к работе. В основу этой системы могут быть заложены соответствующие правила, инструкции, руководства, информационно-просветительные кампании, планы совершенствования и соответствующие показатели (например, количество нештатных ситуаций, отчетность и управление опасными ситуациями, количество предложений по улучшениям в сфере охраны труда и техники безопасности и пр.). Приветствуется сертификация по стандарту ISO 45001.

2 – ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЕ ПРИНЦИПЫ

2.2 – УВАЖЕНИЕ К ЧЕЛОВЕКУ

2.2.3 – Население

Michelin стремится строить органические взаимоотношения с обществом страны и местным населением, с которыми контактируют ее предприятия в разных странах мира. Поэтому Michelin привлекает к поставке товаров не только международных, но и местных и инклюзивных Поставщиков (напр., Поставщиков, предоставляющих защищенный и адаптированный сектор занятости, Поставщиков, поощряющих к возвращению к трудовой деятельности, Поставщиков, принадлежащих к меньшинствам, и пр.), которые соответствуют строгим стандартам компании Michelin.

РЕКОМЕНДУЕМЫЙ ПРИНЦИП

Michelin приглашает всех Поставщиков участвовать в экономическом и социальном развитии населенных пунктов, вблизи или на территории которых они осуществляют деятельность.

2 – ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЕ ПРИНЦИПЫ

2.3 – ОХРАНА ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

Компания Michelin придает огромное значение вопросу охраны окружающей среды. Поставщик обязан в своей деятельности также предпринимать меры по охране окружающей среды.

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ПРИНЦИП

В целях охраны окружающей среды и снижения экологических рисков по всей своей Цепочке поставок Поставщик обязуется соблюдать Законы и нормативно-правовые акты, действующие на территории страны или стран, в которых он осуществляет деятельность, а также всех стран, на территории которых осуществляется ввоз, использование и/или бесплатное или платное распространение любой Продукции и/или Услуги. Поставщик обязан по требованию Michelin в рамках определенных проектов или географических регионов применять более строгие стандарты Michelin.

Кроме того, Поставщики обязуются по требованию направлять любую информацию, которая может потребоваться для определения последствий любой Продукции и/или Услуги, которую он предоставляет компании Michelin, в сфере КСО или для выполнения требований заинтересованных сторон из Группы Michelin (напр., клиентов, инвесторов, объединений и пр.) в случаях, когда они обладают такой информацией (напр., данные о выбросах CO₂, использовании фитосанитарной продукции, сертификаты и пр.).

РЕКОМЕНДУЕМЫЙ ПРИНЦИП

Компания Michelin ожидает, что Поставщик:

- внедрит систему экологического менеджмента для оценки и сокращения возможного влияния своей деятельности на окружающую среду;
- будет снижать и контролировать количество отходов, токсичных/опасных веществ и упаковки на протяжении всего жизненного цикла своей Продукции и/или Услуги;
- будет сокращать выбросы парниковых газов, в том числе при транспортировке;
- будет бережно использовать воду и природные ресурсы, защищать экосистемы и стремиться поддерживать биоразнообразие;
- будет разрабатывать высококачественную Продукцию и/или Услуги с незначительным воздействием на окружающую среду;
- будет содействовать Группе Michelin при проведении анализа жизненного цикла, который осуществляет Michelin.


ОСОБОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ДЛЯ ПОСТАВЩИКОВ ПРИРОДНОГО КАУЧУКА



ОСОБОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ДЛЯ ПОСТАВЩИКОВ ПРИРОДНОГО КАУЧУКА (СО ССЫЛКОЙ НА

Использование природного каучука имеет значительные последствия для окружающей среды и жизни общества. Поэтому в его случае требуется особый подход.

Политика устойчивого развития производства природного каучука (SNR), разработанная совместно со всеми заинтересованными сторонами, в частности с НГО в сфере охраны окружающей среды и прав человека, — это имеющий силу договора справочник для поставщиков природного каучука Группы Michelin, положения которого дополняют настоящий документ. Чтобы ознакомиться с политикой устойчивого развития производства природного каучука компании Michelin:



Компания Michelin придает первостепенное значение не только вопросам соблюдения Законов и нормативно-правовых актов, но и вопросам этики и порядочности при осуществлении хозяйственной деятельности («Деловая этика»). Поставщик также обязан осуществлять хозяйственную деятельность и операции добросовестно и с соблюдением норм деловой этики, включая следующие принципы:

3 – ДЕЛОВАЯ ЭТИКА

3.1 – ДОБРОСОВЕСТНОСТЬ

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ПРИНЦИП

каждый Поставщик обязан добросовестно вести переговоры и выполнять условия договоров.

3.2 – КОНКУРЕНЦИЯ И ЧЕСТНОСТЬ

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ПРИНЦИП

Поставщик обязуется обеспечивать свободную и честную конкуренцию, применять добросовестные методы взаимодействия со своими конкурентами и их клиентами, а также обеспечивать прозрачность своих цен. В случае действий Поставщика, направленных на ограничение конкуренции, компания Michelin оставляет за собой право предпринять любые меры, необходимые и подходящие для взыскания компенсации за любой понесенный ущерб. Кроме того, Поставщики обязуются не допускать злоупотреблений в случае их доминирующей позиции над компанией Michelin и не требовать неоправданного вознаграждения, которое формирует значительный дисбаланс в рамках сделки.

РЕКОМЕНДУЕМЫЙ ПРИНЦИП

Поставщик внедрил и применяет программу обеспечения соблюдения антимонопольного законодательства.

3 – ДЕЛОВАЯ ЭТИКА

3.3 – ТОРГОВЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ПРИНЦИП

Поставщик обязуется соблюдать требования документа «Распоряжение для Группы Michelin: Торговые ограничения».

Термин «Торговые ограничения» означает любые применимые Законы и нормативно-правовые акты в области (i) торговых и экономических санкций (включая эмбарго и списки попавших под санкции лиц) и/или (ii) экспортного контроля (положения о товарах военного или двойного назначения), действие которых распространяется на любую Продукцию и/или Услугу.

РЕКОМЕНДУЕМЫЙ ПРИНЦИП

Поставщик внедрил и применяет программу обеспечения соблюдения Торговых ограничений.

3 – ДЕЛОВАЯ ЭТИКА

3.4 – ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ КОРРУПЦИИ И ЗЛОУПОТРЕБЛЕНИЮ ВЛИЯНИЕМ

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ПРИНЦИП

Поставщик обязан применять принцип «нулевой терпимости» в отношении коррупции и злоупотребления влиянием. В частности, Поставщик обязуется не совершать таких действий, как (1) умышленное предложение, обещание или предоставление и (2) попытка и сговор с целью предложить, обещать или предоставить несправедливое преимущество финансового или любого другого характера, прямо или косвенно через посредника, государственному служащему или в рамках любых профессиональных отношений в пользу такого государственного служащего или частного должностного лица или третьего лица с той целью, чтобы они совершили определенные действия или воздержались от совершения определенных действий при исполнении своих должностных обязанностей, с целью неправомерного получения или сохранения договора или иного преимущества.

РЕКОМЕНДУЕМЫЙ ПРИНЦИП

Поставщик внедрил и применяет программу соблюдения правовых норм в сфере противодействия коррупции, учитывающую особенности его деятельности и способную выявлять случаи коррупции, взяточничества и злоупотребления влиянием.

3 – ДЕЛОВАЯ ЭТИКА

3.5 – КОНФЛИКТЫ ИНТЕРЕСОВ

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ПРИНЦИП

Поставщик обязан отказаться от любых действий, которые могут содержать признаки конфликта интересов. Поставщик обязан сообщать компании Michelin о любых конфликтах интересов, которые могут возникать у любого представителя Персонала Michelin в рамках предстоящей или текущей сделки.

РЕКОМЕНДУЕМЫЙ ПРИНЦИП

Поставщик внедрил и применяет конкретные правила для выявления и контроля конфликтов интересов.

3 – ДЕЛОВАЯ ЭТИКА

3.6 – МОШЕННИЧЕСТВО

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ПРИНЦИП

Поставщик обязан следовать принципу «нулевой терпимости» в отношении попыток и фактов мошенничества, как предполагаемых, так и доказанных. В частности, Поставщик обязуется не совершать таких действий, как (1) создание, допущение создания или участие в создании, умышленное или по небрежности, любой организации или схемы, имеющей мошенническую цель, назначение или последствия, и (2) осуществление попыток и объединение усилий с намерением это сделать.

Поставщики обязуются любыми подходящими способами, в том числе путем сообщения на линию Michelin для обращений по вопросам этики (Ethics Line), сообщать Michelin обо всех фактах, подозрениях или попытках мошенничества, о которых Поставщикам становится известно.

РЕКОМЕНДУЕМЫЙ ПРИНЦИП

Поставщик внедрил и применяет программу борьбы с мошенничеством (в отношении внутренних и внешних случаев мошенничества), учитывающую особенности его деятельности и способную обнаруживать и предотвращать проявления мошенничества, а также противодействовать им.

3 – ДЕЛОВАЯ ЭТИКА

3.7 – ПОДАРКИ И ПРИГЛАШЕНИЯ

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ПРИНЦИП

что касается подарков и приглашений, Поставщик обязан воздерживаться от любых действий, противоречащих применимым Законам и нормативно-правовым актам. Кроме того, Поставщик обязан воздерживаться от любых действий, направленных на предоставление прямой или косвенной выгоды Персоналу компании Michelin, от попыток повлиять на решение Персонала компании Michelin или от цели получить какое-либо неправомерное преимущество. В частности, подарки и приглашения должны соответствовать всем следующим критериям в совокупности: они разрешены применимыми местными Законами и нормативно-правовыми актами; получатель не требует их предоставления; они не предназначены для получения неправомерного вознаграждения или выгоды; они не предназначены для оказания влияния на решение; они не совпадают по времени с принятием стратегических решений; получатель не может в настоящее время или в будущем по своему усмотрению принимать решения, затрагивающие интересы компании Michelin; они являются разовыми и соответствуют обычаям торгового оборота; они не вызывают смятения, если их показать представителям компании или публичности; они носят строго профессиональный характер и вносятся в журнал учета.

Например, во время объявления тендера Поставщику запрещается предлагать любому из контактных лиц из Персонала Michelin подарок или приглашение, которые могут повлиять на его решение во время процесса отбора.

В рамках коммерческих отношений Поставщику запрещается приглашать своих контактных лиц из Персонала Michelin, а также их родственников в дорогой ресторан. Поставщику запрещено предлагать контактным лицам из Персонала Michelin подарки в виде денег или ваучеров.

При этом, компания Michelin разрешает делать корпоративные подарки достаточно низкой стоимости и с логотипом Поставщика или аналогичной рекламой (например, рюкзак, спортивная сумка, сумка для ноутбука).

РЕКОМЕНДУЕМЫЙ ПРИНЦИП

компания Michelin рекомендует Поставщикам внедрить в отношении подарков и приглашений политику, в которой изложены правила предоставления и получения подарков.

3 – ДЕЛОВАЯ ЭТИКА

3.8 – КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ПРИНЦИП

кроме юридических обязательств по охране коммерческой тайны, Поставщик обязан обеспечивать конфиденциальность не только информации, получаемой от компании Michelin, в том числе в составе приглашений к участию в тендере, но и информации о его результатах в виде предоставляемой Продукции и/или Услуг. Поставщику запрещено использовать конфиденциальную информацию компании Michelin в несогласованных целях, исключительно кроме целей поставки Продукции и/или Услуг в адрес компании Michelin.

РЕКОМЕНДУЕМЫЙ ПРИНЦИП

Поставщик внедрил и применяет программу по предотвращению нарушения своих обязательств по соблюдению конфиденциальности перед своими клиентами, включая компанию Michelin.

3 – ДЕЛОВАЯ ЭТИКА

3.9 – ЗАЩИТА ПРАВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ПРИНЦИП

в дополнение к соблюдению Законов и нормативно-правовых актов в сфере прав интеллектуальной собственности в целом:

- Поставщик обязан не нарушать (и не пытаться нарушить) любые права интеллектуальной собственности компании Michelin;
- Поставщик обязан воздерживаться от умышленного предоставления в адрес или от имени компании Michelin какой-либо Продукции или Услуги, которая нарушает права интеллектуальной собственности третьих лиц;
- в случае, если Поставщику будут предъявлены претензии третьим лицом, заявляющим о нарушении определенных прав интеллектуальной собственности, которые могут затронуть деятельность компании Michelin, Поставщик обязан незамедлительно уведомить об этом компанию Michelin, чтобы компания Michelin предприняла необходимые меры для того, чтобы не ставить под угрозу непрерывность своей деятельности, а Поставщик обязан содействовать компании Michelin в этом.

РЕКОМЕНДУЕМЫЙ ПРИНЦИП

компания Michelin рекомендует Поставщику реализовать процедуру с правилами разработки Продукции и/или Услуги, включая, в частности, проверку и соблюдение политики третьих сторон в области интеллектуальной собственности.

3 – ДЕЛОВАЯ ЭТИКА

3.10 – ЗАЩИТА ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ПРИНЦИП

в дополнение к соблюдению требований Законов и нормативно-правовых актов в сфере защиты персональных данных, Поставщики обязаны, как минимум, действовать строго в соответствии с указаниями компании Michelin при обработке персональных данных от имени компании Michelin, обрабатывать данные исключительно с целью предоставления согласованной услуги, гарантировать (путем принятия организационно-технических мер) безопасность доверенных им данных, прозрачным способом предоставлять компании Michelin описание операций, выполняемых с персональными данными (что, зачем, кто и где), содействовать компании Michelin в выполнении ее обязательств, а также привлекать только уполномоченных компанией Michelin субподрядчиков, которые дают те же гарантии сохранности персональных данных, что и компания Michelin.

РЕКОМЕНДУЕМЫЙ ПРИНЦИП

компания Michelin стремится защищать персональные данные и, помимо других применимых Законов и нормативно-правовых актов в сфере защиты персональных данных, обеспечивает соблюдение принципов Общего регламента по защите данных (GDPR) за пределами географического региона своей деятельности. Поэтому компания Michelin рекомендует всем Поставщикам поступать аналогично.

3 – ДЕЛОВАЯ ЭТИКА

3.11 – Персонал Поставщика

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ПРИНЦИП

в рамках соблюдения Законов и нормативно-правовых актов в сфере трудоустройства физических лиц Поставщик обязан соблюдать требования документа «Распоряжение для Группы Michelin: персонал».

3 – ДЕЛОВАЯ ЭТИКА

3.12 – КОДЕКС ПОВЕДЕНИЯ

РЕКОМЕНДУЕМЫЙ ПРИНЦИП

в дополнение к соблюдению требований Законов, нормативно-правовых актов и изложенных выше пунктов, Поставщику рекомендуется составить собственный кодекс поведения с учетом особенностей его деятельности, направленный на формирование культуры добросовестности, а также принимать меры по выявлению, предотвращению и мониторингу, включая коммуникацию, обучение, этическое руководство, внутренний контроль, дисциплинарные меры и пр.

3 – ДЕЛОВАЯ ЭТИКА

3.13 – ЛИНИЯ ДЛЯ ОБРАЩЕНИЙ ПО ВОПРОСАМ ЭТИКИ

Линия для обращений по вопросам этики доступна не только Персоналу Michelin, но и Персоналу Поставщика. На эту линию можно обращаться для предоставления сведений о возможном нарушении применимых Законов и нормативно-правовых актов и/или Кодекса этики компании Michelin и Кодекса поведения в сфере противодействия коррупции. Такое сообщение может отправить любой желающий, при желании — анонимно.

Сообщение можно отправить онлайн по [ссылке](#)

(Кроме того, сообщение можно передать по телефону — для получения информации о том, на какой номер обращаться в вашей стране, нажмите на вышеуказанную ссылку.)



ПОДРОБНУЮ ИНФОРМАЦИЮ МОЖНО ПОЛУЧИТЬ В
ИСТОЧНИКАХ СПРАВОЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ:
КОДЕКС ЭТИКИ MICHELIN
КОДЕКС ПОВЕДЕНИЯ В СФЕРЕ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИИ



4 – СОТРУДНИЧЕСТВО

4.1 – ПЕРЕД ВЫБОРОМ ПОСТАВЩИКОВ

В целом компания Michelin следует структурированной процедуре по оценке возможности и способности Поставщика удовлетворять нужды компании Michelin, включая в первую очередь коммерческие и технические требования, требования по качеству, объемам, срокам изготовления и устойчивому развитию компании Michelin. Для прохождения на следующий этап отбора, Поставщик соглашается:

в случае выдачи Поставщику анкеты предварительной оценки удовлетворительно ответить на ее вопросы;

соблюдать настоящие Принципы закупочной деятельности компании Michelin, включая изложенные Обязательные принципы и документы, упомянутые или цитируемые в настоящих Принципах закупочной деятельности компании Michelin;

сообщать компании Michelin о предстоящих изменениях в производственных процессах Поставщика, его системе контроля качества, составе субподрядчиков, структуре и пр., если такие изменения могут затронуть компанию Michelin и, в частности, повлиять на рабочие характеристики поставляемой Поставщиком Продукции и/или Услуг;

в случае поставок Сырья обладать сертификатом соответствия требованиям ISO 9001.
Кроме того, предпочтение отдается Поставщикам с сертификатами соответствия требованиям ISO 14001, ISO 9001 и IATF 16949.

Например, на этом этапе обычно происходит следующее:

- предварительная оценка по анкете, позволяющая компании Michelin оценить экономическое и финансовое положение Поставщика, его подход к обеспечению качества, производственные мощности и способность выполнять наши технические требования, а также его приверженность идее устойчивого развития и подход к ее реализации;
- посещение или аудит одного или нескольких объектов Поставщика;
- испытания на объекте Группы Michelin;
- другое.

4 – СОТРУДНИЧЕСТВО

4.2 – Качество и информационная безопасность в компании MICHELIN

4.2.1 – Политика в области качества компании MICHELIN

СТРЕМЛЕНИЕ КОМПАНИИ MICHELIN К ПОВЫШЕНИЮ МОБИЛЬНОСТИ ЛЮДЕЙ И ТОВАРОВ ПРЕДУСМАТРИВАЕТ ПРЕДЪЯВЛЕНИЕ ВЫСОКИХ ТРЕБОВАНИЙ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ.



Для обеспечения неизменно высокого качества своей Продукции и/или Услуг для компании Michelin важно, чтобы приобретаемые ею Продукция и/или Услуги были самого высокого качества. Все Поставщики обязаны гарантировать соответствие поставляемой Продукции и Услуг, независимо от страны их происхождения или пункта назначения, согласованным в договоре требованиям.

ВМЕСТЕ мы должны сформировать все необходимое для достижения и поддержания такого качества, никогда при этом не забывая о контроле расходов.

Компания MICHELIN и ее ПОСТАВЩИКИ обязаны сообща добиваться успехов в этом направлении.

В **Процедуре обеспечения качества для поставщиков** подробно изложен порядок применения компанией Michelin руководящих принципов своей политики в области качества в отношениях с Поставщиками и при контроле качества приобретаемой Продукции и Услуг.

Эта процедура, которой должны следовать все Поставщики, подробно изложена в следующих документах, доступных на сайте закупок компании Michelin:

4 – СОТРУДНИЧЕСТВО

4.2 – Качество и информационная безопасность в компании MICHELIN

4.2.2 – Информационная безопасность в компании MICHELIN

Компания Michelin придает большое значение необходимости не только соблюдать применимые Законы и нормативно-правовые акты, но и обеспечивать защиту информационных систем и данных (включая данные сторонних организаций, обработку которых она может выполнять). Термин «Поставщик SID» относится к любому первичному или вторичному поставщику информационной Услуги (или цифровой или равнозначной услуги), независимо от используемой информационной системы, в случаях, когда он предоставляет компании Michelin следующие услуги: (i) разработка, интеграция и/или сопровождение любого программного решения и/или (ii) обработка данных с использованием ИТ-системы; под обработкой имеется ввиду обработка в самом широком смысле этого слова, включая, помимо прочего, доступ, создание, сбор, получение, компиляцию, агрегирование, формирование, извлечение и архивирование данных.

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ПРИНЦИП

Поставщик SID должен произвести развертывание самых современных организационно-технических средств защиты и постоянно обновлять их, чтобы идти в ногу с быстро меняющимися угрозами и возникающими уязвимостями.

Поставщик SID обязан незамедлительно уведомлять Michelin: (i) о наступлении происшествия в сфере информационной безопасности, о котором ему становится известно, и/или (ii) о предстоящих изменениях в расположении данных, деятельности субподрядчиков или о принятии любых таких мер безопасности, чтобы компания Michelin могла предпринять соответствующие меры.

Поставщик SID обязан осуществить приемлемые мероприятия по восстановлению и/или удалению данных, которые предпринимаются в случае окончания действия договора в результате истечения срока его действия или расторжения.

Поставщик SID обязан при использовании информационных систем компании Michelin соблюдать все условия использования и действующие политики безопасности.

РЕКОМЕНДУЕМЫЙ ПРИНЦИП

Кроме того, Поставщику SID рекомендуется:

составить, обновить и опубликовать политику информационной безопасности;

соблюдать рекомендации аудита его политики информационной безопасности и/или регулярно публиковать результаты внешнего аудита, который он поручил провести у себя;

разрешить компании Michelin по ее требованию самостоятельно или с привлечением сторонних лиц проводить сканирование на наличие уязвимостей и/или тестирование на проникновение и информировать компанию Michelin об их результатах;

незамедлительно реагировать на инциденты в сфере доступности услуг, уязвимости или информационной безопасности;

гарантировать соответствующее сопровождение и обмен информацией для устранения последствий инцидентов информационной безопасности.

продлевать сертификацию, например, по стандарту ISO 27001, и сообщать о продленных и новых сертификатах.

4 – СОТРУДНИЧЕСТВО

4.3 – Устойчивое продвижение вперед — вместе

В повседневной деятельности компания Michelin желает сотрудничать с Поставщиками, которые соответствуют требованиям компании Michelin к качеству, надежности и стоимости, а также стремятся к постоянному совершенствованию в контексте уважения к человеку и охраны окружающей среды.

4.3.1 – Оценка программы КСО Поставщика

Компания Michelin строго отслеживает и контролирует свою общую эффективность в отношении ответственных закупок и публикует информацию о достигнутых показателях в сфере КСО.

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ ПРИНЦИП

Поставщик обязан провести запрошенную оценку в области КСО и реализовать все плановые коррекционные мероприятия. Кроме того, Поставщик разрешает компании Michelin или назначенным компанией Michelin поставщикам услуг проводить у себя выездные проверки.

РЕКОМЕНДУЕМЫЙ ПРИНЦИП

Поставщику рекомендуется поставить себе измеримые цели по реализации программы КСО, а также составить планы совершенствования в этом направлении.

4 – СОТРУДНИЧЕСТВО

4.3 – Устойчивое продвижение вперед — вместе

4.3.2 – Управление отношениями с Поставщиками

В СОТРУДНИЧЕСТВЕ С ПОСТАВЩИКАМИ КОМПАНИЯ MICHELIN ПРИДЕРЖИВАЕТСЯ ПОДХОДА, ОСНОВАННОГО НА УПРАВЛЕНИИ ОТНОШЕНИЯМИ С ПОСТАВЩИКАМИ (SRM).

В его основе лежит активное, прозрачное и качественное сотрудничество, а его цель состоит в том, чтобы общими усилиями формировать конкурентоспособные и ответственные отношения, обладающие ценностью для всех их участников.

Для максимально эффективного управления этими отношениями Поставщики делятся на 4 категории.

- Категория 1:** сформировать настоящие стратегические отношения на базе инноваций и/или партнерских проектов.
- Категория 2:** развивать деловые отношения для получения конкурентного преимущества, выгодного обеим сторонам.
- Категория 3:** оптимизировать текущие отношения путем постоянного совершенствования.
- Категория 4:** реализовать коммерческие отношения с учетом согласованных обязательств.



4 – СОТРУДНИЧЕСТВО

4.4 – медиация



Если после начальных переговоров Поставщик не получает от компании Michelin удовлетворительного ответа, он вправе обратиться к медиатору по урегулированию споров между поставщиками и клиентами для оперативного устранения проблемы в процессе взаимного содействия.

Медиатор привлекается только после того, как поставщик попытался решить проблему через постоянных контактных лиц в компании контрагента Группы Michelin, например, через ответственного за заявку агента по закупкам, платежный центр или менеджера по сопровождению договора.

Если заявка не соответствует этому требованию, медиатор ее не рассматривает. Для открытия процедуры медиации Поставщик обязан направить материалы дела по медиации через раздел [Медиация](#) на сайте закупок.

Если с помощью внутреннего медиатора решение найдено не будет, стороны обязуются привлечь услуги традиционного внешнего медиатора.



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Соблюдение Принципов закупочной деятельности компании Michelin лежит в основе базовых доверительных отношений между любой компанией Группы Michelin и каждым из ее Поставщиков независимо от страны их местонахождения.

Эти отношения строятся на принципах SRM Группы и способствуют созданию ценности для компании Michelin и ее Поставщиков.

ПРИМЕЧАНИЕ: на момент публикации Принципы закупочной деятельности компании Michelin регулярно обновляются и доступны онлайн на 16 языках:

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



ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

В тексте настоящих Принципов закупочной деятельности компании Michelin термины, начинающиеся с прописной буквы, используются в следующем значении:



MICHELIN - PURCHASING GROUP DEPARTMENT

23, place des Carmes-Déchaux — 63040 Clermont-Ferrand Cedex 9 — France - 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.