

PRINSIP PEMBELIAN MICHELIN

DEPARTEMEN OPERASIONAL PEMBELIAN - EDISI 2020

REFERENSI BISNIS

DAFTAR ISI





FLORENT MENEGAUX
CHIEF EXECUTIVE OFFICER

TOMORROW, EVERYTHING WILL BE SUSTAINABLE AT MICHELIN



YVES CHAPOT
GENERAL MANAGER AND
CHIEF FINANCIAL OFFICER

VISI PERUSAHAAN KAMI DIDASARKAN PADA KEYAKINAN INI.

MISI MICHELIN ADALAH MENJADI SALAH SATU PEMIMPIN DALAM MOBILITAS BERKELANJUTAN DI ANTARA PERUSAHAAN BERKINERJA TINGGI, INOVATIF DAN BERTANGGUNG JAWAB DI DUNIA DENGAN MENYEIMBANGKAN TANTANGAN EKONOMI, LINGKUNGAN, DAN SOSIAL.

INI ADALAH KOMITMEN YANG KAMI UBAH MENJADI TINDAKAN SETIAP HARI UNTUK MENINGKATKAN MOBILITAS BAGI SEMUA ORANG, DENGAN CARA YANG BERKELANJUTAN, DAN YANG KAMI EKSPRESIKAN MELALUI TUJUAN PERUSAHAAN KAMI:

“TO OFFER EVERYONE A BETTER WAY FORWARD.”



HÉLÈNE PAUL
CHIEF PROCUREMENT OFFICER

MISI PEMBELIAN

Berkontribusi pada kinerja berkelanjutan Michelin dengan melibatkan pemasok untuk meningkatkan penciptaan nilai dan inovasi yang mendukung daya saing dan pertumbuhan Michelin.

Kontribusi ini diraih dengan keunggulan dalam operasi dan pembelian yang berkelanjutan, penguatan etika bisnis, perlindungan lingkungan dan hak asasi manusia.

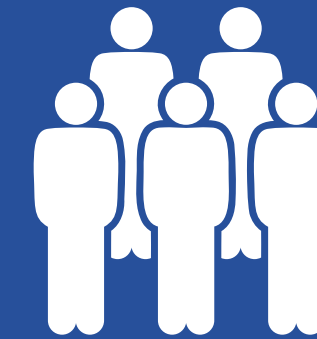
BEBERAPA ANGKA PEMBELIAN



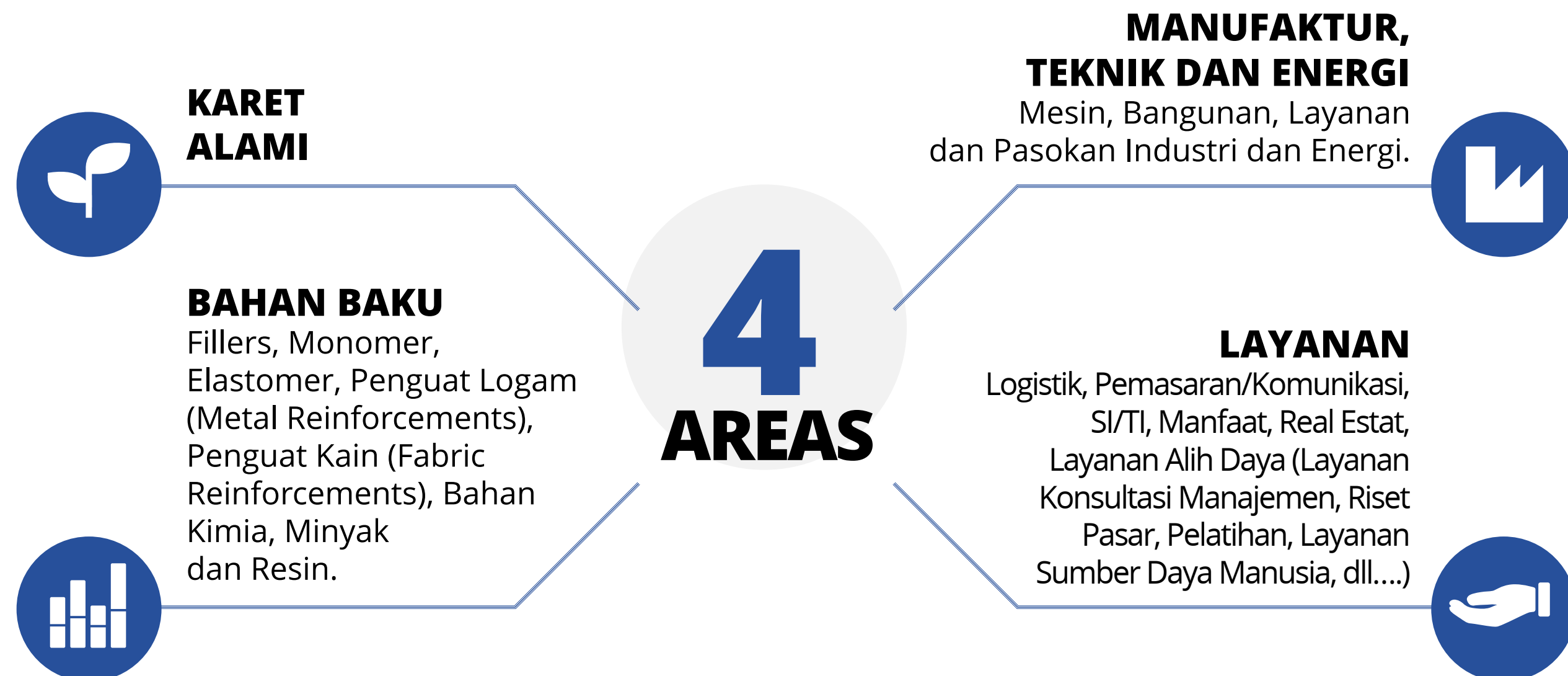
47,000
PEMASOK
AKTIF



1,6 JUTA
PESANAN



280 KELUARGA
YANG MEMBELI





1 – RUANG LINGKUP, DEFINISI DAN PRINSIP PENERAPAN

1.1 – Ruang Lingkup

Prinsip Pembelian Michelin adalah bagian integral dari setiap kontrak antara Pemasok dan setiap perusahaan Grup Michelin, dan di negara manapun.

1.2 – Prinsip Yang Disyaratkan dan Diharapkan

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

PRINSIP YANG DISYARATKAN

adalah prinsip yang dianggap fundamental yang tanpanya hubungan bisnis tidak dapat dibangun atau dilanjutkan.

Pemasok harus mematuhi Prinsip Yang Disyaratkan dan harus memastikan prinsip yang sama atau serupa diterapkan di seluruh Rantai Pasokannya. Atas permintaan Michelin, Pemasok harus melaporkan, dengan itikad baik dan transparan, tentang fakta dan tingkat kepatuhan yang dicapai. Setiap kegagalan untuk mematuhi semua atau sebagian dari Prinsip Yang Disyaratkan yang ditetapkan dalam Prinsip Pembelian Michelin akan dianggap sebagai pelanggaran kontrak, dan Michelin mencadangkan haknya untuk menarik semua konsekuensinya, termasuk penghentian semua atau sebagian dari hubungan bisnis dengan Pemasok yang bersangkutan.

PRINSIP YANG DIHARAPKAN

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

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

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

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

Setiap Pemasok kami, diharapkan untuk berkontribusi sepenuhnya pada kepatuhan Michelin terhadap prinsip-prinsip dasar ini, dalam ruang lingkup yang berlaku untuk mereka.

2 – PRINSIP DASAR

2.1 – Kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

Pemasok harus mengetahui dan memenuhi Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku terhadapnya dan/atau secara keseluruhan atau sebagian dari Produk, Layanan dan/atau operasi mereka.

Prinsip Yang Disyaratkan untuk keadaan tertentu:
Aktivitas pembelian Michelin diterapkan di banyak negara dengan beragam budaya, hukum, dan rezim politik:

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

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

Pemasok memastikan bahwa pasokan Produk dan/atau Layanan apa pun kepada Michelin dan/atau operasinya tidak menyebabkan Michelin melakukan pelanggaran apa pun terhadap Peraturan Perundang-Undangan.

Pemasok diharapkan mempromosikan prinsip serupa dalam Rantai Pasokannya.

2 – PRINSIP DASAR

2.2 – Menghormati orang lain

2.2.1 – Hak Asasi Manusia (termasuk kondisi kerja)

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

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

- Standar internasional termasuk Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia, United Nations Global Compact, Pedoman OECD, dan Pedoman PBB tentang Bisnis dan Hak Asasi Manusia.
- Ketentuan hukum dan peraturan dari undang-undang ketenagakerjaan yang berlaku di negara tersebut (tingkat remunerasi, jam kerja, kebebasan berserikat, dll).
- Martabat individu melalui kondisi kerja yang dapat diterima.
- Fundamental Conventions of the International Labor Organization (“ILO”), khususnya tentang pekerja anak, kerja paksa atau wajib, kebebasan berserikat dan hak untuk berunding bersama, diskriminasi dan pelecehan.

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

Pemasok didorong untuk melampaui penerapan Peraturan Perundang-Undangan yang ketat, khususnya, terkait jam kerja, hak untuk istirahat dan remunerasi.

2 – PRINSIP DASAR

2.2 – Menghormati orang lain

2.2.2 – Kesehatan dan Keselamatan Individu

Bagi Michelin, kualitas dan tingkat praktik kesehatan dan keselamatan merupakan kriteria penting dalam memilih Pemasok.

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

- Baik terkait dengan Produk, Layanan, operasi, atau lokasi, Pemasok harus melindungi kesehatan dan keselamatan individu dengan secara ketat mematuhi Peraturan Perundang-Undang yang berlaku dan praktik terbaik profesi mereka, terlepas dari apakah negara tertentu lebih atau kurang ketat. dalam hal kesehatan dan keselamatan.
 - Pemasok harus secara regular menilai risiko kesehatan dan keselamatan yang ditimbulkan terhadap masyarakat di sekitar lokasi dan/atau operasinya.
- Pemasok yang bekerja di lokasi Michelin, baik yang sesekali atau yang secara permanen, harus:
- Mendapatkan otorisasi sebelumnya untuk mengakses lokasi.
 - Menentukan dan menerapkan seluruh tindakan yang diperlukan untuk memastikan bahwa semua Personel Pemasok mematuhi aturan keselamatan, kesehatan, dan kebersihan yang ditentukan untuk lokasi ini. Pemasok diharuskan untuk secara terus menerus mengembangkan perilaku kewaspadaan dan kepatuhan terhadap aturan lokasi ini, di antara Personel.
 - Membuat rencana pencegahan sebelum pekerjaan apa pun dilakukan di lokasi, sesuai dengan standar Michelin.
 - Memberi tahu Michelin sebelum menggunakan zat kimia baru dan menyediakan dokumen yang diperlukan yang merinci karakteristik, risiko, dan tindakan pencegahannya.
 - Melaporkan setiap penyimpangan yang ditemukan kepada manajer lokasi atau petugas keselamatan yang ditunjuk di lokasi Michelin tempat Pemasok bekerja atau, jika orang-orang itu tidak ada, ke kontak Pemasok Michelin.

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

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

2 – PRINSIP DASAR

2.2 – Menghormati orang lain

2.2.3 – Komunitas

Michelin bermaksud untuk dengan mulus mengintegrasikan ke dalam masyarakat dan komunitas lokal di sekitar operasinya di negara-negara di seluruh dunia. Oleh karena itu, Michelin bertujuan untuk memasok tidak hanya dari Pemasok internasional tetapi juga dari Pemasok lokal dan Pemasok inklusif (mis. Pemasok di sektor kerja yang dilindungi dan disesuaikan, Pemasok yang mempromosikan kembali bekerja, Pemasok yang termasuk minoritas, dll.) yang memenuhi standar tinggi Michelin.

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

Michelin mendorong semua Pemasok untuk berpartisipasi dalam pengembangan ekonomi dan sosial di komunitas dekat atau tempat mereka beroperasi.

2 – PRINSIP DASAR

2.3 – Melindungi lingkungan

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

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

Dalam hal perlindungan lingkungan dan untuk membatasi risiko lingkungan di seluruh Rantai Pasokannya, Pemasok berjanji untuk mematuhi Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku di negara atau negara tempat ia beroperasi dan di semua negara tempat Produk dan/atau Layanan diimpor, digunakan, dan/atau didistribusikan secara bebas dari biaya atau sebagai imbalan pembayaran. Atas permintaan Michelin, Pemasok berjanji untuk menerapkan standar Michelin yang lebih ketat untuk proyek atau wilayah geografis tertentu.

Pemasok juga berjanji untuk mengirim, atas permintaan, setiap informasi yang mungkin diperlukan untuk menentukan dampak CSR dari setiap Produk dan/atau Layanan yang ia sediakan kepada Michelin atau untuk memenuhi harapan pemangku kepentingan Grup Michelin (misalnya pelanggan, investor, asosiasi, dll) di mana informasi yang tersedia untuk itu. (misalnya emisi CO₂, penggunaan produk fitosanitasi, sertifikasi, dll.).

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

Michelin mengharapkan Pemasok untuk:

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


PENERAPAN PRINSIP-PRINSIP DASAR KARET ALAM



KETENTUAN KHUSUS BAGI PEMASOK KARET ALAM:

Karet alam memiliki dampak lingkungan dan sosial yang signifikan. Oleh karena itu diperlukan pendekatan spesifiknya sendiri. Kerjasama tertulis dengan seluruh pemangku kepentingan, terutama LSM yang mengkhususkan diri dalam perlindungan lingkungan dan hak asasi manusia, Kebijakan Sustainable Natural Rubber (SNR) adalah referensi kontraktual untuk Pemasok karet alami Grup Michelin dan melengkapi dokumen ini.

Untuk melihat Kebijakan Karet Alami Berkelanjutan Michelin:



Michelin menekankan pentingnya, tidak hanya kepatuhan terhadap Peraturan Perundang-Undangan tetapi juga etika dan integritas saat menjalankan bisnis («Etika Bisnis»). Pemasok juga harus menjalankan bisnis dan operasinya dengan integritas dan mematuhi Etika Bisnis dan, khususnya, dengan prinsip-prinsip berikut:

3 – ETIKA BISNIS

3.1 – Itikad baik

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

Setiap Pemasok harus menegosiasikan dan melaksanakan kontrak dengan itikad baik.

3.2 – Persaingan dan tindakan yang adil

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

Pemasok berjanji untuk memastikan persaingan yang bebas dan adil, untuk menerapkan praktik komersial yang adil terkait dengan pesaing dan pelanggannya, dan untuk memastikan transparansi harga. Jika terjadi praktik anti-persaingan dari pihak Pemasok, Michelin mencadangkan haknya untuk mengambil tindakan apa pun yang diperlukan dan sesuai untuk mendapatkan kompensasi atas kerusakan yang diderita. Selanjutnya, Pemasok berjanji untuk tidak terlibat dalam perilaku kasar jika terjadi posisi dominan atas Michelin dan tidak menuntut imbalan yang tidak dapat dibenarkan yang menciptakan ketidakseimbangan yang signifikan dalam transaksi.

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

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

3 – ETIKA BISNIS

3.3 – Pembatasan perdagangan

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

Pemasok harus memenuhi dokumen “Keputusan Grup Michelin: Pembatasan Perdagangan».

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

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

Pemasok telah menerapkan dan mengelola program kepatuhan Pembatasan Perdagangan.

3 – ETIKA BISNIS

3.4 – Anti korupsi dan pengaruh perdagangan

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

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

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

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

3 – ETIKA BISNIS

3.5 – Konflik kepentingan

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

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

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

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

3 – ETIKA BISNIS

3.6 – Penipuan

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

Pemasok harus menerapkan kebijakan «tanpa toleransi» terkait dengan percobaan penipuan, baik yang dicurigai atau yang terbukti. Secara khusus, Pemasok berjanji untuk menahan diri dari (1) mendirikan, mengizinkan untuk didirikan, atau berpartisipasi dalam pengaturan, baik sengaja atau atas kelalaiannya, organisasi atau skema apapun dengan tujuan, panggilan atau efek curang dan (2) mencoba dan bersekongkol untuk melakukannya. Pemasok berjanji untuk memberi tahu Michelin dengan cara apa pun yang sesuai, termasuk melalui Saluran Etika yang disediakan oleh Michelin, tentang segala penipuan, kecurigaan penipuan, atau percobaan penipuan yang diketahui Pemasok.

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

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

3 – ETIKA BISNIS

3.7 – Hadiah dan undangan

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

Sehubungan dengan hadiah dan undangan, Pemasok harus menahan diri dari praktik apa pun yang tidak mematuhi Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku. Pemasok juga harus menahan diri dari praktik apapun yang ditujukan untuk secara langsung atau tidak langsung menguntungkan setiap Personel Michelin atau mencoba memengaruhi penilaian dari setiap Personel Michelin atau untuk mendapatkan keuntungan yang tidak semestinya. Khususnya, setiap hadiah atau undangan harus memenuhi kriteria kumulatif berikut: diizinkan berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan setempat yang berlaku, tidak diminta oleh penerima, tidak dimaksudkan untuk mendapatkan pertimbangan atau manfaat yang tidak semestinya, tidak dimaksudkan untuk memengaruhi keputusan, tidak bertepatan dengan pengambilan keputusan strategis; penerima manfaat saat ini atau di masa depan tidak boleh menjalankan kebijaksanaannya dalam membuat keputusan yang memengaruhi kepentingan Michelin; Menjadi satu-satunya dalam bisnis, tidak menimbulkan rasa malu jika diungkapkan di perusahaan atau publik, bersikap sangat profesional dan masuk dalam daftar.

Sebagai contoh: Selama panggilan untuk proses tender, Pemasok dilarang menawarkan hadiah atau undangan atas setiap kontakannya di antara Personel Michelin yang dapat mempengaruhi penilaiannya selama proses pemilihan. Selama jangka waktu hubungan komersial, Pemasok dilarang mengundang kontakannya di antara Personel Michelin serta kerabatnya untuk makan di restoran mewah. Pemasok dilarang untuk menawarkan kepada kontakannya di antara Personel Michelin suatu hadiah dalam bentuk uang atau voucher.

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

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

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

3 – ETIKA BISNIS

3.8 – Kerahasiaan

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

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

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

Pemasok telah menerapkan dan memelihara program untuk mencegah setiap pelanggaran terhadap kewajiban kerahasiaannya kepada pelanggannya, termasuk Michelin.

3 – ETIKA BISNIS

3.9 – Perlindungan Kekayaan Intelektual (KI)

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

Selain kepatuhan terhadap Peraturan Perundang-Undangan tentang Hak Kekayaan Intelektual (KI) secara umum:

- Pemasok harus menahan diri untuk tidak melanggar (atau mencoba melanggar) hak kekayaan intelektual Michelin.
- Pemasok harus menahan diri untuk dengan sengaja memberikan kepada atau untuk Michelin setiap Produk atau Layanan apapun yang melanggar hak kekayaan intelektual pihak ketiga manapun.
- Jika Pemasok menderita setiap klaim dari pihak ketiga manapun yang menuduh pelanggaran hak kekayaan intelektual tertentu yang dapat berdampak pada aktivitas Michelin, Pemasok harus segera memberi tahu Michelin untuk memungkinkannya membuat pengaturan yang diperlukan untuk menghindari bahaya keberlangsungan operasinya, dan Pemasok akan bekerja sama dengan Michelin.

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

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

3 – ETIKA BISNIS

3.10 – Perlindungan privasi

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

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

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

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

3 – ETIKA BISNIS

3.11 – Personel Pemasok

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

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

3 – ETIKA BISNIS

3.12 – Kode etik

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

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

3 – ETIKA BISNIS

3.13 – Saluran etik

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

Laporan dapat dikirimkan secara online ke saluran berikut: <https://secure.ethicspoint.com/domain/media/en/gui/38522/index.html>

(Laporan juga dapat dilakukan melalui telepon - silakan klik tautan di atas untuk instruksi tentang cara menghubungi nomor yang benar untuk negara Anda.)

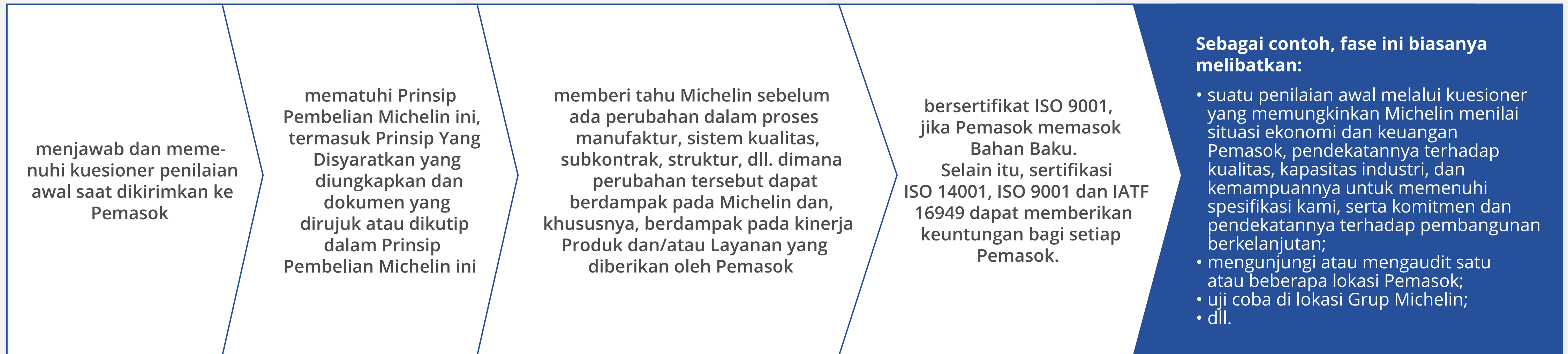
 **UNTUK INFORMASI LEBIH LANJUT:
TEKS RUJUKAN: MICHELIN CODE OF ETHICS
ANTI-CORRUPTION CODE OF CONDUCT**



4 – BEKERJA SAMA

4.1 – Sebelum memilih pemasok

Secara umum, Michelin mengikuti proses terstruktur untuk menilai potensi dan kemampuan Pemasok untuk memenuhi kebutuhan Michelin, termasuk terutama persyaratan komersial, teknis, kualitas, kuantitas, waktu tunggu, dan pengembangan berkelanjutan Michelin. Untuk menjadi kandidat, Pemasok harus setuju untuk:



4 – BEKERJA SAMA

4.2 – Kualitas Michelin dan keamanan informasi

4.2.1 – Kebijakan Kualitas Michelin

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



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

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

MICHELIN dan PEMASOKnya harus bekerja sama untuk membuat kemajuan ke arah ini.

Proses **Jaminan Kualitas Pemasok** merinci bagaimana Michelin bermaksud menerapkan pedoman kebijakan kualitasnya dalam hubungannya dengan Pemasoknya dan untuk mengelola kualitas Produk dan Layanan yang dibeli.

Proses ini, yang harus dipatuhi oleh semua Pemasok, dirinci dalam dokumen berikut yang tersedia di lokasi web Pembelian Michelin:

4 – BEKERJA SAMA

4.2 – Kualitas Michelin dan keamanan informasi

4.2.2 – Keamanan Informasi Michelin

Michelin sangat mementingkan kepatuhan tidak hanya pada Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku tetapi juga pada perlindungan sistem informasi dan data (termasuk data pihak ketiga yang mungkin perlu diproses).

Istilah «Pemasok SID» merujuk pada Pemasok utama atau sekunder dari Layanan Teknologi Informasi (atau layanan digital atau yang setara), terlepas dari sistem informasi yang digunakan ketika melakukan layanan berikut untuk Michelin: (i) mengembangkan, mengintegrasikan dan/atau memelihara solusi perangkat lunak dan/atau (ii) memproses data menggunakan sistem teknologi informasi; pemrosesan diambil dalam arti kata yang luas termasuk, tetapi tidak terbatas pada: akses, pembuatan, pengumpulan, akuisisi, kompilasi, agregasi, pembuatan, ekstraksi, dan pengarsipan data.

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

Pemasok SID diharuskan untuk menyebarkan dan terus memperbarui pengamanan organisasi dan teknik yang canggih untuk mengimbangi ancaman yang berubah cepat dan kerentanan yang baru diidentifikasi. Pemasok SID harus segera memberi tahu Michelin: i) setiap insiden keamanan informasi yang diketahui dan /atau (ii) sebelum melaksanakan setiap perubahan pada lokasi data, operasi subkontrak atau penerapan setiap operasi perlindungan tersebut sehingga Michelin dapat mengambil tindakan yang tepat. Pemasok SID harus menawarkan tindakan pembalikan dan/atau penghapusan data yang dapat diterima yang berlaku dalam setiap keadaan di akhir kontrak, yang diakhiri baik dengan kedaluwarsa atau penghentian. Pemasok SID juga harus mematuhi semua piagam pengguna dan kebijakan keamanan yang berlaku jika menggunakan sistem informasi Michelin.

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

Selanjutnya, Pemasok SID diharapkan untuk:
Membuat, memperbarui, dan mempublikasikan kebijakan keamanan informasi
Mematuhi audit kebijakan keamanan informasinya dan/atau secara teratur mempublikasikan hasil audit eksternal apapun yang mungkin telah dilakukan.
Memberi wewenang kepada Michelin untuk melakukan pemindaian kerentanan dan/atau tes penetrasi berdasarkan permintaan, baik secara langsung atau tidak langsung, dan terus memberi tahu Michelin tentang hasilnya.
Berkomitmen untuk segera menangani ketersediaan layanan, kerentanan, atau insiden keamanan.
Menjamin tingkat dukungan dan berbagi informasi yang sesuai untuk menangani insiden keamanan.
Tetap mengetahui pembaruan sertifikasinya, mis. ISO 27001, dan memberikan pemberitahuan atasnya dan tentang sertifikasi baru.

4 – BEKERJA SAMA

4.3 – Bergerak ke depan bersama – secara berlanjut

Dalam operasinya sehari-hari, Michelin bertujuan untuk bekerja dengan Pemasok yang memenuhi persyaratan kualitas, keandalan, dan biaya Michelin dan yang berkomitmen untuk peningkatan berkelanjutan sembari menghormati orang dan melindungi lingkungan.

4.3.1 – Penilaian CSR Pemasok

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

PRINSIP YANG DISYARATKAN:

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

PRINSIP YANG DIHARAPKAN:

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

4 – BEKERJA SAMA

4.3 – Bergerak ke depan bersama – secara berlanjut

4.3.2 – Mengelola Hubungan Pemasok

MICHELIN BERKOMITMEN DENGAN PENDEKATAN SUPPLIER RELATIONSHIP MANAGEMENT (“SRM”) DENGAN PEMASOKNYA.

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

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

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

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

Kategori 3: Mengoptimalkan hubungan saat ini berdasarkan peningkatan berkelanjutan.

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



4 – BEKERJA SAMA

4.4 – Mediasi



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

Mediator akan terlibat hanya setelah pemasok mencoba menyelesaikan masalah dengan kontak regulernya dalam perusahaan kontrak bersama Michelin, misalnya agen pembelian yang bertanggung jawab atas penawaran, pusat pembayaran atau manajer kontrak.

Mediator tidak akan mempertimbangkan permintaan apa pun yang tidak mematuhi prinsip ini. Untuk melanjutkan ke proses mediasi, Pemasok harus mengirimkan dokumen mediasinya menggunakan bagian _____ di lokasi web Pembelian.

Jika tidak ditemukan solusi dengan bantuan mediator internal, para pihak berkomitmen untuk menggunakan layanan mediator eksternal konvensional.



KESIMPULAN

Kepatuhan terhadap Prinsip Pembelian Michelin membentuk dasar dari hubungan kepercayaan penting antara perusahaan Michelin dan setiap Pemasoknya di seluruh dunia. Hubungan ini, yang didukung oleh pendekatan SRM Grup, adalah mesin penciptaan nilai bagi Michelin dan Pemasoknya.

CATATAN: Prinsip Pembelian Michelin, pada tanggal publikasi, diperbarui secara rutin dan tersedia secara online dalam 16 bahasa di sini:

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



DEFINISI

Seperti yang digunakan dalam Prinsip Pembelian Michelin ini, kata-kata yang dimulai dengan huruf kapital didefinisikan di bawah ini:



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.