



PRINCÍPIOS DE COMPRAS DA MICHELIN

DIREÇÃO OPERACIONAL DE COMPRAS - EDIÇÃO 2020

REFERÊNCIA DE DOMÍNIO DE ATUAÇÃO

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 A MELHOR MANEIRA DE IR MAIS LONGE JUNTOS.”



H  L  NE PAUL
DIRETORA DE COMPRAS

MISSÃO DE COMPRAS

Contribuir para o desempenho sustentável da Michelin através da intera  o 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 PEDIDOS
DE COMPRAS



280 FAMÍLIAS
DE COMPRAS





1 – ESCOPO, DEFINIÇÕES E PRINCÍPIOS

1.1 – Escopo

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 Exigidos/Esperados: Definições e Aplicações

Os Princípios de Compras da Michelin dispõem de dois níveis: Princípios Exigidos e Princípios Esperados.

O PRINCÍPIO EXIGIDO:

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

Um Fornecedor deve cumprir o **Princípio Exigido** e terá que assegurar que princípios iguais ou semelhantes em sua Cadeia de Fornecimento sejam implementados. 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 Exigidos** 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 progridam 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** levará em consideração a dimensão do Fornecedor, o nível de complexidade envolvido na implementação do princípio, e o 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 aspectos 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 EXIGIDO:

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 não colocará a Michelin em qualquer posição de infração às 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 EXIGIDO:

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

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

PRINCÍPIO EXIGIDO:

- 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, 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.

Princípio Esperado: 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 Terceiros (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.
- Elaborar um plano de prevenção antes da realização de quaisquer trabalhos nas instalações, de acordo com as normas da Michelin.
- Informar a Michelin antecipadamente o interesse de utilização novas substâncias químicas e disponibilizar os documentos necessários contendo suas características, riscos e medidas de prevenção.
- Comunicar ao gestor das instalações ou ao responsável pela segurança nas instalações da Michelin onde o Fornecedor estiver trabalhando ou ao responsável pelo contato com o Fornecedor na Michelin. qualquer anomalia observada

PRINCÍPIO ESPERADO:

O Fornecedor implementa um sistema de gestão de saúde e segurança para aprender com ações passadas e apoiar a melhoria contínua. 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 opera . Consequentemente, a Michelin visa obter materiais de Fornecedores internacionais, 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 econômico e social das comunidades próximas ou nas quais operam.

2 – PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS

2.3 – 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 EXIGIDO:

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 não 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 solicitação, 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 CO₂, 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 (LINK PARA A POLÍTICA SNR)

A borracha natural tem um impacto social e ambiental significativo. Desta forma, requer uma abordagem específica. Escrita em colaboração com todas as partes interessadas, particularmente as ONGs especializadas em proteção do meio 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. Política sobre Borracha Natural Sustentável da Michelin pode ser lida na íntegra abaixo:



A Michelin atribui enorme importância à conformidade com as Leis e Regulamentações, 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 EXIGIDO:

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

3.2 – Concorrência e Conduta Leal

PRINCÍPIO EXIGIDO:

O Fornecedor compromete-se a garantir uma concorrência livre e leal, a implementar práticas comerciais justas com relação a concorrência de seus clientes e garantir a transparência dos preços que pratica. Em caso de práticas anticoncorrenciais 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 na transação.

PRINCÍPIO ESPERADO:

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

3 – ÉTICA DE NEGÓCIO

3.3 – Restrições comerciais

PRINCÍPIO EXIGIDO:

O Fornecedor cumpre o documento «Trade Restrictions» (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 implementa e mantém um programa de conformidade de Restrições Comerciais.

3 – ÉTICA DE NEGÓCIO

3.4 – Anticorrupção e tráfico de influências

PRINCÍPIO EXIGIDO:

O Fornecedor aplica uma política de «tolerância zero» no que diz respeito à corrupção e ao tráfico de influências. Particularmente, o Fornecedor promete abster-se de (1) oferecer, prometer ou conceder deliberadamente e de (2) 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 seja impedido 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 implementa 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 – Conflicto de interesse

PRINCÍPIO EXIGIDO:

O Fornecedor deve recusar-se a participar de 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 implementa e mantém regras específicas para identificar e gerir conflitos de interesses.

3 – ÉTICA DE NEGÓCIO

3.6 – Fraude

PRINCÍPIO EXIGIDO:

O Fornecedor aplica 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 de (2) tentar qualquer conspiração relacionada.

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

PRINCÍPIO ESPERADO:

O Fornecedor implementa 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 EXIGIDO:

Com relação aos presentes 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 cujas finalidades sejam, direta ou indiretamente, beneficiar qualquer Funcionário da Michelin ou tentar influenciá-lo sobre decisões ou obter qualquer vantagem indevida. Particularmente, qualquer presente, 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 na Michelin, um presente, 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) na 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) na 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 presentes e convites que estabeleça as regras aplicáveis às ofertas concedidas e recebidas.

3 – ÉTICA DE NEGÓCIO

3.8 – Confidencialidade

PRINCÍPIO EXIGIDO:

Além das obrigações legais relativas à proteção do sigilo comercial, o Fornecedor tem que cumprir não só a confidencialidade da informação disponibilizada pela Michelin, durante as concorrências 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 implementa 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 EXIGIDO:

Além de cumprir com as Leis e Regulamentações sobre o Direito de Propriedade Intelectual (IP), tem-se em geral que:

- O Fornecedor deve abster-se de violar (ou tentar violar) quaisquer direitos de Propriedade Intelectual da Michelin.
- O Fornecedor deve abster-se 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 EXIGIDO:

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 (1) tratarem dados pessoais em nome da Michelin, (2) processarem os dados apenas durante a prestação do serviço acordado (3) garantirem através de medidas técnicas e organizacionais a segurança dos dados a si confiados, (4) fornecerem à Michelin de forma transparente uma descrição das operações realizadas em dados pessoais (o quê, porquê, por quem e onde), (5) ajudarem a Michelin com suas obrigações, e (6) 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, promover a conformidade com os princípios da Lei Geral Proteção de Dados (LGPD). Consequentemente, a Michelin espera que todos os Fornecedores se comprometam às mesmas ações.

3 – ÉTICA DE NEGÓCIO

3.11 – Funcionários do Fornecedor

PRINCÍPIO EXIGIDO:

Como parte da conformidade com as Leis e Regulamentações relativas ao emprego de pessoas singulares, o Fornecedor agirá em conformidade com o documento « Michelin Group Prescriptions to Suppliers Personnel »

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 Michelin disponibiliza a Linha Ética para os Funcionários da Michelin como para Terceiros (Funcionários dos Fornecedores). Este canal pode ser utilizado para denunciar qualquer potencial violação 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 através do telefone 0800-892-0447 ou via online [aqui](#)

(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 CONSULTE :
CÓDIGO DE ÉTICA DA MICHELIN
CÓDIGO DE CONDUTA ANTICORRUPÇÃO



4 – COOPERAÇÃO

4.1 – Antes de selecionar fornecedores

A Michelin segue um processo estruturado para avaliar o potencial e a capacidade que um Fornecedor tem em atender 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.

Neste processo de seleção, o Fornecedor deve concordar em:

Responder e satisfazer o questionário de avaliação preliminar quando lhe for enviado

Cumprir estes Princípios de Compras, incluindo os Princípios Exigidos 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 instalações do Fornecedor;
- um período de experimentação numa instalação do Grupo Michelin;
- etc.

4 – COOPERAÇÃO

4.2 – Segurança e qualidade da Michelin

4.2.1 – Política da Qualidade Michelin

O COMPROMISSO DA MICHELIN EM PROMOVER A MOBILIDADE DAS PESSOAS E DE BENS EXIGE UM ALTO PADRÃO EM TERMOS DE QUALIDADE E SEGURANÇA.



A qualidade dos Produtos e/ou Serviços ofertados pela 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, cumpram os requisitos acordados contratualmente.

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

A MICHELIN e seus FORNECEDORES devem cooperar mutuamente 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, no qual todos os Fornecedores devem atender, está detalhado nos seguintes documentos disponíveis.

4 – COOPERAÇÃO

4.2 – Segurança e qualidade da Michelin

4.2.2 – Segurança da Informação da Michelin

A Michelin segue e valoriza estar em conformidade com as Leis e Regulamentações aplicáveis, e também à proteção dos sistemas de informação e dados (incluindo quaisquer dados de entidades externas).

O termo «Fornecedor de SID» refere-se a qualquer Fornecedor de 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 no sentido mais amplo, incluindo, mas não se limitando: o acesso, a criação, a coleta, a aquisição, a compilação, a agregação, a geração, a extração e o arquivo de dados.

PRINCÍPIO EXIGIDO:

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 aplicados 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 – Ir mais longe juntos, 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 com a uma melhoria contínua, mantendo o respeito pelas pessoas e protegendo o meio ambiente.

4.3.1 – Avaliação de RSE do Fornecedor

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

PRINCÍPIO EXIGIDO:

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 sua organização do seu desempenho de RSE, e de desenvolver planos de melhoria nesta área.

4 – COOPERAÇÃO

4.3 – Ir mais longe juntos, lado a lado e sustentavelmente

4.3.2 – Gestão de Relacionamento com o Fornecedor

A MICHELIN ESTÁ COMPROMETIDA COM UMA ABORDAGEM DE GESTÃO DE RELACIONAMENTO COM O FORNECEDOR ("SRM").

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



Caso não exista um acordo entre as Partes, o Fornecedor poderá recorrer ao mediador de relações entre Ele e a Michelin para buscar resolução do problema rapidamente em uma abordagem cooperativa.

O mediador se envolve no processo somente após o Fornecedor haver tentado resolver o problema com seus contatos regulares na empresa, como por exemplo, o comprador responsável, o gestor de contrato e o Contas a Pagar.

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 _____ 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

Os Princípios de Compras da Michelin estabelecem 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 Gestão do Relacionamento dos Fornecedores (“SRM”) 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:



DEFINIÇÕES



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.