



MODELLO DI ORGANIZZAZIONE, GESTIONE E CONTROLLO

*ai sensi dell'art. 6, 3° comma,
del Decreto legislativo 8 giugno 2001, n. 231*

“Disciplina della responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni anche prive di personalità giuridica”

Approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 25.03.2025

CODICE ETICO

Documento:	<i>Modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del D. Lgs. 231/2001</i>			
File:	<i>Codice Etico Modello 231 – Fait Plast S.p.a.</i>			
Versione:	1	Adozione del documento	Delibera C.d.A. del:	05.02.2018
Versione:	2	Aggiornamento del documento	Delibera C.d.A. del:	25.03.2025



Codice etico Michelin

Il Codice etico si applica a tutti i dipendenti del Gruppo Michelin di cui Fait Plast S.p.A. fa parte senza eccezioni, nonché alle persone che lavorano nei nostri siti o per conto di un'entità del Gruppo, in tutto il mondo.

Michelin incoraggia inoltre i propri clienti, fornitori e altri partner ad aderire a questo Codice; in molti casi, la conformità a questo Codice rappresenta una condizione per intrattenere rapporti commerciali con il Gruppo.

Dal punto di vista etico, l'osservanza delle leggi nazionali e internazionali è un principio fondamentale per il Gruppo.

Questo Codice ribadisce i valori fondamentali del Gruppo e descrive le regole fondamentali da osservare. Specifica le linee guida che dovrebbero disciplinare le decisioni dei dipendenti e degli stakeholder. Definisce i comportamenti da adottare nelle situazioni tipiche di ogni ambiente di lavoro.

Ciascun dipendente, partner o fornitore è chiamato a esercitare giudizio e buon senso e ad agire in buona fede di fronte a eventuali altre situazioni che potrebbero verificarsi e che non sono specificamente trattate in questo Codice.

Si prevede che il presente documento evolva con il passare del tempo. In caso di conflitto, prevale la versione in lingua francese del presente Codice su ethique.michelin.com.

Sommario

La parola ai partner	4
Governance etica e organizzazione	6
Ruoli e responsabilità	6
Il ruolo del manager	7
Informazioni	7
Supporto.....	8
Tutela dei denunciati.....	8
Il ruolo del dipendente	8
Comportamenti corretti: È fondamentale	8
In caso di dubbio.....	9
Tutela dei denunciati.....	9
Domande e Segnalazioni	10
Domande	10
Segnalazioni.....	11
Quando inviare una segnalazione?	11
Perché inviare una segnalazione?.....	12
Come inviare una segnalazione?.....	12
Riservatezza e protezione dei denunciati	12
Per comportarsi in modo etico ogni giorno	13
Sul lavoro	13
Discriminazione	13
Molestie	15
Salute e sicurezza	19
Lavoro minorile	21
Lavoro forzato.....	23
Sicurezza - Protezione del patrimonio	26
Relazioni commerciali.....	27
Regali e inviti	27
Commercio internazionale e controllo delle esportazioni	30
Concorrenza e Fair Dealing	31
Evitare i conflitti di interesse	33
Donazioni benefiche o politiche	35
Prevenzione dell'insider trading	37
Lotta alle frodi	38

<i>Lotta alla corruzione.....</i>	<i>41</i>
<i>Tutela della privacy e dei dati personali.....</i>	<i>44</i>
<i>Relazioni con i fornitori.....</i>	<i>46</i>
<i>Conformità a leggi e regolamenti.....</i>	<i>46</i>
<i>Interazioni esterne.....</i>	<i>47</i>
<i>Social network</i>	<i>47</i>
<i>Organizzazioni della Società Civile (OSC).....</i>	<i>49</i>
<i>Comunità locali</i>	<i>50</i>
<i>Correttezza nella rendicontazione finanziaria</i>	<i>52</i>
<i>Proprie mansioni e ambiente</i>	<i>54</i>
<i>La postazione di lavoro</i>	<i>54</i>
<i>Fuori dal sito</i>	<i>56</i>
<i>Viaggi di lavoro</i>	<i>57</i>
<i>Presso il sito</i>	<i>57</i>

Codice etico Michelin

Per comportarsi in modo etico ogni giorno

Il Codice etico si applica a tutti i dipendenti del Gruppo senza eccezioni, nonché alle persone che lavorano nei nostri siti o per conto di un'entità del Gruppo, in tutto il mondo.

Michelin incoraggia inoltre i propri clienti, fornitori e altri partner ad aderire a questo Codice; in molti casi, la conformità a questo Codice rappresenta una condizione per intrattenere rapporti commerciali con il Gruppo.

Dal punto di vista etico, l'osservanza delle leggi nazionali e internazionali è un principio fondamentale per il Gruppo.

Questo Codice ribadisce i valori fondamentali del Gruppo e descrive le regole fondamentali da osservare. Indica le linee guida che dovrebbero regolare le decisioni dei dipendenti e degli stakeholder. Definisce i comportamenti da adottare nelle situazioni tipiche di ogni ambiente di lavoro.

Ciascun dipendente, partner o fornitore è chiamato a esercitare giudizio e buon senso e ad agire in buona fede di fronte a eventuali altre situazioni che potrebbero verificarsi e che non sono specificamente trattate in questo Codice.

Si prevede che il presente documento evolva con il passare del tempo. In caso di conflitto, prevale la versione in lingua francese del presente Codice su ethique.michelin.com.



La parola ai partner

Sono i nostri valori a dare coesione al Gruppo

Michelin ha bisogno del contributo di ognuno di noi per affrontare le sfide poste dal nostro ambiente, dai nostri clienti e dai nostri mercati. Costruire insieme la Michelin di domani significa, prima di tutto, ritrovarsi attorno ai valori del nostro Gruppo e impegnarsi collettivamente per il suo successo.

Questo impegno deve essere portato avanti eticamente, sempre e ovunque, al fine di garantire la sostenibilità di Michelin. Tale responsabilità deve essere assunta da tutti i membri del Gruppo. La nostra strategia, il nostro comportamento e le nostre pratiche commerciali devono incarnare questo impegno.

Ecco perché Michelin si impegna a:

- Elaborare le proprie pratiche commerciali attraverso la creazione e la distribuzione di documenti fondamentali, come il presente Codice etico e il Codice di condotta anticorruzione. L'inosservanza delle regole e delle linee guida emanate dal Gruppo può comportare responsabilità dei dipendenti ed esporli a sanzioni disciplinari.
- Assicurare il rispetto dei diritti umani in tutte le sue attività e ovunque sia presente il Gruppo.
- Implementare politiche volte a ridurre i rischi associati all'impronta ambientale di attività, prodotti e servizi.

Un Codice etico per guidarci verso i comportamenti corretti

Questo Codice mira ad aiutare i nostri dipendenti e partner ad adottare comportamenti appropriati in relazione a determinate situazioni che possono costituire rischi per loro stessi o per Michelin.

Questo codice

- Esprime i nostri valori e i principi fondamentali che ci guidano.
- Chiarisce ai nostri dipendenti le modalità con cui reagire alle situazioni più frequenti.
- Esprime chiaramente i comportamenti da adottare in linea con i nostri valori e procedure (sezione "Comportamenti corretti/Comportamenti da evitare").
- Si occupa anche di situazioni più complesse e spiega le azioni da intraprendere (sezione "Casi Pratici").
- Fornisce un elenco di esperti da consultare in caso di dubbi (sezione "Chi contattare").
- Propone un elenco di ulteriori documenti da consultare (sezione "Riferimenti").

Ogni dipendente è ambasciatore dei valori Michelin

Come la sicurezza, l'etica è una responsabilità di tutti.

Il rispetto e l'osservanza di questo Codice dipendono dall'impegno di ciascun dipendente, indipendentemente dal suo titolo o dalla sua funzione. La nostra condotta individuale e collettiva deve essere conforme ai valori del Gruppo. Siamo tutti garanti dei valori, della reputazione, dell'immagine e del patrimonio che il Gruppo Michelin costruisce e rafforza nel tempo, per assicurare la tutela dei propri dipendenti e la propria sostenibilità.

Ogni dipendente dovrebbe dedicare del tempo a leggere attentamente questo documento, oltre ad applicarsi giorno per giorno all'attuazione dei suoi precetti.

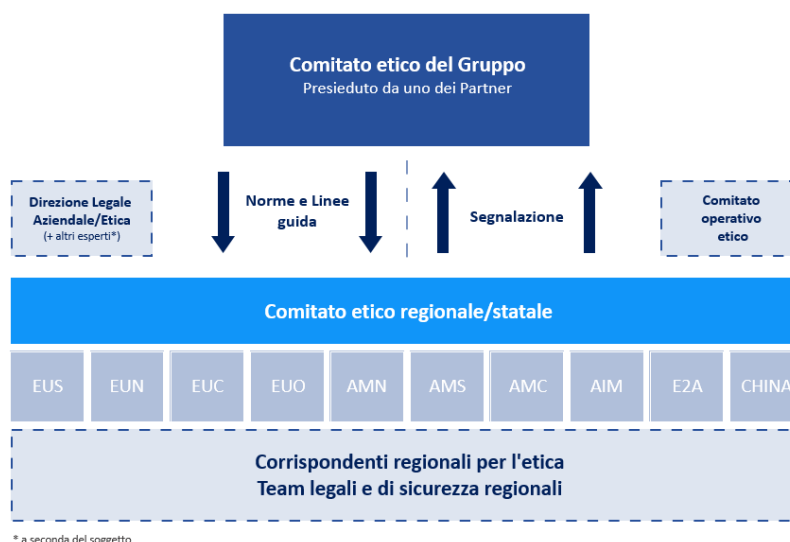
Florent MENEGAUX

Presidente del Gruppo Michelin

Yves CHAPOT

Direttore Amministrazione e Finanza

Governance etica e organizzazione



Missioni del Comitato etico del Gruppo

- Promozione di una cultura dell'etica
- Garanzia dell'impegno del Gruppo verso l'etica
- Amministrazione della strategia etica
- Garanzia di coerenza delle azioni delle Regioni
- Convalida del programma etico del Gruppo, comprese le politiche principali e le azioni da intraprendere per garantire progressi continui

Ruoli e responsabilità



Tutti i dipendenti Michelin, a prescindere dal Paese in cui si trovano, devono rispettare personalmente i principi e le prescrizioni del presente Codice. Pertanto, ogni dipendente si qualifica come stakeholder per le prestazioni del Gruppo nonché come ambasciatore dei suoi valori.

Il Gruppo incoraggia inoltre ogni dipendente a condividere e divulgare tali contenuti tra i propri colleghi e contatti esterni, in uno spirito di rispetto e dialogo, al fine di contribuire attivamente al benessere di chiunque sul posto di lavoro e alle nostre prestazioni collettive.

Gli scenari affrontati in questo Codice non possono essere esaustivi. Ogni dipendente è pertanto chiamato a esercitare giudizio e buon senso di fronte alle diverse situazioni che possono presentarsi, nel rispetto dei valori e dei principi guida ivi ribaditi. Se le informazioni contenute nel presente Codice non fossero sufficienti per guidare il giudizio dei dipendenti, invitiamo a contattare il proprio manager o un rappresentante del. Eventuali domande sono ben accette.



CONSEGUENZE DERIVANTI DALL'INOSSERVANZA DEL PRESENTE CODICE

La mancata conformità ai principi e alle prescrizioni di cui al presente Codice potrebbe esporre il dipendente ad azioni disciplinari, incluso il licenziamento, nonché ad azioni civili o penali. Pertanto, spetta a ciascun dipendente leggere, comprendere e rispettare tutti i principi e le prescrizioni del Codice.

In caso di conflitto tra il presente Codice e la legge applicabile o un'altra politica applicabile del Gruppo o di un'entità del Gruppo, prevarrà la norma più severa. È responsabilità di ciascun dipendente, in collaborazione con il Servizio Giuridico, comprendere appieno la portata di tali eccezioni.

Il ruolo del manager



Il manager non solo contribuisce alle prestazioni del Gruppo, ma assicura anche il benessere del suo team.

Ispira i suoi dipendenti con un comportamento esemplare e crea la fiducia necessaria per incoraggiare eventuali domande: è essenziale far sapere regolarmente ai membri del team che sono ascoltati, ricordando loro che non è tollerata alcuna ritorsione nei confronti di un dipendente che, in buona fede, inoltra una segnalazione in merito a una potenziale violazione del presente Codice.

I dipendenti che rientrano sotto la sua responsabilità

Informazioni

- Assicurarsi che **conoscano e rispettino i valori, i principi e i precetti definiti dal Gruppo Michelin**, incluso il presente Codice.
- Definire il **contenuto** del presente Codice **più pertinente alla loro attività**.
- **Dare l'esempio**, senza esitare, qualora necessario, a condividere domande o segnalare comportamenti impropri.

Supporto

- Responsabilità: quando un dipendente condivide un problema etico, richiedergli in anticipo se ha utilizzato la procedura prevista dal Codice. In caso contrario, assisterlo nella procedura.
- Assicurarsi che rispettino le leggi e i regolamenti applicabili.
- Se permangono dubbi in merito a una situazione, assicurarsi che gli esperti a cui si fa riferimento in questo Codice vengano contattati per fornire una risposta (fare riferimento alla sezione “Chi contattare” alla fine di ogni pagina).
- Assicurarsi che nessuno sia soggetto a ritorsioni di alcun genere per aver segnalato in buona fede una situazione inappropriata o per aver sollevato una domanda.
- Assicurarsi che eventuali dubbi o segnalazioni etiche siano trasmessi alla [Linea Etica](#) in modo da poter essere registrati e trattati in modo rapido ed efficiente.

Tutela dei denuncianti

L'utilizzo della [Linea Etica](#) consente di inoltrare una segnalazione in modo anonimo, riservato e sicuro.

Anche in caso di dubbi sulla necessità di una segnalazione in una data situazione, l'utilizzo della Linea Etica permetterà di conoscere il modo in cui viene interpretata la situazione, aiutando a garantire che venga gestita nel modo appropriato.

Indipendentemente dal metodo di segnalazione utilizzato, **non è autorizzata alcuna azione di ritorsione nei confronti di un dipendente che, in buona fede, abbia segnalato** una potenziale violazione del presente Codice, della legge o dei principi o delle prescrizioni di Michelin.

Qualsiasi dipendente che ritenga di essere oggetto di ritorsione deve segnalarlo ricorrendo alla medesima procedura.

Maggiori informazioni: [Linea Etica del Gruppo Michelin](#).

Il ruolo del dipendente

Con il suo comportamento, ogni dipendente si qualifica come ambasciatore del Gruppo e dei suoi valori. L'adesione a questo Codice è dunque necessaria tanto per il benessere individuale e collettivo di chiunque nella società quanto per la reputazione di Michelin.

In caso di dubbio su quale azione intraprendere, un dipendente dovrebbe fare riferimento a questo Codice.

Comportamenti corretti: È fondamentale

- **Attenersi alle leggi e alle normative applicabili.**
- **Rispettare i valori, i principi e le prescrizioni definiti dal Gruppo Michelin.**
- **Condividere eventuali domande o inoltrare [segnalazioni](#) in caso di situazioni professionali che**

sembrano non rispettare i valori di Michelin, le leggi e i regolamenti applicabili o il presente Codice, per quanto riguarda il dipendente in questione o un collega. **È possibile inoltrare una segnalazione in diversi modi:** attraverso la [Linea Etica](#), il Servizio del Personale, il Servizio per la sicurezza, il Servizio Giuridico, il proprio manager o un altro responsabile, il medico competente o il Corrispondente regionale per l'etica.

- **Conoscere e comprendere** i temi trattati nel presente Codice, nonché le raccomandazioni e i comportamenti da adottare rispetto alla propria attività lavorativa.
- **Condividere i contenuti** del presente Codice, in uno spirito di rispetto e dialogo, per contribuire attivamente al benessere sul lavoro e alle prestazioni del Gruppo.
- **Applicare buon senso e razionalità** di fronte alle varie situazioni che potrebbero verificarsi, nel rispetto dei valori e dei principi guida del presente Codice.
- **Dare l'esempio** senza esitare a porre domande o segnalare comportamenti impropri.

In caso di dubbio

- In caso di dubbi su come procedere, questa guida indica il comportamento previsto in una serie di situazioni tipiche ("Comportamenti corretti/Comportamenti da evitare").
- Questo Codice tratta situazioni più complesse, attraverso "casi pratici".
- Se non si è in grado di trovare una risposta adeguata alla propria situazione, consultare i documenti specifici e gli esperti citati dopo i casi pratici.
- Per ulteriori indicazioni, utilizzare le tabelle presentate nella pagina [Domande](#).
- Consultarsi con il proprio manager o un rappresentante del Servizio Giuridico.

Tutela dei denuncianti

L'utilizzo della [Linea Etica](#) consente di inoltrare una segnalazione in modo anonimo, riservato e sicuro.

Anche in caso di dubbi sulla necessità di una segnalazione in una data situazione, l'utilizzo della Linea Etica permetterà di conoscere il modo in cui viene interpretata la situazione, aiutando a garantire che venga gestita nel modo appropriato.

Indipendentemente dal metodo di segnalazione utilizzato, **non è autorizzata alcuna azione di ritorsione nei confronti di un dipendente che, in buona fede, abbia segnalato** una potenziale violazione del presente Codice, della legge o dei principi o delle prescrizioni di Michelin.

Qualsiasi dipendente che ritenga di essere oggetto di ritorsione deve segnalarlo ricorrendo alla medesima procedura.

Maggiori informazioni: [Linea Etica del Gruppo Michelin](#).

Domande e Segnalazioni



Il continuo successo di Michelin dipende dalla volontà dei suoi dipendenti di condurre le loro attività con integrità e nel pieno rispetto di leggi e regolamenti, nonché dei principi e delle prescrizioni del Gruppo.

Un comportamento etico e conforme che rifletta i valori del nostro Gruppo è importante per i dipendenti, i clienti, gli azionisti e il Gruppo. Michelin conta su ognuno di noi per tutelare i suoi dipendenti, preservare la reputazione e l'integrità del Gruppo e proteggerlo dal rischio di danni finanziari e legali.

Domande



Il rispetto per le persone rappresenta l'essenza dei valori di Michelin.

Il Gruppo incoraggia il dialogo e la libera espressione consentendo a tutti di esprimere le proprie preoccupazioni. Michelin si impegna a promuovere lo sviluppo di ognuno e ad agire nel rispetto delle normative dei Paesi in cui opera.

Le informazioni contenute in questo Codice forniranno ai dipendenti gli strumenti necessari per prendere decisioni etiche nel rispetto dei principi e delle prescrizioni del Gruppo. Tuttavia, alcune risposte non sono scontate. Ecco un elenco di domande da porsi prima di prendere una decisione.

In caso di dubbi sul fatto che una situazione/decisione/azione sia etica, porsi le seguenti domande:

Di fronte a una decisione				
	Dire di NO	Parlarne con il proprio manager	Consultare questo Codice	Continuare con queste domande
È legale?				
Sì		•	•	•
No	•			
Rischia di danneggiare la reputazione del Gruppo?				
Sì		•	•	•
No			•	•
Si è disposti ad assumersene la responsabilità?				
Sì			•	•
No	•			
Parlarne apertamente rappresenta un problema per la coscienza?				
Sì		•	•	•
No			•	•
È conforme a questo Codice?				
Sì				
No	•			

Di fronte a un'azione che è già stata intrapresa				
	Contattare la Linea per le questioni etiche	Parlarne con il proprio manager	Consultare questo Codice	Continuare con queste domande
È legale?				
Sì		•	•	•
No	•			
Rischia di danneggiare la reputazione del Gruppo?				
Sì		•	•	•
No				•
Parlarne apertamente rappresenta un problema per la coscienza?				
Sì		•	•	•
No				•
È conforme a questo Codice?				
Sì		•		
No	•			

Segnalazioni



Questo Codice contiene rigorosi principi guida sui quali il Gruppo non intende scendere a compromessi per quanto riguarda il **comportamento sul lavoro**, le **relazioni commerciali** e le **interazioni esterne**.

Nota: considerata la particolarità dell'emergenza ambientale, Michelin ha scelto di aggiungere un'ulteriore dimensione a questo Codice, l'**ambiente**. **Tali raccomandazioni sono destinate a informare e incoraggiare:** mirano ad aiutare ciascun dipendente a migliorare il proprio impatto ambientale nell'ambito delle rispettive mansioni professionali. In questo momento, non sono regole obbligatorie (tranne i casi in cui l'attività è oggetto di una legge ambientale).

Quando inviare una segnalazione?

Qualora un dipendente del Gruppo venga a conoscenza di fatti che potrebbero costituire una potenziale violazione di leggi e regolamenti applicabili, del presente Codice, o di altri principi o prescrizioni del Gruppo, è tenuto a segnalarli, in modo che sia possibile indagare su tali fatti e siano adottate le misure appropriate per affrontare la situazione e prevenirne il ripetersi.

Ogni persona che riceve una segnalazione deve assicurarsi che questa sia registrata nel database della [Linea Etica](#), in modo che possa essere esaminata con attenzione e che possano essere adottate le misure appropriate per affrontare la situazione e prevenirne il ripetersi.

Fare riferimento a: [Domande](#)

Perché inviare una segnalazione?

Il **continuo successo di Michelin** dipende dalla volontà dei suoi dipendenti di condurre le loro attività con integrità e nel pieno rispetto di leggi e regolamenti, nonché degli altri principi e prescrizioni della società.

Un comportamento etico e conforme che rifletta i valori del nostro Gruppo è importante per i dipendenti, i clienti, gli azionisti e il Gruppo. Michelin conta su ognuno di noi **per tutelare i dipendenti del Gruppo, preservare la sua reputazione e integrità e proteggerlo dal rischio di danni finanziari e legali**.

La segnalazione è importante anche per condividere eventuali dilemmi che tutti noi affrontiamo in un ambiente sempre più complesso. **Questo è il modo che ci permette di imparare e progredire continuamente**.

L'attenzione ai dipendenti e collaboratori è uno degli strumenti più importanti per individuare le violazioni del presente Codice. Il Gruppo si affida alla responsabilità di tutti affinché il comportamento del singolo sia conforme ai principi guida enunciati nel presente Codice.

Come inviare una segnalazione?

Per segnalare una potenziale violazione delle leggi e dei regolamenti applicabili, del presente Codice o di altri principi e prescrizioni del Gruppo, il Gruppo ha messo a disposizione dei dipendenti e di terzi in tutto il mondo una [Linea Etica](#), accessibile tramite Internet o telefonicamente.

Questo sistema di segnalazione professionale, ospitato e gestito da un fornitore esterno indipendente, consente a chiunque (dipendenti, partner, clienti, fornitori o subappaltatori) di segnalare violazioni di una legge o di un regolamento, del presente Codice, o una qualsiasi situazione contraria ai principi e alle prescrizioni del Gruppo.

[Linea Etica del Gruppo Michelin](#)

Oltre alla [Linea Etica](#), è possibile inoltrare una segnalazione tramite diversi altri canali: i dipendenti possono contattare anche il **Servizio del Personale**, il **Servizio di sicurezza**, il **Servizio Giuridico**, il proprio **manager** o un **altro responsabile**, il **medico competente aziendale** o il **Corrispondente regionale per l'etica**.

Riservatezza e protezione dei denuncianti

La [Linea Etica](#) consente a chiunque di inoltrare una segnalazione in modo anonimo, riservato e sicuro.

Indipendentemente dal metodo di segnalazione utilizzato, **non è autorizzata alcuna azione di ritorsione nei confronti di un dipendente che, in buona fede, abbia segnalato una potenziale violazione del presente Codice, della legge o dei principi o delle prescrizioni di Michelin.**

Chiunque ritenga di essere oggetto di ritorsione deve segnalarlo ricorrendo alla medesima procedura.

Per ulteriori informazioni: [Linea Etica](#).

Per comportarsi in modo etico ogni giorno



Michelin pretende dai suoi dipendenti a livello globale un comportamento etico che rispetti i valori fondamentali del Gruppo.

Queste pagine comprendono i valori e i principi fondamentali che orienteranno il comportamento di ognuno. Ogni sezione presenta inoltre, i comportamenti corretti da adottare nelle diverse situazioni lavorative che si potrebbero incontrare ed è corredato da casi pratici. Per approfondire ogni argomento, in fondo a ciascuna pagina sono indicati i documenti di riferimento ed i contatti.

Sul lavoro



L'obiettivo di Michelin è contribuire costantemente allo sviluppo e al benessere di tutti nell'esercizio delle proprie mansioni all'interno del Gruppo.

La tutela e il rispetto dei dipendenti richiedono l'osservanza delle seguenti regole di collaborazione da parte di tutti.

Discriminazione



La diversità e l'inclusione in azienda costituiscono straordinarie risorse per il Gruppo. Michelin è convinta che un ambiente di lavoro in cui tutti si sentano rispettati per ciò che sono rafforzi l'impegno e le prestazioni collettive. Il Gruppo conferisce la massima priorità alla lotta contro ogni forma di discriminazione.

Michelin pretende che i suoi dipendenti siano rispettosi nelle loro interazioni con i colleghi e con chiunque con cui intrattengano relazioni professionali (fornitori, clienti, comunità limitrofe, candidati, ecc.).

Definizioni e contesto

Per **discriminazione** si intende l'azione di trattare una persona o un gruppo in modo diverso, ostacolando o favorendo sulla base di criteri quali identità di genere, età, religione, cultura, origine sociale, nazionalità, etnia, disabilità, orientamento sessuale, appartenenza sindacale, stato civile, opinione politica, aspetto fisico, ecc. La discriminazione è l'opposto dell'uguaglianza. L'Organizzazione Internazionale del Lavoro (OIL) ritiene che "la tutela dalla discriminazione sia un diritto umano fondamentale"; è oggetto di diverse Convenzioni, tra cui la Convenzione 111.

La **discriminazione in azienda** può verificarsi all'assunzione, nella decisione di promozione, nella retribuzione, nella formazione e nell'accesso a servizi o benefici.

Risulta anche in comportamenti, parole o azioni basati su stereotipi che possono sminuire, delegittimare o escludere una persona o una categoria di persone. È punibile con sanzioni civili e anche penali in molti Paesi.

Valori e principi guida

Il Gruppo si impegna ad assicurare **pari opportunità**, indipendentemente dallo status del dipendente, all'assunzione, nelle decisioni retributive, nei percorsi di carriera, nell'accesso alla formazione e in altre condizioni di impiego.

Ogni partner, dirigente e dipendente deve essere trattato con il medesimo livello di **dignità** e rispetto, a prescindere da **identità** di genere, età, religione, cultura, origine sociale, nazionalità, etnia, disabilità, orientamento sessuale, appartenenza sindacale, stato civile, opinione politica, aspetto fisico, ecc.

Oltre agli obiettivi per quanto riguarda i propri dipendenti, il Gruppo chiede ai propri clienti e fornitori di lottare contro ogni forma di discriminazione nei confronti dei propri dipendenti.

Comportamenti corretti: È fondamentale

(Manager nella Direzione del personale aziendale, altri responsabili, Responsabili Diversità e Inclusione)

- Garantire che gli annunci di lavoro siano rivolti a ogni tipo di candidati, senza menzionare genere, età, cultura, orientamento sessuale, religione, corporatura, ecc.
- Informare i dipendenti delle possibili azioni da intraprendere in caso di discriminazione e accompagnarli nelle relative procedure.
- Trattare seriamente qualsiasi denuncia di potenziale discriminazione e rispettare il diritto di ricorso di ciascun dipendente.
- Sanzionare la discriminazione se accertata, in conformità con le leggi e i regolamenti applicabili.
- Aumentare la consapevolezza tra manager e gli addetti alla selezione sugli stereotipi nei processi del personale.
- Sensibilizzare i manager in merito a comportamenti e osservazioni che comportano discriminazioni, prestare particolare attenzione alle persone vulnerabili e conoscere le procedure in caso di segnalazione o denuncia.

Comportamenti da evitare: Evitare di

- Ignorare le denunce di discriminazione (manager).
- Considerare nome, indirizzo, età, genere, situazione familiare, foto o qualsiasi caratteristica personale estranee alle capacità del candidato nel processo decisionale in fase di selezione (selezionatore) o nell'arco della carriera di un dipendente (manager).
- Porre domande ai candidati relative alla loro cultura, religione, stato civile, intenzione di avere figli, orientamento sessuale, ecc. durante un colloquio di lavoro (addetto alla selezione).
- Stipulare un contratto con un dipendente o un fornitore contenente criteri relativi a età, religione, corporatura, genere o cultura per chi lavora direttamente o indirettamente presso Michelin.
- Pronunciare osservazioni che, apparentemente innocue o umoristiche, hanno l'effetto di sminuire o delegittimare una persona a causa della sua origine, genere, origine sociale, religione, disabilità, ecc.

Caso pratico 1

Sei un Responsabile Diversità e Inclusione

Una collega desidera parlarti. Non ha avuto una promozione per cinque anni. Un suo collega di un altro reparto, invece, è stato promosso dopo due anni. Sente di essere trattata in modo diverso in quanto donna. Come dovresti rispondere?

Le spieghi che il Gruppo si impegna a garantire che tutti i dipendenti siano trattati ugualmente. Le promozioni vengono sempre decise sulla base di criteri oggettivi.

Indirizzerai comunque la questione al PDP (Proximity Developement Partner) in modo che la situazione possa essere esaminata in modo approfondito e, se giustificata, vengano adottate le azioni necessarie in termini di gestione della carriera.

Caso pratico 2

Il tuo manager fa costantemente battute od osservazioni critiche in merito alla religione di uno dei tuoi colleghi. Non sceglie mai questo collega per progetti che possano comportare un'opportunità di avanzamento, anche se il lavoro di questo collega è stato eseguito a regola d'arte, e rifiuta senza motivo le sue richieste di ferie o di formazione. Questo dipendente rimane calmo e non reagisce, ma sembra essere colpito dalla situazione. Cosa dovresti fare?

Incoraggiare il collega a esprimere al manager che il suo atteggiamento è offensivo e discriminante; potresti anche offrirti di accompagnare il tuo collega in questo processo. Se il collega non desidera farlo, o se questo approccio non migliora il comportamento del manager, incoraggiare il collega a rivolgersi alla Linea Etica e a contattare il proprio PDP (Proximity Developement Partner).

Molestie



La locuzione “molestie in azienda” si fa riferimento a una serie di comportamenti, pratiche e parole inaccettabili che possono causare danni fisici o psicologici a un individuo.

Le molestie sono inaccettabili indipendentemente dal motivo, che avvengano su base discriminatoria o meno.

Esempi di comportamenti inappropriati

Esempi di comportamenti inappropriati che potrebbero costituire molestie (principalmente molestie psicologiche, ma talvolta anche fisiche):

- Offendere, umiliare, insultare, svilire o criticare costantemente qualcuno
- Minacciare, fare pressioni, intimidire o urlare contro qualcuno
- Fare battute od osservazioni sgradite che colpiscono un'altra persona
- Esercitare pressioni irragionevoli su qualcuno o fissare obiettivi impossibili da raggiungere
- Spingere qualcuno a commettere errori
- Isolare qualcuno fisicamente o socialmente dal resto del team
- Escludere qualcuno da benefici o decisioni (scelta di turni, periodi di ferie, promozione, formazione, ecc.) o assegnargli solo il lavoro di cui non vuole occuparsi nessuno o che non ha nulla a che fare con le sue mansioni.
- Esonerarlo da responsabilità o mansioni o trasferirle senza motivo

- Avere un'interazione fisica sgradita con qualcuno (dare pacche sulla schiena, abbracciare, spingere, invadere lo spazio personale, ecc.)

Le modalità di gestione basate sulla pressione e sulla paura, che si verificano su larga scala in un'azienda, ad esempio nel contesto di una riorganizzazione strutturale o di un progetto, potrebbero essere considerate "molestie organizzative".

Esempi di comportamenti inappropriati che potrebbero costituire molestie sessuali:

- Avere un contatto fisico eccessivo o inappropriato (toccare le parti intime del corpo di qualcuno...), fissare costantemente qualcuno, ...
- Fare suggerimenti, proposte sessuali o regali inappropriati (biancheria intima, profumi), sgraditi e non corrisposti (fisicamente, verbalmente o con qualsiasi mezzo elettronico)
- Fare osservazioni o domande indesiderate sull'aspetto fisico o sugli attributi sessuali di una persona
- Fare in modo che qualsiasi promozione o vantaggio dipenda dall'accettazione di inviti romantici o avances sessuali (costituisce sempre molestia)

Se un comportamento viene percepito come molestia (causa danno psicologico o fisico) dipende anche dalla sensibilità del destinatario, che può variare da persona a persona.

La gravità di un comportamento inaccettabile può dipendere dalle circostanze. Alcuni comportamenti inaccettabili sono abbastanza gravi da costituire molestie dopo un singolo caso, mentre altri dovrebbero essere reiterati. La ripetizione di un comportamento sgradito lo rende ancora più dannoso e grave.

Le molestie possono riguardare chiunque e possono verificarsi in qualsiasi occasione legata al lavoro, compreso un luogo esterno. Sono punibili dalla legge in molti Paesi e trattati nella Convenzione n. 190 dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (OIL) adottata a giugno 2019 e in vigore a partire da giugno 2021.

Valori e principi

Il Gruppo Michelin si impegna a garantire un ambiente di lavoro collegiale, sicuro e tutelato in cui tutti i dipendenti possano crescere senza limiti o timori. L'azienda è consapevole che le molestie ledono la dignità di una persona, possono avere gravi ripercussioni sulla salute psicofisica e possono generare un ambiente di lavoro ostile.

Pertanto, il Gruppo non tollera alcuna forma di molestia nei confronti di alcuno, sia essa di natura sessuale o psicologica, sul luogo di lavoro o avente qualsiasi collegamento con l'attività di Michelin, anche laddove riguardi/provenga da stakeholder esterni (candidati, fornitori, clienti, partner, commercianti, visitatori). Una molestia da parte di qualcuno che riveste una posizione di autorità sulla vittima costituisce un'aggravante.

Michelin rende chiaramente visibile la sua politica di tolleranza zero per le molestie, indipendentemente dalla posizione del molestatore all'interno dell'azienda. Mette a disposizione canali di denuncia accessibili, equi e riservati per i dipendenti e i principali stakeholder, incoraggiando chiunque sia vittima o testimone di molestie a segnalarle. Promuove un ambiente in cui le persone si sentano sicure di esprimere le proprie preoccupazioni e si impegna a tutelare da qualsiasi ritorsione chiunque segnali un caso in buona fede.

Il Gruppo si impegna a trattare tutti i casi con serietà, riservatezza, tempestività e imparzialità, adottando misure volte a evitare ogni possibile conflitto di interessi durante le indagini. Sanziona ogni forma di molestia dimostrata e mette in atto azioni destinate a porre rimedio a situazioni di disagio, anche se la molestia non è stata accertata.

Michelin adotta misure di prevenzione e rilevamento in ogni Regione, oltre a formare manager e personale delle risorse umane per promuovere un atteggiamento esemplare secondo il modello ICARE e condurre un dialogo aperto nei team in merito a comportamenti inappropriati o sgraditi riscontrati sul lavoro. La formazione mira inoltre a identificare i comportamenti sbagliati e ad assicurare che le denunce di molestie siano trattate con serietà.

Michelin si preoccupa che i progetti di trasformazione aziendale non comportino alcuna forma di molestia organizzativa, coinvolgendo i dipendenti nella progettazione delle relative misure di prevenzione.

Chiunque abbia subito molestie, come definito nel Codice etico, sarà riconosciuto come vittima e accompagnato nel percorso di recupero professionale e personale.

Michelin condivide in modo trasparente il numero delle denunce di molestie e le azioni intraprese o le sanzioni pronunciate su base annuale, avendo sempre cura di preservare la riservatezza del processo per tutti gli interessati.

Comportamenti corretti: È fondamentale

Tutti i dipendenti:

- Mantenere un atteggiamento rispettoso, usare un linguaggio rispettoso con chiunque si incontri sul luogo di lavoro, anche durante i contatti per via elettronica (e-mail, video, ecc.).
- Prestare attenzione al benessere degli altri colleghi e individuare potenziali disagi di fronte a comportamenti inappropriati.
- Segnalare qualsiasi situazione che potrebbe costituire molestia, a prescindere che il dipendente sia vittima o testimone, al proprio manager o a un altro responsabile, al Servizio del Personale, al Servizio per la sicurezza, al Servizio Giuridico, al medico competente o al Corrispondente regionale per l'etica e tramite [Linea Etica](#).

Manager

- Creare e mantenere un clima di rispetto per i dipendenti, che incoraggi il dialogo e la condivisione di ogni problema.
- Prestare attenzione al modo in cui i membri del team reagiscono a uno stile manageriale e tenere in considerazione le loro osservazioni.
- Informare i dipendenti dei possibili modi per segnalare problemi in caso di molestie e assisterli nei loro sforzi.
- Incoraggiare i dipendenti a segnalare i casi di cui sono vittime o testimoni.
- Trattare con serietà qualsiasi potenziale denuncia per molestie, a prescindere dal livello di autorità della persona coinvolta.

Segretari generali (Direttori amministrativi)/Amministratori Delegati di entità

- Rendere consapevoli i manager di comportamenti e osservazioni che configurano molestie al fine di riconoscerli ed evitarli e conoscere i passi da intraprendere in caso di osservazione o denuncia.
- Tenere conto delle questioni relative al conflitto di interessi durante la valutazione o l'indagine dei casi e assicurarsi che le indagini non siano condotte da persone la cui imparzialità potrebbe essere messa in discussione.

- Gestire le denunce di molestie in modo confidenziale e nel rispetto della presunzione di innocenza.
- Sanzionare le molestie che siano state accertate, nel rispetto delle leggi e dei regolamenti applicabili.

Comportamenti da evitare: Evitare di

Tutti i dipendenti:

- Fare osservazioni o gesti che, anche se apparentemente innocui o umoristici, hanno l'effetto di sminuire, ferire o disturbare qualcuno, o respingere o sminuire le opinioni di qualcuno.
- Perseverare nel cercare di suscitare interesse in una persona a livello sentimentale o sessuale quando quella persona non mostra alcun interesse in cambio o rifiuta tali approcci.

Manager

- Ignorare o minimizzare le denunce per vessazioni morali, molestie sessuali o molestie organizzative.
- Richiedere ai dipendenti di raggiungere gli obiettivi a ogni costo se le circostanze lo rendono impossibile.
- Condurre un'indagine senza aver ricevuto la formazione specifica o se la propria vicinanza ai soggetti coinvolti possa far dubitare altri della propria neutralità.

Caso pratico 1

Ti accorgi che, all'interno del tuo team, uno dei tuoi colleghi viene sempre ignorato da un altro collega, che non lo saluta mai, non lo invita a partecipare alle riunioni del team e fa regolarmente commenti denigratori sul suo aspetto fisico.

Tenti di avviare un dialogo con lui e con il collega su ciò che ritieni sia un comportamento inappropriato.

Incoraggi la persona a parlare con il suo manager o PDP e a presentare una segnalazione alla [Linea Etica](#).

Puoi anche informare il tuo manager su quanto hai scoperto.

Caso pratico 2

Il tuo manager responsabile è molto esigente. Rimprovera pubblicamente i membri del team quando un lavoro non è stato svolto nel modo che si aspettava ed è in grado di umiliare qualcuno personalmente durante una riunione, creando un clima di terrore e minando la motivazione dell'intero team. Nessuno osa fare commenti al manager perché, data la posizione che occupa, hanno paura delle conseguenze.

Puoi andare a parlare con il manager da solo o con altri colleghi informandolo che il suo comportamento è demotivante e stressante e danneggia il team.

Se il manager non risponde, puoi inoltrare una segnalazione sulla [Linea Etica](#). Oltre a questo, puoi parlare con il tuo PDP (Proximity Development Partner).

Il fatto che la persona occupi una posizione gerarchica superiore nell'azienda non le conferisce alcuna protezione speciale. Inoltre, la politica aziendale ti protegge da eventuali ritorsioni.

Caso pratico 3

Durante un team building, un relatore esterno si è comportato in modo inappropriato nei tuoi confronti, facendoti complimenti ad alta voce, seguendoti durante tutte le attività e proponendoti di uscire per un drink. Questo ti ha fatto sentire molto a disagio e ha interferito con le attività. Puoi scegliere di:

Essere assertivo/a con il mediatore, chiedendogli/le di interrompere il comportamento inappropriato. Puoi farlo da solo/a o con un collega, in modo da sentire di avere sostegno.

Rivolgerti alla [Linea Etica](#). Oltre a questo, puoi parlare con il tuo manager o il tuo PDP (Proximity Development Partner).

È essenziale porre fine a qualsiasi comportamento inaccettabile prima che possa degenerare e ripetersi con altri.

Caso pratico 4

Lavori nel dipartimento delle vendite e un cliente aveva fatto capire di voler uscire con te fuori dal luogo di lavoro, invitandoti più volte per un drink o una cena. Dopo aver rifiutato i suoi inviti, il cliente ha dichiarato che avrebbe smesso di acquistare pneumatici Michelin o che li avrebbe acquistati in quantità molto inferiori se non avessi risposto positivamente a tali richieste.

Devi parlare con il tuo manager e segnalare l'accaduto alla [Linea Etica](#).

Oltre a questo, puoi anche segnalare il caso al tuo PDP (Proximity Development Partner).

Caso pratico 5

Uno dei tuoi colleghi continua a dare pacche sulla schiena alle persone. Il collega sembra considerarlo un gesto amichevole. Ma noti che alcune persone rimangono offese da questo comportamento e non osano parlarne.

Spiegati a questo collega che questa abitudine non è ben accetta dagli altri e può dare fastidio. Chiedi al collega di smetterla.

Salute e sicurezza

La salute e la sicurezza sono questioni che riguardano tutti e hanno la precedenza su qualsiasi altra attività.

Propositi

- Compiere ogni sforzo per garantire e far rispettare la salute e la sicurezza dei dipendenti, dei fornitori di servizi esterni e dei visitatori.
- Gestire l'impatto di tutti i prodotti e le attività sulla salute di residenti della zona, clienti e pubblico.
- Creare condizioni di lavoro atte a preservare la salute fisica e mentale, promuovere l'equilibrio tra lavoro e vita privata e il benessere generale di tutti, favorire l'attitudine al lavoro e rendere accessibili le postazioni di lavoro al maggior numero possibile di persone.

Principi guida

- La sicurezza e la salute hanno la precedenza su ogni altra attività.
- Ciascuno ha il dovere di rispettare le regole e porre fine a qualsiasi situazione di rischio. Ognuno ha diritto a non svolgere un'attività se non ha ricevuto la formazione e l'autorizzazione necessari per svolgerla in sicurezza. Un dipendente che lavora in un sito esterno al Gruppo, ad esempio presso il sito di un cliente, ha il diritto e il dovere di rifiutarsi di eseguire operazioni che, a suo giudizio e in buona fede del dipendente, non sono sicure.
- Le opinioni dei dipendenti e dei loro rappresentanti sono prese in considerazione nella definizione dei piani d'azione per migliorare le condizioni di lavoro.
- Tra le prescrizioni del Gruppo e le normative locali, l'azienda sceglie di rispettare le disposizioni che assicurano una maggiore protezione.
- L'azienda mette in atto i mezzi e le condizioni per preservare in modo sostenibile l'attitudine al lavoro, ridurre il carico fisico delle attività, preservare la salute fisica, mentale e sociale e garantire la sicurezza e il benessere di tutti.

Responsabilità

Salute, sicurezza e qualità della vita sul lavoro sono oggetto di responsabilità a tutti i livelli dell'Azienda:

- **Dipendenti e relativi rappresentanti**

Sono responsabili della propria salute e sicurezza. Vigilano la salute e la sicurezza dei loro colleghi e sono fonte di ispirazione per migliorare la prevenzione e la qualità della vita sul lavoro.

- **Team**

Svolgono un ruolo collettivo nell'integrare i nuovi dipendenti e nell'avvertirli dei rischi.

- **Manager**

Sono responsabili della salute fisica e psicologica dei loro team. Guidano lo sviluppo e la realizzazione di piani di miglioramento in materia di salute, sicurezza e qualità della vita sul lavoro. Dimostrano una leadership esemplare e stimolante nell'applicazione di tali disposizioni.

Garanti

- **Responsabili EP (Ambiente, Sicurezza e Prevenzione)**

Definiscono e garantiscono, laddove richiesto, l'applicazione del Sistema di Gestione Ambiente e Prevenzione (SMEP), consentendo la sostenibilità delle prestazioni e del relativo andamento. Sono responsabili della valutazione dei rischi fisici e chimici e della corretta implementazione di adeguati modelli di prevenzione. Sono responsabili dell'accelerazione dei progressi nel campo della salute e della sicurezza, decidendo in merito alla gestione dei rischi associati ai cambiamenti che riguardano nuove sostanze chimiche, nuovi impianti e nuove condizioni di lavoro.

- **Responsabili SP (Servizio del Personale)**

Garantiscono la tutela, da parte del responsabile, della persona a rischio, e l'implementazione della politica in materia di salute e sicurezza nonché dei comportamenti previsti. Sono responsabili del

monitoraggio delle azioni relative alla qualità della vita sul lavoro e alla prevenzione dei rischi psicosociali.

- **Personale sanitario**

È responsabile dell'assistenza, del monitoraggio medico, dell'idoneità medica, della consulenza in materia di salute/sicurezza/qualità della vita sul lavoro/rischi psicosociali per i dipendenti e il datore di lavoro. È fonte di suggerimenti in termini di prevenzione e ha il dovere di mettere in guardia di fronte a situazioni che considera inaccettabili.

Comportamenti corretti: È fondamentale

- Indossare i Dispositivi di Protezione Individuale richiesti sul posto di lavoro e nel sito come descritto nelle istruzioni di sicurezza.
- Verificare le protezioni di sicurezza del proprio luogo di lavoro.
- Rimanere vigili per garantire la sicurezza propria e degli altri.
- Comunicare qualsiasi situazione rischiosa. Garantire il rispetto delle norme in materia di salute e sicurezza dando l'esempio.
- Preservare il proprio benessere e quello degli altri. Se necessario, rivolgersi alla Linea Etica.
- Contribuire al rispetto e al miglioramento dell'ambiente di lavoro e dei locali aziendali (compresi l'ordine e la pulizia).
- Rispettare le regole di spostamento all'interno e intorno agli stabilimenti.
- Essere proattivi nel migliorare la qualità della vita sul lavoro.

Comportamenti da evitare: Evitare di

- Eseguire un'operazione/mansione senza aver ricevuto la formazione appropriata (qualifica di specializzazione, ecc.).
- Disabilitare una protezione di sicurezza per la propria postazione, tranne durante un'operazione pianificata e controllata.
- Svolgere il proprio lavoro sotto l'effetto di sostanze psicotrope (alcol, droghe, tranquillanti).

Lavoro minorile



Michelin si oppone fermamente a qualsiasi forma di lavoro minorile che potrebbe danneggiare la salute, l'istruzione o l'integrità dei bambini e che non è in linea con le convenzioni dell'OIL.

Desideriamo tutelare i bambini, sostenere il loro sviluppo fisico e psicologico e intendiamo vietare nelle nostre attività e in quelle dei nostri fornitori qualsiasi lavoro in violazione di tali principi.

Definizione

Il concetto di “lavoro minorile” comprende tutte le attività che privano i bambini della loro infanzia, influenzando negativamente sulla loro istruzione, salute e crescita sia fisica che mentale. Si riferisce a ogni lavoro:

- pericoloso per la salute o lo sviluppo fisico, sociale o mentale dei bambini;
- che compromette la loro istruzione o li priva della scolarizzazione;
- che li costringe a conciliare attività scolastiche e professionali eccessivamente lunghe troppo faticose per loro.

L'Organizzazione Internazionale del Lavoro (OIL) stabilisce il raggiungimento di 15 anni come età lavorativa minima generale e 18 anni come età lavorativa minima per tutte le forme di lavoro pericoloso.

In ogni caso, anche il lavoro occasionale non deve impedire al bambino di frequentare la scuola, né nuocere alla sua salute e al suo sviluppo. In questa condizione, alcuni lavori leggeri sono considerati accettabili dall'OIL per bambini di età superiore ai 13 anni. Infine, un bambino non dovrebbe smettere di frequentare la scuola prima dell'età dell'obbligo in un determinato Paese.

Principi guida

Requisiti per chi lavora nei siti Michelin

- Nessun lavoro da parte di minori di 18 anni sui siti del Gruppo
- Eccezioni tra i 15 e i 18 anni se il periodo di lavoro fa parte di un apprendistato, non sostituisce l'istruzione né danneggia la crescita e la salute del minore (nessun lavoro pesante).

Principi guida Michelin per i fornitori

- I Principi di Acquisto, allegati ai contratti, impongono ai fornitori il rispetto delle seguenti regole: divieto di assunzione di persone di età inferiore a 18 anni per lavori pericolosi e divieto generico di lavoratori di età inferiore a 15 anni. Sono possibili eccezioni a seconda della natura dell'attività svolta, purché le pratiche siano conformi alle Convenzioni OIL 138 e 182 nonché alla legislazione nazionale, in particolare per quanto riguarda il fatto che il lavoro non deve sostituire la formazione scolastica né danneggiare lo sviluppo e la salute del minore.
- Il Gruppo presenta un approccio specifico alla gomma naturale per mappare il rischio di lavoro minorile nella propria catena di fornitura, mettendo in atto azioni e monitoraggio nelle aree più a rischio.
- Il Gruppo valuta inoltre i rischi relativi ai diritti umani (*incluso il lavoro minorile*) tra i fornitori, in particolare nei Paesi e nelle categorie di fornitura a più alto rischio. I fornitori le cui pratiche CSR non sono conformi agli standard Michelin devono mettere in atto piani di correzione.

Comportamenti corretti: È fondamentale

- Confrontare le leggi nazionali con i principi e le prescrizioni dell'azienda per quanto riguarda l'età lavorativa minima, assumendo persone di età superiore.
- Controllare i documenti di identità dei dipendenti per assicurarsi che abbiano almeno 18 anni qualora debbano svolgere lavori pesanti.
- Aumentare la vigilanza nei Paesi in cui il lavoro minorile è diffuso, inclusa la vigilanza sui nostri fornitori.

Comportamenti da evitare: Evitare di

- Consentire il lavoro minorile, anche se considerato una pratica normale nel Paese.

- Ignorare il lavoro minorile se utilizzato da un fornitore o un partner (e non da Michelin).

Caso pratico 1

Ti nominano capo reparto in uno stabilimento. Alcuni dipendenti ti sembrano molto giovani. Dopo aver controllato i loro documenti d'identità, scopri che uno di loro ha 16 anni ed è assegnato a un incarico pesante. Cosa dovresti fare?

Il Paese in cui operi consente di assumere persone di età superiore ai 16 anni, ma le regole aziendali richiedono che chiunque sia assegnato a incarichi pesanti abbia almeno 18 anni. Pensi quindi alla possibilità di assegnare questo ragazzo in un'altra posizione, assicurandoti in anticipo che le mansioni da svolgere non rechino danni alla sua salute o alla sua istruzione.

Caso pratico 2

Sei direttore regionale in un Paese in via di sviluppo. Una ONG contatta Michelin per segnalare il lavoro minorile in una piantagione di gomma che fornisce indirettamente il Gruppo. Successivamente alle indagini, si scopre che degli adolescenti aiutano occasionalmente i loro genitori nelle piantagioni. Dovresti segnalarlo comunque?

Sì. Segnala il caso al Servizio Acquisti che deciderà quale azione intraprendere.

Lavoro forzato



Michelin si oppone a ogni forma di lavoro forzato, nei propri siti e nella propria catena di fornitura.

Secondo l'OIL, nel 2016 quasi 25 milioni di persone sono state vittime di lavori forzati. A livello globale, i settori in cui il lavoro forzato è più diffuso sono l'estrazione mineraria, il turismo, l'agricoltura, il settore agroalimentare, edile e della produzione elettronica. In Francia, il lavoro forzato è diffuso nei settori dell'edilizia e delle pulizie nonché in tutti i settori che richiedono manodopera poco qualificata e in subappalto. Anche i lavoratori distaccati e i lavoratori non in regola possono trovarsi in una situazione di sfruttamento e di lavoro forzato.

Definizione

Michelin si oppone al lavoro forzato come definito in conformità con i principi generali ampiamente accettati del diritto internazionale; si definisce "lavoro forzato" una situazione in cui i lavoratori sono costretti a prestare lavoro o servizi contro la loro volontà, senza retribuzione e/o sotto illecita minaccia di violenza, frode, coercizione, pressioni economiche o trattenimento dei documenti d'identità.

Il lavoro forzato può consistere in:

- **Applicare coercizione psicologica o fisica** a un dipendente per lo svolgimento di un lavoro; ad esempio: minacciare di licenziare un dipendente per non aver eseguito un'attività pericolosa che non rientra nelle sue mansioni lavorative o per la quale non ha ricevuto una formazione appropriata.
- **Limitare l'autonomia** di una persona. ad esempio, trattenendo i documenti di identità, costringendo la persona a dormire nei locali dell'azienda, a dipendere dal datore di lavoro per l'apertura di un conto corrente bancario, a non disporre liberamente del proprio tempo libero, ecc.
- **Far indebitare un dipendente** prima che inizi a lavorare, mettendolo in una condizione di "sottomissione per debiti". In alcune regioni, gli intermediari (agenzie di collocamento) addebitano ai

candidati importi particolarmente elevati (costi di trasporto, alloggio, assicurazioni, ecc.) in fase di selezione, reclutamento o assunzione; potrebbero essere necessari anni prima che i dipendenti ripaghino questo debito al loro datore di lavoro.

- **Far firmare un contratto i cui termini non sono stati compresi** dal dipendente; ad esempio: un contratto che non sia stato redatto nella lingua madre del dipendente.

Principi guida

Il Gruppo si impegna a*:

- Redigere **contratti di lavoro chiari e comprensibili** per tutti i dipendenti, laddove vengono utilizzati contratti di lavoro.
- **Evitare che un dipendente lavori essendo soggetto a forme di coercizione**, rispettandone l'autonomia.
- **Garantire che ogni dipendente abbia libero accesso ai propri documenti d'identità e possa recedere dal contratto di lavoro di propria iniziativa** in conformità con il preavviso previsto dalle normative locali o dal contratto di lavoro.
- **Proibire ai nostri fornitori di servizi di collocamento di addebitare commissioni od onorari per l'assunzione** ai candidati.
- Lavorare con agenzie di collocamento e lavoro interinale che rispettano i Principi generali per un reclutamento equo dell'OIL e che non inducono debiti sui dipendenti, al fine di evitare qualsiasi forma di sottomissione nei confronti del datore di lavoro.

** I riferimenti ai contratti di lavoro sono applicabili solo laddove questi vengano utilizzati.*

Michelin si **impegna inoltre nella lotta al lavoro forzato nella sua catena dei subappalti**. Il Gruppo identifica i settori/fornitori più a rischio, implementando un approccio volto a valutare e gestire tale rischio nella propria catena di fornitura.

Viene condotta un'attività di vigilanza particolare ai lavoratori migranti. **I lavoratori migranti rientrano tra le popolazioni più vulnerabili in termini di rispetto dei diritti umani**. Solitamente non parlano la lingua del Paese in cui si trovano, spesso non hanno supporto dei parenti e, quindi, dipendono in modo particolare dalle agenzie di collocamento e dal loro datore di lavoro.

Requisiti per chi lavora nei siti Michelin

Responsabili del personale, personale del Servizio Giuridico e responsabili di sito

Comportamenti corretti: È fondamentale

- In caso di utilizzo di contratti di lavoro, far firmare contratti di lavoro che stabiliscano clausole chiare (luogo di lavoro, condizioni per la violazione del contratto, preavviso, ecc.) e siano scritti in una lingua comprensibile per il dipendente.
- Durante il processo di selezione da parte dei dipartimenti di Michelin, assicurarsi che al candidato non vengano addebitate spese di assunzione (come, ad esempio, commissioni per la candidatura).
- Se la legge di un Paese richiede al datore di lavoro di trattenere i documenti di identità, il contratto o il permesso di soggiorno del dipendente, consegnarne una copia al dipendente. Assicurarsi che il

dipendente sia in grado di recuperare tali documenti in qualsiasi momento.

- Prestare attenzione a eventuali “segni” che potrebbero individuare casi di lavoro forzato da parte di un dipendente: straordinari eccessivi, isolamento, pressione finanziaria, ecc.
- Fornire ai dipendenti l'accesso gratuito alle informazioni sui loro diritti e sulle loro condizioni di lavoro.

Comportamenti da evitare: Evitare di

- Trattenere i documenti di identità dei dipendenti come garanzia.
- Accettare che i lavoratori facciano regolarmente straordinari senza verificare che non siano presenti pressioni esterne al fine di ripagare debiti o “costi di assunzione”.
- Minacciare un dipendente in qualsiasi modo affinché continui a lavorare nel Gruppo contro la sua volontà.

Requisiti per i Responsabili Acquisti del Gruppo e regionali

Comportamenti corretti: È fondamentale

- Includere i Principi di Acquisto in tutti i contratti.
- Verificare che le pratiche delle agenzie di collocamento e lavoro interinale con cui il Gruppo collabora nei propri siti, in particolare nei Paesi ad alto rischio e per il caso specifico dei lavoratori migranti, rispettino le normative e si comportino in modo equo (nessun costo per i dipendenti assunti, nessun conto corrente bancario tramite l'agenzia ecc.).
- Identificare i Paesi e le categorie di acquisti a maggiore rischio in termini di lavoro forzato al fine di arricchire la mappatura dei rischi CSR dei fornitori e indirizzarli a ricevere valutazioni documentali.
- Proporre un adeguato piano d'azione per i fornitori o i settori di acquisti più a rischio.
- Rendere accessibile la [Linea Etica](#) ai fornitori e ai rispettivi dipendenti. Rendere pubblica la procedura di segnalazione tramite il sito di acquisto.
- Identificare, per i fornitori di gomma naturale, le aree potenzialmente esposte al lavoro forzato. Mettere in atto piani d'azione per sradicarlo.
- Prestare attenzione alla situazione dei dipendenti dei subappaltatori del Gruppo al momento dell'assegnazione dell'incarico in una sede del Gruppo.

Caso pratico

Sei responsabile del Servizio del Personale in un dato Paese. Diversi lavoratori, originari di un Paese vicino, ti informano che l'agenzia di collocamento ha trattenuto i loro documenti di identità come “garanzia finanziaria” del contratto. Cosa dovresti fare?

Si tratta di una pratica di lavoro forzato. Devi contattare l'agenzia. Sforzarti di trovare soluzioni in modo che il “debito” dei dipendenti venga estinto. Valutare le probabilità che l'agenzia modifichi tali pratiche. In caso contrario, rivolgiti a un altro fornitore più rispettoso dei diritti umani. Assicurati che i lavoratori recuperino i loro documenti. In futuro, dovrai prestare maggiore attenzione nella selezione dei partner.

Sicurezza - Protezione del patrimonio

Il “patrimonio” di Michelin include sia le persone che i beni materiali, nonché la conoscenza e il know-how. La tutela del patrimonio è fondamentale per il futuro del Gruppo.

La sicurezza e la protezione sono sotto la responsabilità di tutti.

Principi guida

Ciascun dipendente è responsabile, nell'ambito delle proprie mansioni, del corretto utilizzo e della protezione dei beni materiali e immateriali nonché delle risorse del Gruppo.

Questi includono, a titolo esemplificativo, impianti industriali, apparecchiature, risorse finanziarie del Gruppo nonché segreti commerciali, brevetti e marchi registrati.

- I beni e le risorse devono essere utilizzati in conformità con le esigenze del Gruppo e all'interno di un quadro definito dalle diverse entità.
- I beni fisici e i documenti sono classificati in base alla loro importanza (*Livello 1 - Principale, Livello 2 - Grave, Livello 3 - Basso*).
- **Le informazioni D1 e D2 devono essere condivise solo con persone che “necessitano di conoscerle”.**
- I manager devono dimostrare una condotta esemplare.
- La conoscenza delle politiche e dei requisiti di sicurezza è essenziale per salvaguardare il patrimonio del Gruppo.

Misure di sicurezza

- **I laptop devono essere protetti** fisicamente per mezzo di cavi antifurto e logicamente utilizzando Windows + L o CTR/ALT/DEL.
- I dipendenti devono **classificare i beni in base alla loro importanza in termini di riservatezza, integrità e disponibilità.**
- I dipendenti devono **crittografare i dati sensibili** (D1 e D2) e disporre delle risorse fisiche e delle informazioni elettroniche in modo sicuro.
- I siti Michelin utilizzano sistemi di sicurezza per fornire un ambiente sicuro e protetto:
 - verifica dell'accesso al sito per le persone autorizzate tramite controllo elettronico degli accessi;
 - utilizzo di telecamere (laddove autorizzate) per identificare e indagare sugli incidenti;
 - protezione delle zone classificate per mezzo di allarmi.

Comportamenti corretti: È fondamentale

- Bloccare il laptop.
- Indossare il badge tutto il giorno.
- Effettuare prenotazioni di viaggi con un'agenzia di viaggi approvata dal Gruppo.

- Seguire tutte le procedure di sicurezza del sito.
- Garantire la riservatezza delle informazioni di Michelin e rispettare gli impegni di riservatezza applicabili alle informazioni di terzi.
- Tenere presente che tutti i beni e i documenti del Gruppo appartengono a Michelin.

Comportamenti da evitare: Evitare di

- Lasciare incustoditi i documenti riservati.
- Autorizzare una persona ad accedere a siti e aree protette con il proprio badge.
- Lasciare il laptop non protetto (ad esempio, alla postazione, in albergo, in macchina, ecc.).
- Ignorare le regole per comodità.
- Pubblicare informazioni sensibili o riservate (foto di impianti, procedure) sui social network.
- Utilizzare le risorse del Gruppo per scopi privati, salvo laddove tale utilizzo sia autorizzato da una politica della propria Regione o Paese.

Relazioni commerciali



Ogni dipendente Michelin, a prescindere dal Paese in cui lavora, deve attenersi personalmente a tali principi e alle prescrizioni di etica aziendale.

L'inosservanza può esporre il dipendente a responsabilità e sanzioni disciplinari, nonché ad azioni civili o penali.

Inoltre, la violazione di tali prescrizioni può essere oggetto di segnalazione, secondo la procedura di segnalazione e i link **di cui al presente documento**.

Regali e inviti



“Indipendentemente dal Paese in cui operiamo, siamo determinati ad agire come un'azienda responsabile e onesta, rispettosa dell'uomo e della legge...”

Carta Performance e Responsabilità di Michelin (2002), Implementazione dei nostri valori, Esercizio delle nostre responsabilità.

Il Gruppo non tollera alcuna forma di corruzione, pubblica o privata, attiva o passiva, diretta o indiretta. Il Gruppo si impegna a condurre la propria attività in modo onesto, senza influenzare in modo improprio un partner commerciale, un funzionario o qualsiasi altra persona fisica o giuridica.

Nei rapporti commerciali, lo scambio di doni od ospitalità può influenzare l'autonomia di giudizio dei dipendenti nelle relazioni con i partner esterni. Allo stesso modo, il Gruppo si è impegnato a non accettare alcuna ospitalità o invito che possa nuocere alla sua reputazione.

Definizioni

Regali e intrattenimenti inopportuni possono costituire tangenti.

Le politiche del Gruppo si applicano a regali e intrattenimenti:

- offerti o ricevuti;
- direttamente da un dipendente o indirettamente da un terzo rappresentante del Gruppo;
- direttamente a un dipendente del Gruppo o indirettamente a un suo familiare.

Un rappresentante esterno si identifica come qualsiasi persona fisica o giuridica che agisce per conto del Gruppo. Ad esempio: lobbisti, avvocati, rappresentanti di vendita o intermediari. Eventuali azioni e decisioni inappropriate di tali terzi esterni potrebbero essere attribuite al Gruppo. Il loro comportamento deve essere strettamente conforme al presente Codice e qualsiasi regola applicabile alle loro attività.

Principi guida

È fatto divieto a qualsiasi dipendente o rappresentante esterno del Gruppo di accettare un regalo, un invito o qualsiasi altro vantaggio che possa influire sul suo giudizio, sulla sua imparzialità o sulla sua indipendenza e indurlo a non agire nell'interesse superiore del Gruppo.

Ciascun dipendente o rappresentante terzo deve attenersi alla politica del Gruppo in materia di regali e inviti, nonché a qualsiasi politica regionale (o di altra portata) applicabile.

Ricevere un regalo o un invito

I dipendenti del Gruppo, i membri delle loro famiglie e i rappresentanti terzi di Michelin devono, per quanto possibile, rifiutare regali e inviti da un fornitore, cliente o terza parte.

Un regalo o un invito potrebbe essere accettato se soddisfa i seguenti criteri:

- è conforme al presente Codice e alle politiche applicabili in materia di regali;
- è di ragionevole valore;
- è occasionale;
- è per una finalità commerciale legittima;
- è autorizzato da una politica specifica o convalidato da un manager e registrato nell'apposito Registro dei regali*.

In caso di dubbi, si consiglia di rifiutare educatamente il regalo.

Offrire un regalo o un invito

Sono vietati doni e ospitalità che possano influenzare in modo inappropriato il giudizio professionale del destinatario.

Un regalo o un invito potrebbe essere offerto se soddisfa i seguenti criteri:

- è conforme al presente Codice e alle politiche applicabili in materia di regali;
- è di ragionevole valore;
- è occasionale;

- è per una finalità commerciale legittima;
- è autorizzato da una politica specifica o convalidato da un manager e registrato nell'apposito Registro dei regali*.

In caso di dubbi, si consiglia di evitare di offrire regali.

** Ogni Regione deve tenere un Registro dei regali. In questo Registro sono riportati i regali, offerti o ricevuti, non autorizzati da una specifica politica ma che possono essere ritenuti accettabili dalla direzione Michelin. Occorre menzionare quanto segue: la natura, il valore e la motivazione del regalo, nonché la decisione presa (rifiuto, accettazione della donazione o condivisione in ufficio, ecc.)*

Comportamenti corretti: È fondamentale

- Conoscere e rispettare la politica in materia di regali e inviti applicabile alle proprie attività professionali.
- Spiegare ai partner commerciali la politica applicabile in materia di regali e inviti per evitare qualsiasi malinteso.
- Parlare con il manager ed il Servizio Giuridico in caso di dubbi.

Comportamenti da evitare: Evitare di

- Accettare regali e inviti che potrebbero influenzare il proprio comportamento nell'esercizio delle proprie attività professionali.
- Offrire o accettare regali o intrattenimenti di valore spropositato.
- Offrire o accettare regali o inviti senza informare il proprio manager.

Caso pratico 1

La politica in materia di regali della tua Regione consente ai dipendenti di accettare regali promozionali di valore inferiore a un determinato importo. Un fornitore ti offre, in qualità di acquirente, un bellissimo decanter in cristallo personalizzato con il logo dell'azienda, il cui valore potrebbe superare l'importo autorizzato dalla politica in materia di regali. Non vuoi offendere il fornitore; puoi accettare questo regalo?

Sì. Puoi accettare questo regalo se lo usi solo per scopi professionali. Devi registrarlo nel Registro dei regali se il suo valore supera l'importo autorizzato nella politica applicabile in materia di *regali e inviti*.

Caso pratico 2

Sei il Key Account Manager di X, un cliente importante. Negli ultimi sei mesi, il vostro rapporto commerciale si è deteriorato. Il responsabile degli acquisti del tuo cliente te lo ha fatto notare. Vuoi invitare il tuo cliente a cenare in un ristorante 2 stelle Michelin nel tentativo di mantenere il contatto. Questa pratica è consentita?

Dovresti consultare la politica in materia di regali e inviti in vigore nel tuo Paese e discuterne con il tuo manager. Sebbene siano tollerati pasti occasionali di valore ragionevole, una cena in un ristorante con stelle Michelin potrebbe essere considerata di valore irragionevole. In caso di dubbi, consultare il Servizio Giuridico.

Commercio internazionale e controllo delle esportazioni



Il Gruppo è soggetto a numerose normative commerciali e deve garantire il rispetto di tutte le normative per tutti i flussi di beni, siano essi materiali o immateriali.

Contesto

Il Gruppo è soggetto a numerose normative:

- **Norme doganali** che disciplinano l'importazione e l'esportazione di tutte le merci, indipendentemente dalla loro natura, origine, valore, uso o modalità di trasporto.
- **Norme sul controllo delle esportazioni** che limitano le gli scambi con determinati Paesi per quanto riguarda prodotti, tecnologie, software o servizi. Deve essere prestata particolare attenzione alle tecnologie e ai prodotti a duplice uso impiegati sia per uso civile che militare.

L'inosservanza di tali norme può avere gravi conseguenze per il Gruppo: blocco di determinati flussi, sanzioni pecuniarie, danni all'immagine e, in alcuni casi, responsabilità penale per gli autori di tali reati.

Valori e principi guida

Valori

Il Gruppo deve essere garante della conformità a tutte le normative per tutti i flussi di beni materiali e immateriali.

In alcuni casi, Michelin può adottare una politica più esigente al fine di ridurre i rischi nella sua catena di approvvigionamento e facilitare lo sviluppo delle sue attività.

A titolo di esempio, le certificazioni doganali AEO (Authorized Economic Operator) per l'Europa e C-TPAT (Customs Trade Partnership Against Terrorism), l'equivalente statunitense, consentono al Gruppo di beneficiare di procedure di sdoganamento più semplici e sicure.

Principi guida

La funzione Dogana e controllo delle esportazioni definisce le politiche per garantire l'osservanza di tutte queste normative.

Per l'implementazione di tali politiche nei diversi processi del Gruppo, si affida alla propria rete regionale e locale.

Ogni dipendente ha un ruolo da svolgere nel garantire che le proprie attività siano conformi a tali normative.

Comportamenti corretti: È fondamentale

- Coinvolgere sistematicamente i team Dogana e controllo delle esportazioni nella realizzazione di un nuovo sito industriale o commerciale, di un nuovo flusso internazionale o di qualsiasi operazione che non rientri nei processi standard del Gruppo.
- Seguire la formazione interna sul controllo delle esportazioni al fine di identificare al meglio le aree di rischio e reagire adeguatamente.

- Assicurare l'integrazione delle clausole standard di controllo delle esportazioni nei documenti contrattuali con i clienti.
- Attenersi agli standard del Gruppo e, qualora necessario, contattare i team Dogana e controllo delle esportazioni in caso di dubbi o domande da parte di un fornitore, un cliente, una banca o qualsiasi altro partner in merito a formalità doganali o controlli sull'esportazione.

Comportamenti da evitare: Evitare di

- Utilizzare il proprio bagaglio personale per trasportare apparecchiature professionali tra due Paesi senza prima consultare i team Dogana e controllo delle esportazioni.
- Conferire una procura a un agente doganale (per l'elaborazione di una dichiarazione doganale di esportazione o importazione).
- Pagare un agente doganale, un trasportatore o un altro partner per accelerare l'attraversamento della frontiera o lo sdoganamento.
- Avviare o partecipare a una transazione in un Paese soggetto a divieti dalla politica del Gruppo.
- Presumere di non doversi preoccupare per il controllo delle esportazioni in quanto i beni militari non rientrano nell'ambito della propria funzione.

Caso pratico 1

Per evitare di pagare i dazi doganali, un cliente ti spiega telefonicamente che è sufficiente aggiungere una nota manoscritta sulla fattura che indichi l'origine del prodotto. Aggiunge che è così che stanno facendo infatti tutti i tuoi concorrenti. Come procedi?

Contatta i team addetti alla dogana. Qualsiasi richiesta volta alla riduzione dei dazi doganali di importazione (aggiunta di una nota su una fattura, riduzione di valore, anche per spedizioni gratuite, modifica della descrizione del prodotto, del suo Paese di origine o classificazione doganale, ecc.) deve essere convalidata con tali team.

Caso pratico 2

Sei in contatto con un potenziale cliente in un Paese in cui le vendite sono vietate dalla politica del Gruppo. Ti offre di passare attraverso una terza parte in un altro Paese per aggirare il divieto. Cosa dovresti fare?

Contatta i team Dogana e controllo delle esportazioni. Anche in caso di flusso indiretto, potresti essere soggetto a controlli sulle esportazioni.

Concorrenza e Fair Dealing



"Sosteniamo una concorrenza commerciale leale da parte di tutti gli attori, nel quadro della normativa sulla concorrenza."

Carta Performance e Responsabilità di Michelin (2002), Implementazione dei nostri valori, Esercizio delle nostre responsabilità.

Definizione

Il **principio della concorrenza leale** disciplina il comportamento di un'azienda in relazione al contesto in cui opera (clienti, fornitori e concorrenti).

La concorrenza leale contribuisce alla realizzazione degli interessi collettivi, promuovendo prezzi e servizi migliori per i consumatori e incoraggiando l'innovazione.

La concorrenza leale è un principio riconosciuto in molti Paesi. Le autorità ne assicurano il rispetto attraverso un sistema normativo e regolamentare.

Un **comportamento anticoncorrenziale** può esporre il Gruppo o i suoi dipendenti a forti sanzioni: multe molto elevate, azioni legali per risarcimento, nonché i danni che derivano dalla lesione della reputazione, o addirittura pene detentive. Queste sanzioni si stanno diffondendo a livello internazionale diventando più severe.

Principi guida

Il Gruppo promuove il rispetto per i propri dipendenti, i propri clienti e, in generale, il proprio ambiente. La concorrenza leale è una delle applicazioni pratiche di tali principi.

Per garantire la conformità alle regole di concorrenza da parte dei dipendenti, Michelin ha implementato un programma di conformità. Questo sistema include principi e piani d'azione, compresa una formazione regolare per i settori più esposti (vendite e marketing). L'attività di questi dipendenti è soggetta ad un monitoraggio costante, in particolare da parte del Servizio Giuridico.

Il Gruppo assicura l'efficacia del principio di concorrenza leale escludendo:

- ogni accordo, discussione e scambio di informazioni con i suoi concorrenti su informazioni commercialmente sensibili;
- eventuali condizioni inique nei confronti di clienti e fornitori;
- ogni azione che può stravolgere il libero gioco della concorrenza.

Il rispetto della concorrenza leale spetta a ciascuno di noi. Ogni dipendente deve comportarsi in maniera esemplare nelle sue interazioni con gli interlocutori esterni.

Comportamenti corretti: È fondamentale

- Adottare un comportamento rispettoso ed equo nei confronti dei nostri clienti e dei nostri fornitori.
- Escludere ogni contatto con i concorrenti (a eccezione di discussioni all'interno di un quadro strutturato come associazioni professionali e progetti di acquisizione).
- Rispettare gli obblighi di riservatezza.
- Adottare un comportamento nei confronti dei clienti adeguato alla posizione del Gruppo nel proprio mercato (un'elevata quota di mercato comporta un impatto maggiore sulla responsabilità di Michelin).
- Escludere qualsiasi misura punitiva (sanzione, boicottaggio) in caso di trattative commerciali insoddisfacenti.

Comportamenti da evitare: Evitare di

- Stabilire prezzi o scambiare dati aziendali sensibili con i concorrenti.
- Condividere le caratteristiche dei propri mercati (prodotti, servizi o territorio) con i concorrenti.
- Imporre prezzi di rivendita ai clienti.
- Essere coinvolti in turbative d'asta.
- Facilitare un accordo o una discussione sui prezzi tra i clienti (es. distributori).

Caso pratico 1

Un cliente distributore (A) desidera discutere il livello di prezzo degli pneumatici per autovetture sul mercato. A si lamenta della politica dei prezzi aggressiva di un distributore concorrente (B), sempre cliente Michelin. A ti chiede di intervenire con B per aumentare i suoi prezzi, in modo da garantire margini più elevati. Questo tipo di proposta è accettabile?

No. Se accetti la richiesta (chiedendo a B di aumentare i suoi prezzi), il Gruppo sarà inadempiente in quanto considerato "promotore" di un cartello (per aver stabilito congiuntamente il prezzo di vendita). Devi quindi spiegare al distributore che non puoi interferire con la politica dei prezzi dei clienti, che sono liberi di stabilirli.

Caso pratico 2

Rappresenti Michelin in un'associazione professionale e partecipi a riunioni su temi di interesse generale per il settore. Questi incontri sono supervisionati e non si sollevano mai argomenti commercialmente sensibili (prezzo, volumi, costi, ecc.). Un membro dell'associazione di un'azienda concorrente ti invita a bere qualcosa con alcuni altri membri/concorrenti. Vuole conoscerti meglio perché fai il suo stesso lavoro e avete interessi in comune. Dovresti accettare?

No. Devi declinare la proposta ed evitare qualsiasi discussione, anche informale, con i concorrenti. Se lo scambio si conclude con un accordo commerciale, il semplice fatto di aver partecipato a questo tipo di incontro può comportare una sanzione (multe comprese) da parte delle autorità.

Evitare i conflitti di interesse



"Intendiamo prevenire potenziali conflitti di interesse tra le responsabilità dei dipendenti nella loro vita all'interno e all'esterno dell'Azienda. Pertanto, ci aspettiamo che i nostri dipendenti evitino attività personali siano finanziarie, commerciali o di altra natura che potrebbero essere contrarie agli interessi legittimi del Gruppo Michelin o che potrebbero comportare percezioni ambigue, date le loro responsabilità all'interno dell'Azienda".

Carta Performance e Responsabilità di Michelin (2002), Implementazione dei nostri valori, Esercizio delle nostre responsabilità.

Definizione

Sussiste un conflitto di interessi quando l'interesse personale di un dipendente è in contrasto con gli interessi del suo datore di lavoro.

Gli **interessi personali** possono essere benefici di tipo culturale, finanziario, politico, religioso, sportivo e possono derivare da associazioni o legami di parentela o di affinità, sentimentali o amichevoli.

Non esiste una definizione giuridica di conflitto di interessi uniforme nei vari Paesi, tuttavia tali comportamenti sono spesso sanzionati penalmente.

Un **conflitto di interessi** può essere **effettivo, potenziale o apparente**:

- **Conflitto di interessi effettivo**: una situazione in cui un dipendente vanta un interesse personale che risulta in contrasto con gli interessi di Michelin e che influenza il dipendente nello svolgimento delle proprie mansioni lavorative.
- **Conflitto di interessi potenziale**: una situazione in cui l'interesse personale di un dipendente potrebbe entrare in contrasto con gli interessi di Michelin; il dipendente deve vigilare affinché un conflitto potenziale non diventi un conflitto effettivo.
- **Conflitto di interessi apparente**: una situazione in cui gli interessi personali di un dipendente potrebbero essere percepiti come un conflitto di interessi.

Principi guida

Ogni dipendente è tenuto a informare il proprio manager e/o il Servizio del Personale di qualsiasi situazione di conflitto di interessi (effettivo, apparente o potenziale) al fine di garantire che la situazione sia gestita in conformità con la politica del Gruppo.

Ciascun dipendente deve prestare particolare attenzione in caso di rapporti personali (amici, familiari, ecc.) con una persona che lavora per un concorrente, fornitore o cliente del Gruppo. Tale relazione non è illecita, ma non deve essere tale da ostacolare gli interessi di Michelin.

Qualsiasi situazione che possa far sorgere un ragionevole dubbio circa l'imparzialità, la fedeltà verso il Gruppo e l'etica di un dipendente, anche se sbagliata, espone il dipendente al rischio di un conflitto di interessi.

Comportamenti corretti: È fondamentale

- Chiedere consiglio al manager se la propria situazione personale (o quella dei relativi familiari) può rappresentare un conflitto di interessi a favore o contro gli interessi di Michelin.
- Evitare di dare preferenza ad amici e parenti nelle decisioni e nelle attività professionali.
- Garantire che le proprie decisioni siano sempre eque e imparziali, nell'interesse superiore del Gruppo.

Comportamenti da evitare: Evitare di

- Detenere o acquistare beni materiali o immateriali per venderli o noleggiarli a Michelin.
- Prendere una decisione in base ai propri interessi finanziari, sotto qualsiasi forma, in una società commerciale controllata da concorrenti, fornitori o clienti di Michelin.
- Fare pressioni affinché il coniuge, uno dei genitori o uno dei figli venga assunto da un concorrente, fornitore o cliente del Gruppo.

Caso pratico 1

Presto il tuo sito industriale lancerà un bando di gara per selezionare un'impresa di pulizie. Tua figlia gestisce un'attività locale molto rinomata e di successo in questo campo. Quale atteggiamento dovresti assumere nei confronti della tua famiglia e all'interno del Gruppo?

Dovresti evitare di menzionare questo bando di gara davanti ai tuoi parenti. È necessario informare e discutere con il tuo manager l'esistenza di questa relazione che potrebbe essere considerata un conflitto di interessi.

Non devi, in nessun caso, essere coinvolto nella selezione dei fornitori per il bando di gara, o nella sua attuazione.

Rimani vigile in quanto anche un accenno casuale dell'attività di tua figlia a un collega coinvolto nella gara potrebbe essere interpretato come un conflitto di interessi.

Caso pratico 2

Tuo figlio, in cerca di lavoro, si è appena candidato presso uno dei tuoi principali clienti. Durante una discussione con questo cliente, quest'ultimo menziona ripetutamente la candidatura di tuo figlio. Cosa dovresti fare?

Devi informare il tuo manager di questa situazione e di questo rapporto familiare che potrebbe essere interpretato come un conflitto di interessi nella prosecuzione del rapporto con questo cliente.

Insieme al tuo manager, chiarite la situazione con il cliente, al fine di evitare qualsiasi pressione diretta o indiretta.

Donazioni benefiche o politiche



Michelin non fornisce donazioni per finalità politiche.

Il Gruppo favorisce il coinvolgimento in attività benefiche che valorizzino le comunità e le persone con cui interagisce e sulle quali può avere un impatto.

Definizioni

Le **donazioni per finalità benefiche** si definiscono come donazioni fatte a un'organizzazione senza scopo di lucro, un ente di beneficenza o una fondazione privata. Tali donazioni possono essere effettuate tramite contanti, beni immobili, beni, titoli o altri oggetti di valore.

Le **donazioni per finalità politiche** si definiscono come fondi o risorse donati a partiti politici, candidati a cariche politiche o PAC (comitati di azione politica).

Principi guida

Michelin non fornisce donazioni per finalità politiche.

Il Gruppo ritiene di poter legittimamente esprimere il proprio punto di vista, con integrità, nello spiegare ai responsabili decisionali pubblici le proprie posizioni in merito a questioni di interesse per il Gruppo. Gli scambi

sono effettuati nel rispetto dei principi di onestà e nell'interesse dei nostri stakeholder, quali azionisti, clienti, partner, dipendenti, e dell'autorità competente (Paese, provincia, stato, comune, ecc.).

Non sono ammesse donazioni benefiche a meno che non siano:

- consentite da tutte le leggi vigenti;
- divulgate pubblicamente in conformità con la legge vigente; e
- autorizzate da un atto scritto della Regione, del Gruppo o dell'Ente (ad esempio, la *Politica in materia di regali e inviti*) o specificamente autorizzate per iscritto e in anticipo dal Direttore regionale.

È fatto assoluto divieto a terzi (ad esempio, agenti, intermediari, consulenti esterni) di effettuare contributi a nome o per conto del Gruppo.

Per sua natura, [Michelin Corporate Foundation](#) è soggetta a requisiti di governance e rendicontazione che non sono trattati dal presente Codice.

Comportamenti corretti: È fondamentale

- Prima che un'entità del Gruppo effettui una donazione per finalità benefiche, assicurarsi che essa sia conforme al presente Codice e alla legge applicabile.
- Consultare il proprio manager, il Corrispondente per l'etica regionale o nazionale o il Servizio Giuridico in caso di dubbi.

Comportamenti da evitare: Evitare di

- Utilizzare i fondi o le risorse del Gruppo per offrire una donazione per finalità politiche o per qualsiasi altro tipo di donazione.
- Distribuire nei luoghi di lavoro manifesti o slogan a favore di un candidato politico.
- Offrire una donazione benefica che potrebbe essere interpretata come una tangente. In caso di dubbi, consultare le sezioni del presente Codice relative a [Regali e inviti](#) e [Lotta alla corruzione](#) e/o contattare il Servizio Giuridico.

Caso pratico 1

Fai parte del gruppo dirigente di uno stabilimento che ha un impatto economico significativo sulla comunità vicina. Nel corso di una campagna di rielezione per una carica politica che rappresenta il territorio in cui si trova la fabbrica, la figura politica in carica ti contatta. Intende organizzare una visita allo stabilimento, con i media locali, per annunciare l'introduzione di una proposta di legge favorevole al settore, quindi a Michelin. Come reagisci?

Michelin consente visite alle strutture per consentire ai funzionari di conoscere le sue attività. Tuttavia, tali visite sono scoraggiate durante i periodi di campagna elettorale. Devi contattare immediatamente il Servizio Comunicazione, il Corrispondente per l'etica della Regione o del Paese o il Servizio Giuridico per ottenere una consulenza prima di rispondere alla richiesta.

Caso pratico 2

Credi che il tuo luogo di lavoro dovrebbe ospitare un evento locale di raccolta fondi per un ente di beneficenza a vantaggio della comunità. A chi rivolgersi per vagliare questa possibilità?

Dovresti contattare il Servizio Comunicazione.

Prevenzione dell'insider trading



“La Società richiede a tutti i dipendenti che, in ragione della loro attività professionale, possono avere accesso a informazioni riservate in grado di influenzare il prezzo delle azioni di una qualsiasi delle società del Gruppo, di non divulgare tali informazioni, né acquistare o vendere azioni o altri titoli nella Società in questione o di farlo tramite terzi. Questo non garantisce solo il rispetto della legge, ma costituisce un segno di rispetto e di uguaglianza con gli altri azionisti.”

Carta Performance e Responsabilità di Michelin (2002), Implementazione dei nostri valori, Esercizio delle nostre responsabilità.

Contesto e definizioni

In quanto società “quotata”, la normativa europea impone obblighi particolarmente rigorosi a dirigenti, dipendenti e partner del Gruppo in materia di prevenzione degli abusi di mercato.

Nessun dipendente o partner deve trarre profitto dall'acquisto o dalla vendita di azioni di una società quotata in borsa, sulla base di informazioni riservate.

È considerato “**Insider**” chiunque detenga Informazioni riservate nell'esercizio delle proprie funzioni o in conseguenza alla predisposizione di una determinata operazione.

Le “**Informazioni riservate**” si definiscono come informazioni confidenziali e precise in grado di influenzare il valore di mercato delle azioni del Gruppo prima che diventino pubbliche.

Principi guida

I regolamenti europei e il diritto penale francese che sanzionano le violazioni delle leggi sugli strumenti finanziari si applicano a qualsiasi persona fisica o giuridica, a prescindere dalla nazionalità e dal Paese di residenza. Eventuali violazioni delle norme sull'insider trading possono essere soggette a gravi sanzioni (quali sanzioni pecuniarie o pene detentive).

Le norme sugli abusi di mercato e le misure adottate da Michelin sono specificate nella **Carta Etica del Mercato Azionario**.

Per prevenire l'insider trading, il Gruppo deve mantenere e aggiornare un elenco di persone che hanno accesso occasionale alle Informazioni riservate.

- Per ogni situazione o progetto classificati come informazione riservata, il Gruppo ha stilato un **elenco di insider specifici**. Il Gruppo si assicura in via preliminare che tali soggetti o terzi siano consapevoli dei rispettivi obblighi e delle sanzioni applicabili in caso di violazione delle regole.
- Per i soggetti che esercitano responsabilità dirigenziali o simili, che possono avere accesso, in ragione delle proprie funzioni, a informazioni riservate, il Gruppo ha previsto periodi annuali di astensione denominati “**periodi di riserva**”. Tali soggetti devono astenersi da qualsiasi operazione sulle azioni del Gruppo nell'arco di questi periodi. Il Gruppo si assicura che siano consapevoli dei propri obblighi, dei tempi da rispettare e delle sanzioni applicabili in caso di violazione delle regole.

Comportamenti corretti: È fondamentale

- Astenersi da qualsiasi operazione sulle azioni del Gruppo in caso di notifica dell'inclusione in un elenco temporaneo di insider o nell'elenco delle persone soggette a "periodi di riserva".
- Contattare la [Direzione legale aziendale/il Responsabile dell'etica aziendale e finanziaria](#) in caso di dubbi sul proprio status di insider (fare riferimento di seguito alla sezione "Chi contattare?").

Comportamenti da evitare: Evitare di

- Ignorare una notifica ricevuta che informa dell'inclusione in una delle liste di "insider".
- Acquistare o vendere azioni di una società quotata in borsa in quanto titolare di informazioni riservate che potrebbero influenzare in modo significativo la quotazione in borsa.
- Acquistare azioni di una società se si è a conoscenza del fatto che i rapporti commerciali del Gruppo con tale società potrebbero influire sul valore di tale società.

Caso pratico

Sei un dipendente-azionista del Gruppo grazie al piano di azionariato per i dipendenti BIB'Action. Ti è appena arrivata voce che il Gruppo pubblicherà presto risultati deludenti. Vuoi comunque vendere le azioni Michelin, che detieni da più di 5 anni, per avviare l'acquisto di un nuovo veicolo. Puoi farlo?*

** Le azioni emesse nell'ambito dei piani azionari per i dipendenti del Gruppo sono "bloccate" per 5 anni.*

No. La voce che hai sentito rappresenta davvero un'informazione importante che può influire il prezzo delle azioni Michelin. In qualità di dipendente-azionista del Gruppo, molto probabilmente sei considerato un "insider", pertanto sei soggetto all'obbligo di evitare ogni operazione, anche se prima di venire a conoscenza di questa voce non avevi alcun divieto particolare. Di conseguenza, non puoi acquistare o vendere azioni Michelin finché le informazioni non vengono pubblicate in un comunicato stampa.

Lotta alle frodi



Le frodi mettono in pericolo l'attività di Michelin, la sua immagine e la sua reputazione.

Michelin vieta severamente frode e disonestà, come ogni altro comportamento legalmente riprovevole, che possono implicare responsabilità civile o penale del dipendente. Ogni frode comprovata è passibile di sanzione disciplinare ai sensi della normativa applicabile.

È richiesta l'assoluta attenzione in merito alla comunicazione di dati sensibili a soggetti esterni all'azienda che potrebbe consentire a un terzo esterno di commettere frodi.

Definizione

La frode è un atto voluto e premeditato caratterizzato da disonestà, inganno o violazione di fiducia, commesso al fine di ottenere illegalmente un vantaggio economico o di altra natura, sia per un dipendente del Gruppo, sia a vantaggio di un terzo o di una società esterna al Gruppo. Esistono diverse categorie di frode:

- appropriazione indebita di beni e denaro;

- corruzione attiva o passiva;
- falsificazione di bilanci.

La frode può essere commessa da un dipendente che lavora per il Gruppo. Può essere commessa anche da una persona o da un'organizzazione esterna al Gruppo.

Principi guida

Il rischio di frode è limitato dalla promozione di una cultura basata sull'onestà a tutti i livelli del Gruppo (attraverso messaggi chiari sui comportamenti previsti e un approccio di tolleranza zero) e dall'attuazione di procedure di controllo del rischio efficaci.

Michelin ha implementato un sistema di controllo interno per tutte le società del Gruppo.

Tale sistema si basa su mezzi, comportamenti, procedure e piani di azione adeguati alle caratteristiche specifiche di ciascuna azienda, che mira a:

- contribuire al controllo delle attività, all'efficienza delle operazioni e all'uso efficiente delle risorse,
- tenere adeguatamente in considerazione i rischi significativi, siano essi operativi, finanziari o di compliance.

Questo sistema mira, in particolare, a garantire:

- conformità a leggi e regolamenti;
- applicazione di istruzioni e linee guida dettate dalle Direzioni aziendali o dalla direzione del Gruppo;
- corretto funzionamento dei processi interni del Gruppo, in particolare di quelli che contribuiscono alla tutela del suo patrimonio;
- affidabilità delle informazioni finanziarie.

Il manager riveste un ruolo fondamentale in questo sistema:

- sviluppa una cultura basata sull'onestà all'interno del suo team;
- divulga i principi fondamentali del Gruppo;
- rimane vigile sui rischi di frode che possono insorgere nella propria Entità;
- irroga sanzioni quando viene dimostrata la frode da parte di un dipendente.

Comportamenti corretti: È fondamentale

Per prevenire le frodi

- Conoscere e rispettare le regole di controllo interno definite dall'Entità, in particolare quelle relative alla separazione delle mansioni.
- Definire e implementare azioni correttive in caso di individuazione di un punto debole del sistema di controllo.
- Riservare gli strumenti e le risorse messe a disposizione dal Gruppo (carta di credito; computer; strumenti) all'uso professionale, salvo ove altrimenti esplicitamente autorizzato da una politica regionale o nazionale.

- Segnalare al mio manager ogni richiesta urgente di modifica o comunicazione di dati sensibili.
- Avvisare il manager in caso di difficoltà ricorrenti nell'applicazione di una procedura.

In caso di sospetto di frode

- Avvisare il manager o contattare la Linea Etica.
- Coinvolgere sistematicamente il Direttore regionale per la sicurezza, l'unico soggetto autorizzato allo svolgimento delle indagini.

Una volta dimostrata la frode

- Identificare eventuali punti deboli nel sistema di controllo e correggerli.
- Avvisare la gerarchia del meccanismo di frode al fine di impedirne la riproduzione in altre Entità.
- Sanzionare un dipendente che ha commesso una frode in consultazione con il Servizio del Personale.

Comportamenti da evitare: Evitare di

Per prevenire le frodi

- Ignorare una procedura perché tutti lo fanno.
- Comunicare a terzi le password di accesso al sistema informatico.

In caso di sospetto di frode

- Cercare di svolgere autonomamente un'indagine.

Caso pratico 1

Un fornitore ti chiede di pagare urgentemente una fattura su un nuovo conto bancario con i dettagli allegati. Cosa dovresti fare?

Molte frodi sono state commesse da persone che si spacciano per un fornitore.

Informa il tuo manager. Segui la procedura del Servizio Acquisti per accettare questa richiesta.

Caso pratico 2

Sei l'unico destinatario di un'e-mail firmata da un dirigente Michelin che richiede informazioni sensibili. Dovresti rispondere?

Una richiesta insolita, anche interna, può essere indice di un tentativo di furto d'identità. Trasferiscila al Servizio EP (Ambiente, Sicurezza e Prevenzione) della tua Entità per garantire la corretta procedura.

Caso pratico 3

Il tuo manager ti chiede di posticipare la contabilizzazione di una spesa all'anno successivo (ad esempio, il valore di prodotto invendibile o inutilizzabile che andrà distrutto). Cosa dovresti fare?

Dovresti rifiutarti di farlo e ricordare al tuo manager le regole e le procedure contabili del Gruppo. Se il tuo manager insiste, contatta il tuo manager funzionale. Se la situazione non cambia, inoltra una segnalazione alla [Linea Etica](#).

Lotta alla corruzione



“In qualsiasi parte del mondo in cui operiamo, ci opponiamo fermamente a ogni forma di corruzione, indipendentemente dai soggetti e dalle organizzazioni interessati, siano essi pubblici o privati... Rifiutiamo ogni compenso a terzi se tale compenso non corrisponde a un servizio effettivo, ad un importo giustificato o correttamente contabilizzato.”

Carta Performance e Responsabilità di Michelin (2002), Implementazione dei nostri valori, Esercizio delle nostre responsabilità

Il Gruppo intende preservare e sviluppare la propria reputazione di onestà e integrità. La corruzione e il traffico di influenze minano la fiducia in un'organizzazione. Senza questa fiducia, non è possibile garantire il rispetto dei valori fondamentali del Gruppo.

Campo di applicazione

Trattandosi di una Società la cui Capogruppo è quotata alla borsa francese, le attività del Gruppo in tutto il mondo sono disciplinate dalla legge francese in materia di corruzione e traffico di influenze e, in particolare, vige l'obbligo per l'azienda di adottare misure specifiche per combattere il fenomeno della corruzione.

Il presente Codice si applica anche alle attività di Michelin in Francia e in tutti i Paesi in cui opera. La legge dei Paesi in cui Michelin è presente può essere più severa del presente Codice. In tal caso, le leggi anticorruzione del Paese in questione prevarranno entro tale confine nazionale.

È responsabilità di ciascun dipendente, in collaborazione con il Servizio Giuridico, comprendere appieno la portata di tali eccezioni.

Definizioni

La **corruzione pubblica** si riferisce all'offerta di un dono o di qualsiasi altra utilità ad un soggetto pubblico per conto proprio o di terzi, direttamente o indirettamente, per indurlo a compiere o astenersi dal compiere un'azione che rientra nell'ambito della sua funzione o mandato. Tale pratica illegale costituisce un atto di **corruzione attiva**.

L'accettazione o la sollecitazione da parte di un attore governativo di tale proposta od offerta costituisce un atto di **corruzione passiva**.

La **corruzione privata** si riferisce all'offerta di un dono o di qualsiasi altra utilità ad un soggetto privato per conto proprio o di terzi, direttamente o indirettamente, per indurlo a compiere o astenersi dal compiere un'azione che rientra nell'ambito della sua funzione. Tale pratica illegale costituisce un atto di **corruzione attiva**.

L'accettazione o la sollecitazione da parte di un soggetto privato di tale proposta od offerta costituisce un atto di **corruzione passiva**.

Il **traffico di influenze attivo** si riferisce all'azione di offrire, direttamente o indirettamente, ad un soggetto pubblico o privato che vanta un'influenza (effettiva o presunta), un dono o qualsiasi altra utilità in cambio dell'abuso da parte di tale persona della propria influenza al fine di ottenere una decisione favorevole da un'autorità o amministrazione pubblica (quali riconoscimenti, incarichi o contratti).

L'accettazione o la sollecitazione da parte di un individuo pubblico o privato di tale proposta costituisce un atto di **traffico di influenze passivo**.

Principi guida

Il Gruppo non tollera in alcun modo la corruzione e il traffico di influenze, siano essi di tipo pubblico o privato, attivo o passivo, diretto o indiretto. Qualsiasi azione o tentativo di corruzione o traffico di influenze potrebbe esporre il dipendente a sanzioni disciplinari oppure esporre il dipendente e il Gruppo a sanzioni e procedimenti civili o penali oltre a danneggiare la reputazione di integrità del Gruppo.

Michelin si oppone a qualsiasi pagamento di tangenti (sotto forma di contanti o regali pagati in modo illecito) o altro pagamento illecito, direttamente o indirettamente, da parte di un intermediario e destinato a funzionari, membri del governo o qualsiasi altro funzionario pubblico, nonché a qualsiasi individuo o altro soggetto del settore privato, qualunque esso sia.

Un dipendente non sarà penalizzato per le conseguenze derivanti dall'essersi rifiutato di pagare una tangente per conto di Michelin.

Terze parti che agiscono per conto di Michelin

I dipendenti devono prestare attenzione quando si rivolgono a terzi che rappresentano o agiscono per conto di un'entità del Gruppo, quali agenti, intermediari, consulenti esterni o clienti che svolgono questo tipo di servizio.

Contratti con terzi che agiscono in nome o per conto di Michelin o persone in contatto con organi politici o governativi per conto di Michelin devono essere in forma scritta e contenere clausole in materia di contrasto alla corruzione. La durata di tali contratti deve essere limitata affinché il rischio di corruzione posto in essere dal rapporto possa essere rivalutato e il contratto possa essere sottoposto al processo di aggiudicazione.

La remunerazione per i servizi di tali terzi deve:

- Corrispondere a importi ragionevoli, proporzionati al compito assegnato, essere identificabile e confrontabile con gli standard di mercato.
- Essere correttamente contabilizzata, corrisposta in considerazione dei servizi effettivamente resi ed in conformità con le pratiche Michelin in termini di spese autorizzate e relative regole contabili.

I dipendenti devono verificare con il Servizio Giuridico i compensi ammissibili in conformità con le pratiche anticorruzione del Gruppo e la legge applicabile.

Comportamenti corretti: È fondamentale

- Rifiutare qualsiasi richiesta od offerta di tangenti o mazzette. Segnalare immediatamente eventuali richieste al Servizio Giuridico e alla Linea Etica.
- Rispettare la politica vigente in materia di regali e inviti.
- Partecipare a tutti i corsi di formazione che vengono richiesti in materia di lotta alla corruzione.

Comportamenti da evitare: Evitare di

Personalmente o tramite terzi

- Offrire o ricevere, nonché proporre o richiedere, tangenti o altri pagamenti illeciti o accettare tale richiesta o domanda.
- Offrire un regalo o altra utilità ad un soggetto pubblico o privato, per il suo beneficio personale, al fine di:
 - influenzare una decisione amministrativa o professionale
 - ottenere o mantenere contratti, rapporti commerciali oppure
 - ottenere un qualche beneficio per il Gruppo.
- Proporre o accettare una richiesta, offerte, promesse, regali, doni o altre utilità di qualsiasi tipo a un individuo in cambio dell'abuso da parte di quest'ultimo della propria influenza, effettiva o presunta, nei confronti di un pubblico ufficiale o di un dipendente pubblico.

Caso pratico 1

Sei un rappresentante di vendita. Un cliente ti contatta per negoziare un rimborso per un prodotto in garanzia (rimborso per richieste di garanzia non risolte). Il cliente ti informa che è pronto a condividere con te i vantaggi di questo rimborso "come faceva con il tuo predecessore". Questa pratica è consentita?

No. In primo luogo, rifiuta cortesemente l'offerta. Quindi, contatta il Servizio Giuridico o segnala il fatto tramite la [Linea Etica](#). In questo modo viene pertanto assicurata un'indagine sugli eventi presenti e passati.

Caso pratico 2

Durante un incontro con il rappresentante di un cliente governativo in un Paese noto per i suoi elevati rischi di corruzione, questo ti richiede un pagamento in contanti "per assicurare il rinnovo del contratto di acquisto". Rispondi che non sei autorizzato a farlo. Il rappresentante si arrabbia e ti minaccia. Devi soddisfare la richiesta?

No. In primo luogo, dovresti cercare di allentare la tensione per garantire la tua sicurezza. Non metterti in una situazione di pericolo! Quindi riferisci la situazione al tuo supervisore o al Servizio Giuridico. Segnala il fatto anche sulla [Linea Etica](#).

Per ogni incontro organizzato con le autorità locali, si consiglia la presenza sempre di due rappresentanti del Gruppo.

Caso pratico 3

Sei un Buyer responsabile di una gara d'appalto. Un potenziale fornitore ti offre personalmente i suoi servizi in cambio dell'aggiudicazione del contratto. Puoi accettare?

No. Rifiuta cortesemente l'offerta. Informa immediatamente il Servizio Giuridico. Segnala il fatto anche sulla [Linea Etica](#).

Caso pratico 4

Sei un rappresentante di vendita. Un ex funzionario governativo del Paese ti contatta offrendoti i suoi servizi “per assicurarsi che Michelin vinca” un appalto che è stato appena annunciato dal Paese. Si tratta di un importante contratto che sarebbe una grande vittoria per il Gruppo e garantirebbe il raggiungimento dei tuoi obiettivi di crescita in questo mercato. Cosa dovresti fare?

Devi rifiutarti di incontrare questo ex funzionario e contattare immediatamente il tuo manager ed il Servizio Giuridico. Il fatto che l'ex funzionario affermi di poter garantire che Michelin sarà selezionata per il contratto è un “**campanello d'allarme**” che potrebbe indicare che il funzionario abuserà della sua influenza con i suoi ex colleghi. Inoltre una segnalazione in merito a questa potenziale offerta di traffico di influenze sulla Linea Etica.

Tutela della privacy e dei dati personali

Michelin è convinta che la tutela dei dati personali sia fondamentale per ispirare fiducia nelle relazioni con tutti i suoi stakeholder. Il Gruppo si impegna a raccogliere ed elaborare esclusivamente i dati necessari per le proprie attività.

Definizione e contesto

Si definiscono come dati personali le informazioni che identificano in modo diretto o indiretto una persona fisica.

Ciò include, a titolo esemplificativo:

- per l'**identificazione diretta** di una persona, una foto o informazioni sullo stato civile della persona (cognome, nome, ecc.).
- per l'**identificazione indiretta**, un numero di identificazione univoco (targa, identificatore Michelin, numero di cellulare, ecc.) o una combinazione di informazioni (sesso, età, professione, città di residenza, ecc.).

Tutte queste informazioni personali devono essere protette.

Il numero di regolamenti destinato a tutelare la privacy e i dati personali è incrementato notevolmente a livello globale negli ultimi anni. In molti Paesi, l'**inosservanza di tali normative è ora punibile con sanzioni pecuniarie estremamente significative (spesso riportate dai media) e persino sanzioni penali.**

Principi guida

I dati personali di dipendenti, clienti, fornitori, azionisti, partner o subappaltatori devono essere trattati in conformità alle leggi e ai regolamenti, nonché alle direttive del Gruppo applicabili in materia di tutela dei dati personali.

Il Gruppo si impegna a raccogliere ed elaborare esclusivamente i dati necessari per le proprie attività.

Nessun dato personale deve essere divulgato a terzi, a meno che ciò non sia necessario e consentito dalla legge.

Michelin è inoltre convinta che la protezione dei dati costituisca una risorsa competitiva importante nonché un veicolo di fiducia nei rapporti con tutti i suoi stakeholder.

La protezione dei dati personali può essere assicurata solo con il contributo di tutti.

Comportamenti corretti: È fondamentale

- Raccogliere ed elaborare solo i dati personali necessari per l'obiettivo perseguito, assicurandosi che tale obiettivo sia legittimo e chiaramente definito.
- Garantire che la raccolta e l'utilizzo dei dati personali siano conformi alle informazioni fornite alle persone interessate; se richiesto, assicurarsi di ottenere il consenso dell'interessato alla raccolta e all'utilizzo dei dati.
- Negli spazi dedicati ai commenti liberi, inserire solo commenti pertinenti, adeguati e non eccessivi; chiedersi se ci si sentirebbe a proprio agio a condividere tale commento con la persona a cui è indirizzato.
- Distruggere o correggere dati imprecisi o incompleti e rispettare i diritti degli individui sui loro dati.
- Trasmettere i dati personali solo a destinatari interni autorizzati che hanno un legittimo interesse a conoscerli.
- Trasmettere i dati personali all'esterno solo in caso di obbligo di legge o a società che hanno stipulato un contratto con il Gruppo.
- Aver preso visione e rispettare tutti gli impegni applicabili all'interno del Gruppo in caso di accesso autorizzato ai dati da altri Paesi o trasferimenti internazionali, con tali documenti accessibili tramite Intranet (ad esempio, le regole vincolanti per l'azienda BCR – Binding Corporate Rules).
- Garantire la sicurezza e la riservatezza dei dati personali (ad esempio, per la trasmissione di documenti, rispettando le regole di sicurezza del gruppo in materia di crittografia dei file).
- Informare il CERT (Computer Emergency Response Team - team incaricato della gestione degli incidenti di sicurezza informatica) di Michelin, secondo la procedura applicabile, in caso di violazione dei dati (perdita di dati, accesso non autorizzato, pubblicazione non autorizzata, ecc.).
- Partecipare regolarmente a corsi di formazione se le funzioni rivestite richiedono il trattamento di dati personali. Conoscere il quadro applicabile alla propria attività.

Comportamenti da evitare: Evitare di

- Raccogliere dati personali all'insaputa dell'interessato.
- Raccogliere informazioni cosiddette "sensibili" (stato di salute, preferenze sessuali, opinioni politiche, convinzioni religiose, origine razziale o etnica) senza il consenso della persona o comunque solo quando sia la legge a richiederlo.
- Concedere l'accesso ai dati personali a una persona che si trova in un altro Paese, senza aver consultato il Servizio Giuridico.
- Conservare i dati personali per un periodo superiore a quello necessario per lo scopo perseguito.

Caso pratico 1

Fai parte di un team di vendita e desideri creare relazioni strette con i tuoi clienti. Vorresti inserire alcuni dettagli relativi alla loro vita privata nello strumento di gestione delle relazioni con i clienti del Gruppo. Il tuo sostituto potrebbe quindi avere accesso a queste informazioni in tua assenza. Questa pratica è consentita?

No. Puoi raccogliere solo informazioni fattuali relative alla sfera professionale. Inoltre, è severamente vietata la raccolta di alcune informazioni sensibili (stato di salute, religione, ecc.). Ricorda che il tuo cliente può richiedere l'accesso ai propri dati personali.

Caso pratico 2

Un collega ha subito un incidente sul lavoro. Desideri fornire un resoconto a tutti i siti industriali. Fornisci le seguenti informazioni: Ronan A., Monitor, sito di Vannes, insieme ai dettagli delle sue ferite e il contesto del suo incidente. Se menzioni solo il nome del tuo collega, rispetti le normative?

Dovresti porti le seguenti domande.

1. **Stai perseguendo un obiettivo legittimo?**

Sì, migliorare la sicurezza dei dipendenti attraverso questo resoconto.

2. **È essenziale trasmettere tutte queste informazioni?**

No. Il sito, la posizione, il nome non sono utili per segnalare questo incidente.

Per “anonimizzare” i dati personali, devi sempre chiederti: posso identificare questa persona con le informazioni fornite? In questo caso, specificando il nome, la funzione e il sito industriale, si forniscono informazioni sufficienti per identificare la persona.

Relazioni con i fornitori



Michelin attribuisce notevole importanza ai rapporti con i suoi fornitori.

Per tutte le prescrizioni, i casi pratici e le aspettative in merito ai rapporti con i fornitori, si rimanda al [Codice di condotta per le relazioni con i fornitori](#) e relativo [e-learning](#).

Conformità a leggi e regolamenti



“Garantire la conformità costante alle normative e il rispetto delle culture dei Paesi in cui operiamo. ... Indipendentemente dal Paese in cui operiamo, siamo determinati ad agire come un'azienda responsabile e onesta, rispettosa dell'uomo e della legge.”

Carta Performance e Responsabilità di Michelin (2002), Implementazione dei nostri valori, Esercizio delle nostre responsabilità.

Michelin si impegna a rispettare pienamente le leggi e i regolamenti applicabili in tutte le sue attività. È responsabilità di ciascun dipendente attenersi alla forma e alla sostanza di queste leggi.

Contesto

Leggi e regolamenti a livello globale sono emanati da autorità governative a diversi livelli: statale, regionale, provinciale, comunale. Alcune leggi e regolamenti hanno anche portata extraterritoriale.

Per alcune questioni, la legge locale potrebbe essere più rigorosa del presente Codice. In tal caso, prevarranno le leggi locali. Tuttavia, nel caso in cui questo Codice sia più rigoroso della legge locale, prevarrà il presente Codice.

Principi guida

Il Gruppo non si aspetta che i suoi dipendenti siano esperti in materia legale. Spetta tuttavia personalmente a ciascun dipendente conoscere e rispettare le leggi e i regolamenti applicabili alle proprie mansioni. Il Servizio Giuridico aiuterà tutti i dipendenti ad agire in conformità con le leggi e i regolamenti applicabili.

I dipendenti devono inoltre conoscere i casi in cui è necessario rivolgersi al Servizio Giuridico.

Comportamenti corretti: È fondamentale

- Informarsi sulla legge applicabile alle proprie attività consultando, se necessario, il Servizio Giuridico.
- Rispettare le leggi e i regolamenti applicabili.
- Se il presente Codice è più rigoroso della legge applicabile, attenersi al Codice.

Comportamenti da evitare: Evitare di

- Agire senza consultare il Servizio Giuridico in caso di dubbi o in presenza di una situazione sconosciuta.

Caso pratico 1

Vorresti fare dei regali a dei dipendenti pubblici che incontri spesso nello svolgimento delle tue mansioni. Questa usanza, in occasione di una festa importante, è del tutto legittima nel Paese. Qual è la procedura da seguire?

È necessario consultare la politica applicabile in materia di regali e inviti e contattare il Servizio Giuridico. È inoltre necessario assicurarsi che questa pratica sia conforme alla politica locale, al presente Codice e alla legge anticorruzione francese, che si applica alle attività del Gruppo a livello globale.

Caso pratico 2

Hai appena accettato una posizione in un nuovo dipartimento. In virtù del notevole carico di lavoro, non hai tempo per completare la formazione legale obbligatoria per questa posizione. È conforme ai principi del Gruppo?

No. Devi trovare il tempo per seguire la formazione.

Interazioni esterne

Alla base della fiducia riposta nel Gruppo di Michelin si trovano una comunicazione trasparente, la voglia di dialogo costruttivo, la disponibilità all'ascolto e l'attenzione costante alle esigenze delle persone.

Attenersi ai fatti rappresenta il pilastro degli altri quattro valori fondamentali di rispetto del Gruppo: il rispetto per i clienti, i dipendenti, gli azionisti e l'ambiente.

Social network

Durante le loro attività sui social media, i dipendenti devono assicurarsi di non fare confusione tra le opinioni o gli interessi personali e la posizione del Gruppo.

È importante essere rispettosi di colleghi, partner, clienti e concorrenti quando si utilizzano i social media.

Da questo punto di vista, la cura della comunicazione sui social media è fondamentale per Michelin.

Contesto

I social network (Facebook, LinkedIn, blog, forum, ecc.) offrono ai dipendenti l'opportunità di esprimersi, di apprendere e di condividere informazioni con colleghi, clienti o partner.

In questo contesto, ognuno deve agire responsabilmente per preservare l'immagine e la reputazione del Gruppo.

Principi guida

Il team "social media" all'interno della Digital & Social Room/DCEM supervisiona l'utilizzo dei social network per conto del Gruppo Michelin.

Per assistere i dipendenti nell'uso dei social network per scopi privati, è disponibile la guida "Social Network: buone pratiche per i dipendenti".

In ogni conversazione, **è necessario tutelare la reputazione del Gruppo, l'immagine del marchio ed evitare di divulgare informazioni riservate.**

Si ricorda che le uniche persone autorizzate a parlare per conto di Michelin sui social network hanno ricevuto un'autorizzazione preventiva da parte del Servizio Comunicazione di ogni Entità. Per qualsiasi domanda, contattare il Social Media Manager della propria Regione/Paese o la "Social room" del DCEM.

Comportamenti corretti: È fondamentale

- Configurare qualsiasi account personale con il proprio indirizzo e-mail **personale**.
- Menzionare che i commenti sono scritti e pubblicati a titolo personale e/o menzionare solo fatti personali (non professionali) nella propria biografia/profilo.
- Se si pubblica un commento relativo a Michelin o alla sua attività, anche se questo commento è a titolo personale, specificare di essere un dipendente Michelin.
- Segnalare eventuali falsi account alla Digital & Social Room/DCEM. Il Gruppo è talvolta vittima di furto di identità.

Comportamenti da evitare: Evitare di

- Includere il logo del Gruppo nella propria identità visiva, per evitare qualsiasi confusione.
- Includere il nome del Gruppo MICHELIN nel proprio nome utente.
- Fare riferimento a partner, clienti o fornitori senza il loro previo accordo.
- Divulgare informazioni riservate.

Caso pratico 1

Stai lavorando a un nuovo progetto di rete di distribuzione riservata. Un collega suggerisce di creare un gruppo su LinkedIn per scambiare e condividere documenti. È possibile farlo?

No. Devi rifiutare in quanto i documenti interni al Gruppo non devono essere scambiati sui social network. Offri di procedere allo scambio tramite lo strumento interno del Gruppo per facilitare un lavoro collaborativo.

Caso pratico 2

Hai scattato delle foto alla festa per la cessazione del rapporto di lavoro di uno dei tuoi colleghi. Vuoi pubblicarle sulla tua pagina Facebook, puoi farlo?

No. Devi chiedere il permesso alle persone interessate per rispettare il diritto alla loro immagine. Per qualsiasi pubblicazione, dovresti considerare il potenziale rischio di danneggiare la tua reputazione e quella di altre persone o entità.

Organizzazioni della Società Civile (OSC)

OSC

Ovunque opera, il Gruppo agisce in armonia con la società che lo circonda. Il dialogo con le parti coinvolte, comprese le Organizzazioni della Società Civile, è fonte di ricchezza, creatività e coesione.

Contesto

Le Organizzazioni della Società Civile (OSC) **possono essere strutture formali** (ad esempio: *Organizzazioni non governative, ONG*) **o informali** (ad esempio: *esperti, opinion leader*) **che esprimono le inclinazioni della società in ambito sociale o ambientale**. Agiscono nell'interesse generale.

La loro capacità di influenza è in costante crescita. Godono di grande legittimazione nell'ambito dell'opinione pubblica.

Funzioni e principi

Il Gruppo ha creato una posizione responsabile del dialogo con le OSC a livello globale all'interno del Servizio Comunicazione.

Tale posizione si avvale della rete di responsabili dei Servizi Comunicazione regionali o nazionali.

Insieme, mappano i temi di maggior rischio (ovvero i temi che si dibattono nella società) e individuano i "giusti" interlocutori nella società civile al fine di impegnarsi in un dialogo costruttivo.

Un "giusto interlocutore" non è necessariamente un alleato; può anche essere un avversario che, attraverso il dibattito, aiuta il Gruppo a farsi un'opinione prima di agire.

Comportamenti corretti: È fondamentale

- Ascoltare le aspirazioni della società civile, indipendentemente dal proprio ruolo, dal momento che riguardano direttamente tutti, oltre che l'azienda.

- Condividere con l'incaricato al dialogo con le OSC le informazioni in proprio possesso, al fine di promuovere un dialogo a lungo termine con ciascuna OSC.

Comportamenti da evitare: Evitare di

- Lasciare una richiesta senza risposta; è necessario inoltrare i messaggi ricevuti (oralmente o per iscritto) al responsabile del dialogo con le OSC affinché possano veicolare tali messaggi.

Caso pratico

Sei messo alla prova da una ONG locale che difende la causa degli animali. Ti domanda le regole di acquisto del Gruppo per la fornitura di guanti in pelle naturale per i tuoi dipendenti. Come procedi?

In qualità di acquirente di dispositivi di protezione individuale, il Gruppo è particolarmente attento alla filiera per la pelletteria. I fornitori coinvolti nel processo di fabbricazione di questo tipo di prodotto devono impegnarsi al benessere degli animali e alle norme ambientali emanate dal Gruppo.

Puoi avviare un dialogo con questa ONG per comprenderne le argomentazioni. Esamina il processo interno e proponi spinte di miglioramento da condividere con l'ONG. Ricordale l'impegno del Gruppo a eliminare ogni causa diretta o indiretta di sofferenza animale e a favorire, laddove possibile, l'uso di guanti in pelle sintetica.

Comunità locali



In qualità di gruppo industriale, Michelin vanta una forte impronta locale in molti Paesi.

Il Gruppo Michelin desidera svolgere le sue attività in armonia con le comunità locali, in qualsiasi luogo operi, oltre a cercare di garantire che la sua presenza sia il più possibile vantaggiosa per loro.

Contesto

L'impatto delle nostre attività riguarda, da un lato, grandi progetti (costruzione di nuovi stabilimenti, chiusura di un sito, acquisto di piantagioni di gomma) e, dall'altro, attività continuative nei siti operativi.

In conformità con gli standard internazionali sui diritti umani, **Michelin si impegna a garantire che le sue attività non danneggino la salute o la sicurezza delle comunità locali, non le privino dell'accesso alle risorse naturali (acqua, cibo, terra, habitat) e non sconvolgano le loro culture o attività economiche**. Si impegna inoltre a garantire che le sue operazioni possano **generare effetti positivi sul loro sviluppo**.

Valori e principi guida

Il Gruppo Michelin desidera svolgere le sue attività in armonia con le comunità locali, in qualsiasi luogo operi, oltre a cercare di garantire che la sua presenza sia il più possibile vantaggiosa per loro. In tal senso, assume i seguenti impegni:

- **Identificare tempestivamente gli interessi e le esigenze** delle popolazioni vicine in un progetto di costruzione, sviluppo di siti o acquisizione di terreni. Questo lavoro di consultazione con le parti interessate o influenzate dal progetto include i gruppi potenzialmente più vulnerabili.
- **Individuare opportunità e azioni favorevoli e vantaggiose** per gli stakeholder locali (occupazione,

progetti congiunti); prevenire il rischio di eventi negativi; adeguare i progetti in modo che possano beneficiarne il più possibile senza influire negativamente sulla loro salute, sicurezza, accesso alle risorse naturali o sul loro patrimonio culturale durante la fase di costruzione o durante il funzionamento del sito.

- **Mantenere una comunicazione diretta, periodica, trasparente e di alta qualità** con le comunità locali e tutte le parti interessate presenti in prossimità dei siti operativi.
- **Stabilire un meccanismo per la gestione dei reclami.** In caso di danni all'ambiente o alle popolazioni locali, indirizzare ogni reclamo e proporre adeguati piani di riparazione e risarcimento. Far conoscere questo sistema alle comunità locali.

All'attenzione di direttori del sito, direttori di nuovi siti o progetti di chiusura di siti e responsabili di fusioni/acquisizioni:

Comportamenti corretti: È fondamentale

In ogni circostanza

- Identificare i rischi e le opportunità per le popolazioni locali legati alla costruzione di un nuovo sito, all'attività di un sito in funzione o alla chiusura di un sito.
- Informarsi dell'esistenza di eventuali normative locali applicabili a specifiche fasce di popolazione (particolarmente svantaggiate) e garantire la tutela del patrimonio culturale delle popolazioni locali.
- Mettere in atto piani d'azione basati sui risultati della fase precedente, al fine di eliminare o, al meglio, mitigare eventuali conseguenze negative e sviluppare opportunità positive per le popolazioni locali.
- Istituire e divulgare un meccanismo di gestione dei reclami formalizzato e facilmente accessibile in modo che ogni eventuale reclamo da parte delle comunità locali sia efficacemente gestito.

Per i siti in funzione:

- Stabilire un dialogo regolare e costruttivo con i residenti in prossimità dei siti.
- Incoraggiare partnership con stakeholder locali (associazioni, scuole, centri di ricerca, aziende, ecc.) in grado di generare impatti positivi sul benessere e sullo sviluppo delle popolazioni vicine.
- Implementare un programma di implicazione nella vita locale (IVL) in ogni sito con oltre 400 dipendenti.
- Fare riferimento ai requisiti degli standard di Ambiente e Prevenzione per l'uso delle risorse naturali (con l'obiettivo di limitare l'inquinamento, l'estrazione di risorse limitate o eventuali danni alla salute e alla sicurezza delle comunità locali).

Durante la costruzione di un sito industriale:

- Informare gli stakeholder locali delle conseguenze del progetto di costruzione attraverso una comunicazione diretta. Tenere conto dei loro interessi e delle loro richieste per svolgere il lavoro in modo soddisfacente per loro. L'approccio non dovrebbe limitarsi al dialogo con le autorità locali. Può essere eseguito da una ditta esterna, in collaborazione con Michelin.
- Dare priorità alle assunzioni locali laddove possibile. Rispettare i principi di pari opportunità e non discriminazione.
- Dare priorità alla formazione delle popolazioni locali qualora le esigenze lavorative lo consentano.

Per la chiusura di un sito:

- Adottare tutte le misure necessarie per bonificare il sito.
- Promuovere la riassegnazione dei dipendenti.
- Sostenere l'occupazione in collaborazione con le autorità locali.

Al momento dell'acquisto e della gestione di piantagioni:

- Documentare il processo di insediamento per assicurarsi di conoscere la storia della proprietà.
- Rispettare il diritto d'uso e di accesso alla terra delle persone, in modo che continuino a coltivare le loro colture alimentari.
- Utilizzare le piantagioni di gomma naturale in modo sostenibile. Fare riferimento alla politica responsabile in materia di gomma naturale che definisce gli impegni di Michelin in materia sociale (assunzione, formazione, primo soccorso), economica (rispetto della sicurezza alimentare) e ambientale (conservazione, biodiversità).

Comportamenti da evitare: Evitare di

- Realizzare un nuovo progetto senza tenere conto degli interessi e delle richieste dei principali stakeholder locali. Impegnarsi in un dialogo diretto.
- Non dare seguito a domande o potenziali reclami sollevati dagli stakeholder locali.
- Limitare il dialogo alle sole autorità governative.

Caso pratico 1

Sei un project manager incaricato di costruire un nuovo stabilimento in un dato Paese. È stato individuato un appezzamento di terreno e il progetto è stato approvato dal comune locale. È sufficiente per iniziare a costruire?

No. Prima di convalidare questo progetto, devi ampliare il dialogo con gli altri stakeholder. Chiedi al tuo team di contattare associazioni, imprese e scuole locali per organizzare discussioni o consultazioni.

Potresti assumere una società esterna per ricevere assistenza in questo processo.

Caso pratico 2

In qualità di responsabile di un team di risorse umane in un dato Paese, stai valutando di assumere personale a livello locale. Tuttavia, la maggior parte dei candidati non è qualificata per le professioni del Gruppo. Come procedi?

Prima di considerare l'assunzione in bacini di occupazione più distanti, studia la possibilità di qualificare le popolazioni locali, in collaborazione con le organizzazioni di formazione.

Correttezza nella rendicontazione finanziaria



Il Gruppo necessita di informazioni finanziarie veritiere e affidabili per garantire la qualità dell'amministrazione e la fiducia di azionisti, partner e fornitori.

Valori

“La Società promuove una comunicazione aperta, periodica, accurata e onesta con i propri azionisti e con i rappresentanti della comunità finanziaria... Attenersi ai fatti richiede obiettività e onestà intellettuale, oltre eventuali opinioni e preconcezioni. Significa osare riconoscere l'esistenza di un problema e ammettere la realtà del suo impatto, anche laddove sembra difficile individuare la soluzione.”

Carta Performance e Responsabilità di Michelin (2002), Implementazione dei nostri valori, Esercizio delle nostre responsabilità.

Principi guida

Le operazioni e le transazioni effettuate dal Gruppo sono registrate in modo veritiero e fedele nella contabilità di ciascuna Entità in conformità alla normativa applicabile e alle procedure interne.

Attenersi ai fatti significa mantenere l'obiettività e l'onestà intellettuale, andando oltre opinioni e pregiudizi.

Qualsiasi tentativo di falsificare i resoconti finanziari è considerato una violazione e sarà debitamente sanzionato.

Comportamenti corretti: È fondamentale

- Riferire prontamente, completamente e onestamente qualsiasi informazione che possa influire sulle informazioni finanziarie.
- Giustificare tutte le voci con i relativi riscontri. Garantire l'affidabilità delle informazioni finanziarie e contabili.
- Rispettare le regole di controllo interno.
- Segnalare potenziali violazioni del principio di correttezza nei rendiconti finanziari.

Comportamenti da evitare: Evitare di

- Firmare o approvare documenti non precisi o che non rispecchiano la realtà.
- Trascurare la correzione della contabilità o l'inoltro di una segnalazione se si è a conoscenza di attività o debiti non registrati nel bilancio del Gruppo.

Caso pratico 1

Sei responsabile del budget. Ti accorgi a fine anno che rischi di superare il budget che avevi stabilito. Come procedi?

Non cercare di concordare con i fornitori un ritardo nella fatturazione all'anno successivo per mantenere fede al tuo impegno. I documenti contabili sono collegati alla ricezione del bene o del servizio, piuttosto che alla ricezione della fattura.

Caso pratico 2

Controlli i rapporti sulle vendite preparati dal tuo manager e individui degli errori. Esiti a parlarne con il tuo manager. È l'atteggiamento giusto?

No. Non devi temere di condividere le tue opinioni. Al contrario, servi gli interessi del Gruppo impedendo la ripubblicazione di informazioni inesatte.

Proprie mansioni e ambiente

Il rispetto per l'ambiente è uno dei cinque valori fondamentali di Michelin, espresso nel 2002 nella “Carta Performance e Responsabilità di Michelin” e ribadito nel 2012 nella pubblicazione “Prestazioni e responsabilità di Michelin: per progredire nel modo migliore”.

Considerata la particolarità dell'emergenza ambientale, Michelin ha scelto di aggiungere un capitolo dedicato all'ambiente a questo Codice. Le raccomandazioni fornite servono da informazione e incoraggiamento: mirano ad aiutare ciascun dipendente a migliorare la propria impronta ambientale nell'ambito delle proprie attività professionali; attualmente non si configurano come regole obbligatorie (tranne laddove l'attività sia oggetto di una legge ambientale).

Contesto

La lotta ai cambiamenti climatici, l'impegno nelle energie rinnovabili, la salvaguardia delle risorse e della biodiversità sono fondamentali per tutelare il futuro del pianeta.

Da diversi anni, Michelin valuta e tiene conto degli impatti ambientali delle proprie attività lungo l'intero ciclo di vita dei propri prodotti, dall'estrazione e dalla lavorazione delle risorse, attraverso la fase di utilizzo, fino al trattamento a fine vita utile.

Principi guida

Il Gruppo punta ora a zero emissioni nette di CO₂ per i suoi siti industriali (scopi 1 e 2) entro il 2050, *in linea con lo scenario climatico che limita il riscaldamento globale a 1,5 °C*.

Ogni dipendente partecipa a tale impegno adottando azioni eco-responsabili sul posto di lavoro: presso la propria postazione, sui siti e in occasione di viaggi di lavoro.

La postazione di lavoro

Raccomandazioni

Stampa

- Preferire il digitale. Stampare solo documenti finali che vengono utilizzati di frequente.
- Adeguare i documenti che vengono letti sullo schermo per evitare stampe non necessarie. Per le presentazioni PowerPoint, ad esempio, stampare due diapositive per pagina.
- Limitare la stampa, e stampare su entrambi i lati e in bianco e nero.
- Preferire caratteri sottili e a basso consumo di inchiostro.
- Laddove possibile, utilizzare carta riciclata e assicurarsi che la carta usata venga riciclata.

- Laddove possibile, utilizzare cartucce di inchiostro ricaricabili e assicurarsi che vengano riciclate.

Lo sapevi?

Un impiegato in ufficio consuma in media dai 70 agli 85 kg di carta al mese.

È imperativo garantirne una riduzione e favorirne il riciclo.

Uso dei dispositivi

SMARTPHONE

- Mettere lo smartphone in modalità “risparmio energetico”.
- Disattivare le funzioni GPS, Wi-Fi e Bluetooth quando non servono.
- Al lavoro o a casa, utilizzare il Wi-Fi anziché il 4G.
- Preferire la “modalità scura” (sfondo scuro) che consuma meno energia.

COMPUTER (consumi e archiviazione dei dati)

- Preferire l'utilizzo di un laptop rispetto a un computer fisso.
- Configurare i computer in modo da passare rapidamente alla modalità di sospensione.
- Svuotare regolarmente la cache, la cronologia e i cookie del browser del computer.
- Cancellare regolarmente i messaggi di posta elettronica obsoleti.
- Alleggerire il peso delle presentazioni PowerPoint utilizzando:
 - modelli/maschere leggere;
 - la funzione “compressione immagine”;
 - una versione PDF se viene inviata per e-mail
- Ordinare ed eliminare a intervalli regolari:
 - e-mail non necessarie in tutti i file
 - i documenti nella cartella “Download” del sistema operativo
 - i file One Drive ogni anno o non appena diventano inutili (e a ogni cambio di posizione)
- Spegner computer e stampanti durante la pausa pranzo e la sera.

ALTRI DISPOSITIVI

- In generale, prendersi cura della propria attrezzatura per ottimizzarne la durata utile.
- Restituire il telefono fisso se non lo si usa più.
- Spegner le luci quando non servono.
- Utilizzare lampadine a basso consumo.
- Abbassare le tapparelle/serrande in caso di temperature elevate durante le ore diurne.

Lo sapevi?

Le apparecchiature informatiche sono responsabili per il 21% del consumo di elettricità negli uffici.

È essenziale ottimizzarne il consumo energetico al fine di ridurre l'impronta ecologica complessiva dell'attività.

E-mail (invio)



- Limitare l'invio a destinatari essenziali. Evitare l'uso sistematico della funzione "Rispondi a tutti" per ridurre le e-mail non necessarie.
- Evitare di utilizzare foto o loghi a piè di pagina e nella firma dell'e-mail, oppure preferire immagini a bassa definizione.
- Preferire la condivisione di un link piuttosto che l'invio di allegati.
- Ridurre la dimensione degli allegati (convertendo i documenti in formato PDF, comprimendo i file).
- Disiscriversi dalle mailing list consultate raramente.
- Gestire le notifiche dalle applicazioni interne (Teams - Yammer) in modo da non ricevere sistematicamente un'e-mail di notifica.
- Prediligere gli strumenti collaborativi, spesso più efficienti ed economici delle e-mail (molti destinatari, presenza di allegati). Utilizzare il giusto strumento per ogni scopo.

Lo sapevi?

L'impatto ambientale di un'e-mail varia in base al numero di destinatari, alla dimensione degli allegati e allo spazio di archiviazione su un server.

Moltiplicando per 10 il numero di destinatari dell'e-mail si moltiplica la sua impronta ecologica per 4.

Ricerche su Internet



- Salvare le pagine visitate di frequente come preferite.
- Digitare l'indirizzo/URL di un sito Web direttamente nella barra di ricerca, invece di passare attraverso un motore di ricerca.
- Chiudere sistematicamente i programmi/le pagine/le schede che non sono più utili.

Lo sapevi?

Una ricerca su Internet della durata di un minuto consuma 100 Watt su un computer desktop e 20 watt su un portatile.

Inserendo direttamente l'URL di un sito Web, dividi le emissioni di gas serra per 4.

Fuori dal sito



Comportarsi in modo etico, come garantire il rispetto dell'ambiente, non è solo una questione di reputazione, ma soprattutto una questione urgente, globale e collettiva.

Il Gruppo invita ciascuno dei suoi dipendenti a praticare liberamente i valori e il comportamento etico sostenuti da Michelin anche al di fuori dell'ambiente professionale.

Viaggi di lavoro



Laddove possibile, preferire:

- Videoconferenze rispetto ai viaggi.
- Per gli spostamenti quotidiani: trasporto ecosostenibile (trasporto pubblico, bicicletta, camminata) e condivisione del viaggio su singoli veicoli.
- Per i lunghi viaggi: treno e car sharing.

Lo sapevi?



I tragitti casa-lavoro e i viaggi di lavoro si configurano come principale fonte di emissioni di gas serra derivanti dalle attività d'ufficio: 12 milioni di tonnellate all'anno.

3/4 di questi viaggi avvengono in auto.

fonte: ADEME, Eco-responsabilità in ufficio (Giugno 2020)

Presso il sito



Raccomandazioni

Rifiuti ed economia circolare

IN ACCORDO CON LE RESPONSABILITÀ DELLA PROPRIA MANSIONE

- Prediligere materiali riciclabili, riutilizzabili o sostenibili per l'acquisto e l'utilizzo di attrezzature per ufficio, materiali di consumo, forniture, scelta di imballaggi, ecc.
- Allestire una postazione per il riciclo che sia visibile e comprensibile da tutti.
- Utilizzare prodotti per la pulizia ecologici.
- Assicurare la presenza di cestini e posacenere in numero sufficiente; non buttare a terra rifiuti/mozziconi di sigaretta.
- Limitare l'uso di imballaggi e prediligere imballaggi sostenibili (riutilizzabili, riciclabili o provenienti da canali sostenibili).
- Promuovere una seconda vita per le apparecchiature (computer, smartphone, arredi di uffici, ecc.), affidandole ad associazioni o aziende che si occupano del ricondizionamento

Lo sapevi?



Il riciclaggio delle apparecchiature elettroniche consente il recupero di materiali rari o preziosi.

Una tonnellata di schede elettroniche contiene da 50 a 100 volte più oro di una tonnellata di minerale.

Alcuni componenti di questi dispositivi, come l'arsenico o il cloro, sono dannosi per la salute e per l'ambiente e richiedono un trattamento appropriato.

Riscaldamento e aria condizionata

- In qualità di manager, permettere ai dipendenti di adattare gli indumenti alla temperatura.
- Assicurarsi che le finestre siano ben chiuse quando fa freddo, e di avere ombra (tapparelle/persiane) durante le ore diurne in caso di temperature elevate.
- Non lasciare le finestre aperte con l'aria condizionata accesa.

Lo sapevi?

Tra i consumi energetici degli uffici, il riscaldamento rappresenta in media il 50% e l'aria condizionata può rappresentare fino al 20%.

fonte: ADEME, Eco-responsabilità in ufficio (Giugno 2020)

Pasti

IN ACCORDO CON LE RESPONSABILITÀ DELLA PROPRIA MANSIONE

- Prediligere prodotti locali e stagionali (mense, uffici, distributori, ecc.).
- Prediligere l'approvvigionamento da brevi distanze.

Lo sapevi?

Ogni pasto in un ambiente di ristorazione aziendale genera in media 75 g di rifiuti alimentari, contro i 130 g della ristorazione collettiva in genere.

fonte: ADEME, Eco-responsabilità (Giugno 2020)