

LES FONDAMENTAUX

CODE D'ÉTHIQUE DE MICHELIN



MICHELIN

Une meilleure façon d'avancer

SOMMAIRE

INTRODUCTION	02
PRÉAMBULE	04
L'objectif du Code d'Éthique	04
Champ d'application du Code d'Éthique	04
Comment appliquer le Code d'Éthique	04
Conséquences du non-respect du Code d'Éthique	04
Notification des éventuelles violations du Code d'Éthique	05
Accès au Code d'Éthique	05
Application des différentes dispositions du Code d'Éthique à une situation donnée	05
LE CODE D'ÉTHIQUE DE MICHELIN	06
Adhésion de Michelin aux grands principes (Pacte Mondial des Nations Unies et Droits humains)	08
Respect des lois et règlements	10
Conflit d'intérêts	10
Cadeaux et invitations	11
Relations gouvernementales et anti-corruption	12
Dons et contributions politiques	14
Confidentialité	14
Concurrence loyale	15
Délit d'initié	16
Protection des actifs du Groupe	17
Fraude	17
Relations avec les fournisseurs	18
Ventes et commerce international	18
La sincérité des rapports financiers	19
Santé et sécurité	19
Discrimination et harcèlement	20
Protection de la vie privée des employés	20
CONCLUSION	21



INTRODUCTION

Janvier 2014

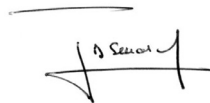
Dans tous les pays où Michelin est présent, notre ambition est d'exercer nos activités avec intégrité. Ce qui nous importe, ce ne sont pas nos seuls résultats ; c'est aussi la manière de les atteindre.

Le Code d'Éthique de Michelin repose sur les Valeurs Fondamentales exprimées dans le cadre de la Charte Performance et Responsabilité Michelin, à savoir le respect des clients, des personnes, des actionnaires, de l'environnement et des faits.

Notre Code d'Éthique définit les normes de comportement applicables à nos activités et expose certaines lignes directrices pour les décisions que les salariés du Groupe peuvent être conduits à prendre sur divers sujets d'ordre éthique. La plupart des principes énoncés dans le présent Code sont déjà formulés en termes généraux dans la Charte Performance et Responsabilité Michelin et dans les Directives et Politiques antérieurement adoptées par le Groupe. Ce Code d'Éthique précise, toutefois, les lignes de conduite que doivent suivre les employés de Michelin.

C'est l'adhésion de tous les salariés de Michelin aux Valeurs Fondamentales du Groupe exposées dans la Charte Performance et Responsabilité Michelin et dans ce nouveau Code d'Éthique qui garantira au mieux les succès futurs de nos employés et de notre Groupe.

Jean-Dominique Senard

A handwritten signature in black ink, appearing to read "J. Senard", with a horizontal line above it.

PRÉAMBULE

L'objectif du Code d'Éthique

Le Code d'Éthique exprime la politique du Groupe en matière d'éthique des affaires et de comportement individuel. Il complète et renforce la Charte Performance et Responsabilité Michelin (Charte PRM), ainsi que les Directives et Politiques Groupe déjà existantes.

Le Code d'Éthique ne prétend pas apporter une réponse à toute question de nature éthique susceptible de se poser dans le cadre de vos missions. Il expose les règles de base et les lignes directrices qui doivent gouverner vos décisions. Il vous appartient de lire et d'assimiler ce Code ; ensuite de faire preuve de jugement et de bon sens face aux diverses situations qui peuvent se présenter à vous.

Champ d'application du Code d'Éthique

Chaque employé de Michelin, dans quelque pays qu'il soit, doit personnellement respecter le Code d'Éthique de Michelin et se comporter de manière pleinement éthique.

Comment appliquer le Code d'Éthique

Si vous vous interrogez sur la manière d'appliquer le Code d'Éthique ou sur son interprétation, nous vous invitons à prendre contact avec votre supérieur hiérarchique ou avec un représentant du Service Juridique de votre pays ou de votre zone. Vos questions sont les bienvenues.

Conséquences du non-respect du Code d'Éthique

Si vous ne respectez pas les règles et lignes directrices définies dans le Code d'Éthique, votre responsabilité personnelle pourra être engagée et vous pourrez vous exposer à des sanctions disciplinaires. Il vous incombe en conséquence de lire, de bien assimiler et de respecter l'ensemble des règles et lignes directrices du Code d'Éthique.

Notification des éventuelles violations du Code d'Éthique

Les éventuelles violations du Code pourront être portées à la connaissance de votre supérieur hiérarchique ou d'un représentant du Service Juridique de votre pays ou de votre zone. Une ligne téléphonique dédiée ("ligne éthique") pourra être mise à la disposition des employés dans les zones, afin de signaler les violations du Code d'Éthique observées. Nul ne sera autorisé à prendre des mesures de représailles contre un employé de bonne foi qui aurait utilisé la ligne éthique pour signaler une violation du Code.

Accès au Code d'Éthique

Chaque employé doit recevoir un exemplaire du Code d'Éthique. Une version numérique du Code d'Éthique est également disponible sur l'Intranet du Groupe.

Application des différentes dispositions du Code d'Éthique à une situation donnée

Une situation donnée qui présente un questionnement éthique peut relever de plusieurs dispositions à la fois de ce Code. Dans ce cas, la conduite à suivre devra être conforme non seulement aux dispositions applicables du Code d'Éthique mais, éventuellement, aussi, aux Référentiels, Directives et Politiques du Groupe auxquelles renvoie le présent Code.



**CODE D'ÉTHIQUE
DE MICHELIN**

On abordera ci-dessous les diverses questions d'ordre éthique susceptibles d'être soulevées dans le cadre de vos activités au sein de l'entreprise.

On rappellera, dans chaque cas, les principes généraux formulés dans la Charte PRM, puis on les complétera par des règles de conduite précises.

Aux termes de la Charte PRM, les activités de Michelin doivent refléter les cinq Valeurs Fondamentales suivantes :

- respect des clients
- respect des personnes
- respect des actionnaires
- respect de l'environnement
- respect des faits

Ces Valeurs Fondamentales qui sont celles du Groupe doivent être portées en son nom et mises en œuvre par chaque employé.

Si certaines situations peuvent ne pas être expressément visées dans le Code d'Éthique ou la Charte PRM, il appartient d'en discuter avec votre supérieur hiérarchique ou un représentant du Service Juridique, et de ne rien faire qui soit contraire aux règles comportementales définies ci-dessous.

Adhésion de Michelin aux grands principes (Pacte Mondial des Nations Unies et Droits humains)

Principes PRM : *“Notre volonté est de poursuivre l’expansion mondiale du groupe Michelin en nous appuyant sur trois principes directeurs :*

- *entretenir une culture d’entreprise forte, ouverte et partagée, source de cohésion sociale et de motivation ;*
- *rechercher le développement et l’épanouissement de chacun au sein de l’Entreprise, dans l’exercice de ses responsabilités ;*
- *veiller au respect permanent des réglementations et des cultures des pays dans lesquels nous opérons.*

Nous sommes fondamentalement opposés au travail des enfants et au travail forcé. Nous suivons en cela les principes de l’Organisation Internationale du Travail.

Nous sommes conscients de la responsabilité qui est la nôtre, du fait de notre présence commerciale et industrielle dans de très nombreux pays. Partout où nous sommes implantés, nous sommes déterminés à nous comporter en entreprise responsable, honnête, respectueuse de la personne humaine et des lois.

Nous le pourrons en poursuivant de manière constante nos objectifs de réduction des nuisances inévitablement liées à toute activité industrielle et en attachant une grande attention au respect des règles de santé liées à l’exploitation de nos sites.”
(Charte PRM version 2002, Pratiquer nos valeurs)

En adhérant au Pacte mondial des Nations Unies en 2010, Michelin s’est engagé à respecter pleinement les droits de l’Homme dans toutes ses activités et dans tous les pays où il opère, et à en assurer la promotion.

Par ailleurs, Michelin s’engage à respecter les textes internationaux suivants : la Déclaration universelle des Droits de l’Homme, les conventions fondamentales de l’Organisation Internationale du Travail (OIT), les principes directeurs de l’Organisation de Coopération et de Développement Economique (OCDE) à l’intention des entreprises multinationales, concernant les droits humains, la protection de l’environnement et la lutte contre la corruption.

Michelin s’engage à assurer des conditions et des relations de travail respectant la dignité humaine et à faire en sorte que ces conditions de travail soient sûres et conformes aux normes de l’OIT et aux législations nationales.

Michelin veille, en cas d’implantation industrielle, à identifier, prévenir et réparer les impacts environnementaux, sociaux et relatifs aux droits humains que celle-ci pourrait avoir sur les communautés locales et leur environnement, et à participer au développement harmonieux de ces communautés.

Michelin veut s'assurer que ses fournisseurs et ses prestataires de services respectent des principes équivalents à ceux définis dans son Code d'Éthique, notamment en matière de respect des droits de l'homme, et qu'ils promeuvent des principes similaires dans leurs relations avec leurs propres fournisseurs et sous-traitants.

Michelin demande notamment à ses fournisseurs et sous-traitants qu'ils respectent :

- les textes internationaux concernés, et notamment la Déclaration universelle des droits de l'homme, le Pacte mondial des Nations Unies ;
- les dispositions légales et réglementaires du droit du travail en vigueur dans le pays (niveau de rémunération, durée du travail, liberté d'association, etc.) ;
- les conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail (OIT), en particulier les conventions relatives au travail des enfants, au travail forcé ou obligatoire, au respect de la liberté d'association et au droit de négociation collective, à la non-discrimination ;
- la dignité de la personne à travers des conditions de travail acceptables ;
- les règles de sécurité, de santé et d'hygiène afin de limiter les effets de leur activité sur la santé et la sécurité de leur personnel et des communautés voisines de leurs implantations ;
- les règles de sûreté appliquées dans les sites Michelin où ils interviennent.

Cet engagement pris par le Groupe d'agir de manière responsable et éthique auprès des employés, des partenaires et des communautés locales, doit être compris et respecté par tous. La vigilance et l'implication de chacun sont essentielles pour que cette démarche soit pérenne.

Respect des lois et règlements

Principe PRM : *“Veiller au respect permanent des réglementations et des cultures des pays dans lesquels nous opérons... Partout où nous sommes implantés, nous sommes déterminés à nous comporter en entreprise responsable, honnête, respectueuse de la personne humaine et des lois.” (Charte PRM version 2002, Pratiquer nos valeurs)*

Michelin s’engage à respecter pleinement les lois et règlements applicables dans toutes les activités qui sont les nôtres. Il appartient à chaque employé de respecter la lettre et l’esprit des lois et des règlements applicables.

Le Groupe ne saurait escompter de ses employés qu’ils soient experts en droit ; il vous appartient, néanmoins, de vous renseigner sur les lois et les règlements applicables à vos missions, et de bien respecter ceux-ci. Vous devez également pouvoir déterminer quand il est nécessaire de solliciter l’avis du Service Juridique de votre pays, de votre zone ou du Groupe. Le Service Juridique vous aidera à agir conformément aux lois et aux règlements applicables.

La Directive Groupe “Cas de saisine obligatoire DGD”, identifie les situations dans lesquelles la consultation d’un juriste, d’un fiscaliste ou d’un expert de la douane est obligatoire.

Cette Directive peut être consultée à l’adresse :

<http://intranet.michelin.com/web/intragroup/dgd>

Conflit d’intérêts

Principe PRM : *“Nous souhaitons prévenir l’apparition d’éventuels conflits d’intérêts entre les responsabilités des membres du personnel au sein de l’entreprise et en dehors. Pour cela, nous attendons de nos collaborateurs qu’ils évitent les activités personnelles financières, commerciales ou autres, qui pourraient être contraires aux intérêts légitimes du Groupe Michelin ou susceptibles de créer des perceptions ambiguës, du fait de leurs responsabilités au sein de l’entreprise.” (Charte PRM version 2002, Pratiquer nos valeurs)*

Un conflit d’intérêts existe lorsque l’intérêt personnel d’un employé entre en conflit avec les intérêts de Michelin. Nos employés doivent éviter d’avoir des relations personnelles avec des tiers ou des activités personnelles propres à générer un conflit d’intérêts avec Michelin.

Un employé peut se trouver en situation de conflit d'intérêts, par exemple :

- s'il négocie au nom de Michelin un contrat dont il retire un intérêt personnel actuel ou ultérieur ;
- s'il acquiert des biens matériels ou immatériels pour les vendre ou les louer à Michelin ;
- s'il détient un intérêt financier, sous quelque forme que ce soit, dans une société commerciale contrôlée par des concurrents, des fournisseurs ou des clients de Michelin ;
- s'il concurrence directement ou indirectement Michelin ;
- s'il accepte un cadeau d'entreprise ou une faveur disproportionnée ou inappropriée, pour lui-même ou pour un membre de sa famille. Ces cadeaux d'entreprise doivent être retournés à Michelin ;
- s'il exploite à des fins personnelles une opportunité d'affaires ouverte à Michelin ;
- s'il utilise une information confidentielle de Michelin, obtenue dans le cadre de son emploi, pour en tirer un profit ou un avantage pour lui-même ou pour autrui.

Vous devez être tout particulièrement vigilant si vous êtes le proche de quelqu'un qui travaille pour un concurrent, un fournisseur ou un client de Michelin. Même s'il n'est pas illégal en soi d'avoir une telle relation, celle-ci peut le devenir si vous-même ou votre proche agit à l'encontre des intérêts de son propre employeur. Observons qu'il est parfois difficile de déterminer s'il existe un conflit d'intérêts. Dans de telles situations, nous vous invitons à demander conseil à votre supérieur hiérarchique ou à un représentant du Service Juridique de votre pays ou de votre zone.

Cadeaux et invitations

Principe PRM : *“Veiller au respect permanent des réglementations et des cultures des pays dans lesquels nous opérons... Partout où nous sommes implantés, nous sommes déterminés à nous comporter en entreprise responsable, honnête, respectueuse de la personne humaine et des lois...” (Charte PRM version 2002, Pratiquer nos valeurs)*

Les cadeaux et les invitations qui vous sont parfois offerts peuvent affecter votre indépendance de jugement dans vos relations avec vos partenaires commerciaux.

Aussi, le principe général est-il que tout cadeau qui vous est fait, ou qui est fait à un membre de votre famille, doit être retourné à la Société.

En aucun cas, vous ne devez accepter de cadeaux ou d'invitations (y compris les faveurs accordées à des membres de votre famille) qui puissent porter atteinte à votre indépendance de jugement dans la conduite de vos missions, ou qui vous mettraient

en situation délicate si votre acceptation de tels cadeaux ou invitations était dévoilée et connue de votre supérieur hiérarchique. Toutefois, il vous est permis d'accepter des cadeaux d'entreprise d'une valeur raisonnable comme, par exemple, un repas occasionnel, une invitation à un événement social, sportif ou culturel, etc., ou la participation à un événement sponsorisé par la société ou résultant d'une action de mécénat. Vous devrez en informer votre responsable hiérarchique.

En aucun cas, vous ne devez donner de cadeaux ou d'invitations à des fonctionnaires, ou à des partenaires commerciaux qui puissent porter atteinte à la conduite de vos missions en tant qu'ambassadeur de la marque Michelin ou qui vous mettraient en situation délicate si cela était dévoilé ou connu de votre supérieur hiérarchique. Il vous est, toutefois, permis de donner des cadeaux d'entreprise d'une valeur raisonnable, en conformité avec vos lois et usages locaux.

Relations gouvernementales et anti-corruption

Principe PRM : *“Quels que soient les pays où nous intervenons, nous sommes résolument opposés à toute forme de corruption avec quelque instance que ce soit, publique ou privée. Nous sommes opposés à toute rémunération en faveur d'un tiers qui ne correspondrait pas à un service réel, pour un montant justifié et dûment enregistré dans nos comptes...” (Charte PRM version 2002, Pratiquer nos valeurs)*

Michelin s'oppose à tout versement de pot-de-vin ou tout autre paiement illégal, directement ou indirectement par intermédiaire interposé, à des fonctionnaires, des membres de gouvernements ou tout autre agent public, ainsi également qu'à toute entité de droit privé, quelle qu'elle soit.

Par agent et/ou intermédiaire, il faut entendre tout tiers auquel vous pourriez faire appel pour négocier un partenariat, un marché public, ou toute autre relation commerciale.

Il vous est interdit, par exemple, de verser une commission, une ristourne, un rabais, des honoraires de consultation ou une rémunération pour des services rendus, sous forme de remise d'argent ou d'avantages financiers, dès lors que de tels versements viseraient à rémunérer un membre du gouvernement, un fonctionnaire ou un agent public ou privé en vue de susciter une décision favorable de leur part ou d'obtenir un avantage quelconque ou indu pour Michelin. De tels paiements doivent également être considérés comme interdits lorsqu'ils sont effectués par un intermédiaire ou un consultant externe pour le compte de l'Entreprise et à sa demande. Le non-respect de ces règles vous expose à de sévères sanctions de la part de l'Entreprise, nonobstant les poursuites légales que de tels agissements peuvent également engendrer.

Pour garantir le complet respect des lois applicables en la matière, vous devez observer plus précisément les règles suivantes :

- Il vous est absolument interdit de donner ou de recevoir des pots-de-vin comme d'effectuer ou de recevoir des paiements illégaux.
- Toute demande ou toute offre de pot-de-vin ou de paiement illicite doit être expressément rejetée et immédiatement signalée au Service Juridique de votre pays ou de votre zone.
- Aucun cadeau ou avantage ne peut être offert à des fonctionnaires ou à des agents publics ou privés en vue d'influer sur une décision administrative, de tenter d'obtenir ou de conserver des marchés, d'obtenir des partenariats commerciaux, ainsi que d'obtenir un avantage indu.
- Dans certains cas limités, des dons raisonnables, ayant un but légitime et une valeur modérée, peuvent être effectués à des tiers s'ils sont conformes au droit et aux coutumes locales. Vous devrez en informer votre responsable hiérarchie.

Il va de soi que ce qui peut être jugé "raisonnable" dans un cas donné peut être considéré comme "disproportionné" dans un autre contexte.

- Dans l'hypothèse où vous feriez appel à des mandataires, des intermédiaires ou des consultants externes, la rémunération de leurs services doit correspondre à des montants raisonnables et être proportionnés à la tâche assignée. Ces rémunérations doivent être identifiables, correspondre aux standards du marché, être correctement comptabilisées et avoir pour contrepartie des services effectivement rendus, conformément aux pratiques de Michelin en matière de dépenses autorisées, et à ses règles comptables.
- Des clauses anti-corruption doivent être insérées dans les contrats conclus avec des tiers (qu'il s'agisse par exemple, de contrats avec des mandataires, des consultants externes ou autres tiers ayant des contacts avec les organismes administratifs ou gouvernementaux).
- Il vous appartient de vous renseigner auprès du Service Juridique de votre zone sur les rémunérations admissibles au regard des meilleures pratiques anti-corruption, afin de respecter le droit applicable.

Un salarié ne sera pas sanctionné pour les conséquences qui pourraient résulter pour Michelin du refus de verser un pot de vin.

Michelin s'efforce d'entretenir des relations constructives et de qualité avec les gouvernements, les administrations et les populations des pays dans lesquels il opère. Le Groupe entend préserver et développer sa réputation d'honnêteté et d'intégrité. Le respect des lignes directrices ci-dessus énoncées est impératif ; il fait partie intégrante de l'engagement du salarié en faveur des règles éthique de l'Entreprise.

Dons et contributions politiques

Principe PRM : *“Quels que soient les pays où nous intervenons, nous sommes résolument opposés à toute forme de corruption avec quelque instance que ce soit, publique ou privée. Nous sommes opposés à toute rémunération en faveur d'un tiers qui ne correspondrait pas à un service réel, pour un montant justifié et dûment enregistré dans nos comptes.” (Charte PRM version 2002, Pratiquer nos valeurs)*

Michelin n'a pas vocation à soutenir un candidat politique afin d'espérer en obtenir des avantages pour l'entreprise. Le Groupe entretient un principe de neutralité. En revanche, dans certains pays et/ou juridictions où il s'agit d'une pratique légale ou admise, le Groupe peut apporter son soutien à un candidat qui œuvre pour la mobilité durable. Ces dons et contributions politiques feront l'objet d'une déclaration publique, tel que requis par la loi.

Par ailleurs, Michelin considère qu'il peut légitimement exprimer son point de vue, en toute intégrité, en expliquant aux décideurs publics les positions qu'il estime devoir prendre pour garantir le développement du groupe. Ces échanges ont lieu dans le respect des principes d'honnêteté et dans l'intérêt des actionnaires, des clients, des collaborateurs, des partenaires et du pays d'implantation.

Michelin coopère avec les gouvernements, soit directement, soit à travers les organismes représentatifs de l'industrie, dans l'intérêt commun et légitime de toutes les parties prenantes.

Michelin se prononce en toute neutralité sur les demandes de sponsoring ou de mécénat. Michelin peut participer à certains événements s'ils s'avèrent être en lien avec les sujets qui figurent parmi les priorités du Groupe, comme par exemple, l'aide à l'organisation d'un événement spécifique relatifs aux technologies du transport ou à la mobilité durable. Chaque demande est examinée dans son contexte particulier et fait l'objet d'une étude approfondie afin de s'assurer que le sujet est en lien avec les activités du Groupe.

Confidentialité

Principe PRM : *“Nous élevons la confidentialité au rang de devoir, dès que les intérêts de nos clients, de nos actionnaires, de nos partenaires, de nos collaborateurs et, plus généralement, de notre Groupe sont en jeu.” (Charte PRM version 2002, Pratiquer nos valeurs)*

Vous pouvez occasionnellement détenir des informations sur le Groupe qui doivent rester confidentielles dans la mesure où leur divulgation ou leur révélation prématurée serait susceptible de nuire au Groupe.

Ces informations peuvent se rapporter, par exemple, aux produits, aux études, au savoir-faire technique, aux projets industriels, commerciaux, aux données financières, ou encore aux plans futurs d'ordre stratégique, tactique, budgétaire ou autres de Michelin, qui ne sont pas dans le domaine public.

Chaque employé doit s'assurer que de telles informations ne seront pas diffusées directement ou indirectement hors de l'entreprise, ni communiquées à des personnes employées au sein du Groupe, qui ne seraient pas habilitées à les recevoir.

Les lignes directrices du Groupe sur la gestion des documents et des niveaux de classification de confidentialité (D1, D2, D3...) peuvent être consultées à l'adresse :

<http://intranet.michelin.com/fr/web/intragroup/dgs/charte-surete>

Vous pouvez également recevoir des informations sensibles de la part de clients, de fournisseurs ou d'autres partenaires de Michelin. Il vous appartient de préserver la confidentialité de telles informations pour mériter la confiance de ceux-ci et d'insérer dans vos contrats avec ces partenaires des clauses tendant à garantir la protection adéquate des données confidentielles échangées ainsi que la non-divulgateion de ces dernières sans autorisation.

Concurrence loyale

Principe PRM : *“Nous sommes favorables à une compétition commerciale loyale, exercée par tous les acteurs du marché dans le cadre des réglementations du droit de la concurrence.” (Charte PRM version 2002, Pratiquer nos valeurs)*

Michelin souhaite pratiquer une concurrence loyale et honnête avec ses concurrents. Les avantages concurrentiels du Groupe doivent résulter des performances supérieures de ses produits et non de pratiques commerciales déloyales.

Le droit de la concurrence s'impose tout particulièrement aux entreprises multinationales telles que Michelin. Il définit les règles en vertu desquelles nous commercialisons quotidiennement nos produits. Le non-respect de ces règles peut entraîner des conséquences graves pour le Groupe, à savoir :

- des sanctions financières sévères ; par exemple, en Europe, ces sanctions peuvent aller jusqu'à 10 % du chiffre d'affaires global du Groupe ;
- des frais juridiques importants ;
- la nullité des contrats commerciaux qui violent les règles du droit de la concurrence, et le paiement de dommages et intérêts compensatoires pour les parties lésées ;
- des sanctions pénales ; et
- une contre-publicité pour l'entreprise.

Les employés de Michelin sont tenus de respecter et d'appliquer le droit de la concurrence. Bien que les lois relatives à la concurrence soient souvent complexes et régissent une grande variété de sujets, le principe général est que ces lois interdisent les accords avec des concurrents ou des clients qui ont pour objet ou pour effet

de restreindre ou de limiter la concurrence sur le marché. Ces règles sont destinées à protéger les consommateurs contre des prix de vente ou des conditions de vente de produits ou services qui ne résultent pas d'une concurrence loyale.

Dans de nombreux pays, il est illégal :

- ➔ de s'entendre sur les prix avec les concurrents ;
- ➔ de répartir les marchés ou les clients avec des concurrents ; ou
- ➔ de partager des informations avec des concurrents concernant les prix, les marges bénéficiaires, les coûts, les conditions de vente, les conditions de crédit, les clients, les prix, les remises, et autres informations sensibles impactant la concurrence.

Pour vous informer sur ces sujets, le Service Juridique a mis sur son site Intralegal, à l'adresse : <http://intranet.michelin.com/web/intragroup/dgd>, des informations détaillées sur le droit de la concurrence et sur son programme de formation concernant le respect du droit anti-trust. Par ailleurs, le Service Juridique a élaboré une Directive Groupe qui peut être consultée à la même adresse intranet.

Délit d'initié

Principe PRM : *“L'entreprise demande à tout collaborateur qui disposerait, du fait de son activité professionnelle, d'une information confidentielle de nature à influencer le cours en bourse des titres d'une société du Groupe, de s'interdire de communiquer cette information, d'acheter ou de vendre les actions ou autres titres de cette société ou de le faire par personne interposée. Il s'agit aussi bien de la conformité à la loi que d'un souci de respect et d'équité vis-à-vis des autres actionnaires.”*
(Charte PRM version 2002, Pratiquer nos valeurs)

Michelin a adopté une Directive relative à la prévention des délits d'initiés. Cette Directive, à laquelle renvoie ce Code, régit, pour l'essentiel, les achats et ventes d'actions Michelin par ses employés mais aussi les achats et ventes d'actions des sociétés cotées des clients, fournisseurs ou partenaires de Michelin ; cette Directive se trouve sur le site Intralegal DGD à l'adresse :

<http://intranet.michelin.com/web/intragroup/dgd>

La Directive précitée rappelle l'interdiction légale faite aux employés de Michelin d'acheter ou de vendre des actions de Michelin ou des actions de sociétés cotées de nos clients, nos fournisseurs ou nos partenaires (ou d'autres sociétés avec lesquelles nous entretenons des rapports d'affaires) dans l'hypothèse où les employés de Michelin pourraient détenir des informations confidentielles sur les activités de Michelin, ses clients, ses fournisseurs ou ses partenaires, susceptibles d'affecter sensiblement leurs cours de bourse.

La connaissance d'informations confidentielles que vous pourriez avoir, par exemple, sur des accords ou des transactions importantes en cours de négociation par Michelin

ou par nos clients, nos fournisseurs ou nos partenaires, avant d'être annoncés publiquement, est de nature à vous interdire d'acheter ou de vendre des actions de Michelin ou de ses clients, fournisseurs ou partenaires.

En d'autres termes, les lois visent à empêcher quiconque de tirer profit d'un achat ou d'une vente d'actions d'une société cotée, sur la base d'informations confidentielles de nature à influencer de manière significative le cours de bourse de ces actions.

Protection des actifs du Groupe

Principe PRM : *“Nous protégeons efficacement le patrimoine de nos actionnaires.”*
(Charte PRM version 2002, Pratiquer nos valeurs)

Chaque employé est responsable, dans le cadre de ses fonctions, de la bonne utilisation et de la protection des actifs matériels ou immatériels ainsi que des ressources du Groupe. Il s'agit, notamment, des installations industrielles, des équipements, des ressources financières du Groupe ainsi que de la propriété intellectuelle, des secrets commerciaux, des brevets et des marques.

Ces actifs et ces ressources doivent être utilisés conformément aux besoins de l'entreprise ou dans le cadre fixé par les différentes entités du Groupe. Ils ne peuvent être utilisés pour d'autres besoins que ceux de l'entreprise hormis les cas où leur utilisation a été formellement autorisée en vertu des procédures Groupe. Enfin, chaque employé doit préserver les actifs du Groupe de toute détérioration, altération, fraude, perte ou vol.

Fraude

Principe PRM : *“Veiller au respect permanent des réglementations et des cultures des pays dans lesquels nous opérons... Partout où nous sommes implantés, nous sommes déterminés à nous comporter en entreprise responsable, honnête, respectueuse de la personne humaine et des lois.”* (Charte PRM version 2002, Pratiquer nos valeurs)

Les fraudes internes mettent en risque à la fois les activités de Michelin mais aussi son image à l'extérieur. La fraude, la malhonnêteté, comme tout comportement pénalement répréhensible, sont strictement interdits chez Michelin ; ils peuvent engager la responsabilité civile ou pénale de l'employé.

Michelin a adopté une Directive Groupe sur la maîtrise du risque de fraude tendant à ce que toutes les sociétés du Groupe, ainsi que leur personnel, partagent la même vision des exigences du Groupe en matière de fraude et adoptent un ensemble de mesures efficaces pour combattre cette dernière. La Directive “Maîtrise du risque de fraude” peut être consultée à l'adresse :

<http://intranet.michelin.com/web/intragroup/dgd>

Relations avec les fournisseurs

Principe PRM : *“Nous établissons des relations intègres avec nos partenaires industriels ou commerciaux, notamment nos fournisseurs, en nous appuyant sur des termes contractuels justes et en visant le meilleur équilibre possible entre la progression de nos résultats et l’établissement de liens de partenariat pérennes.”*
(Charte PRM version 2002, Pratiquer nos valeurs)

Michelin veut entretenir des relations intègres avec l’ensemble de ses fournisseurs. Le Service des Achats a adopté un guide définissant les règles éthiques applicables aux relations avec nos fournisseurs. Ces règles doivent être respectées par tous les employés concernés et peuvent être consultées à l’adresse : <http://www.michelin.com/purchasing/front/affich>

Ventes et commerce international

Principe PRM : *“Nous considérons comme notre responsabilité de participer au développement économique des régions où nous sommes implantés...”*
(Charte PRM version 2002, Pratiquer nos valeurs)

Les entraves au commerce international et les boycotts peuvent limiter notre capacité à vendre nos produits et nos services dans certains pays. Michelin entend respecter toutes les interdictions ou restrictions applicables au commerce international.

La vente de produits, de matériels, de logiciels ou de technologies peut être soumise, dans certains pays, à une réglementation particulière aux exportations ou importations.

Il peut être notamment nécessaire dans certains pays d’obtenir une licence d’exportation avant expédition de produits, de matériels, de logiciels ou de technologies ayant des applications militaires.

Par ailleurs, des mesures d’embargo peuvent interdire de vendre une technologie ou des produits à une entité d’un pays vers lequel il est interdit d’exporter ceux-ci, même si cette entité est domiciliée hors dudit pays.

Il vous incombe de vous renseigner sur les pays vers lesquels les opérations de commerce international sont soumises à contrôle ou à embargo, et de solliciter, le cas échéant, toute autorisation ou licence nécessaire. Vous pouvez consulter, en tant que de besoin, le Service Juridique de votre pays ou de votre zone.

La sincérité des rapports financiers

Principe PRM : *“L’entreprise est favorable à une communication ouverte, régulière, précise et honnête avec ses actionnaires et avec les représentants de la communauté financière... Respecter les faits, c’est garder une exigence d’objectivité et d’honnêteté intellectuelle, au-delà des opinions et des préjugés. C’est oser reconnaître qu’un problème existe et admettre la réalité de son impact, même quand la solution ne semble pas à portée de main.” (Charte PRM version 2002, Pratiquer nos valeurs)*

Il est essentiel que notre reporting financier soit exact, précis et sincère pour assurer la bonne gestion du Groupe : nos états financiers doivent l’être également.

Les enregistrements comptables, les comptes et les états financiers des différentes entités du Groupe doivent traduire exactement les opérations effectuées par ces entités conformément à la Documentation de base de SGF accessible à l’adresse : <http://intranet.michelin.com/fr/web/intragroup/dgf>. Ils doivent être conformes aux exigences légales applicables, aux principes comptables généralement acceptés et aux dispositifs de contrôle interne mis en place par le Groupe.

De même, les informations financières et comptables résultant des procédures de reporting du Groupe doivent refléter de manière exacte, précise et sincère la situation financière des entités concernées.

C’est grâce à la qualité de notre reporting financier que nous pouvons gagner la confiance de nos partenaires, de nos actionnaires et de la communauté financière. Cette qualité de reporting est conforme aux valeurs fondamentales de Michelin et justifie la confiance que nos actionnaires nous accordent.

Santé et sécurité

Principe PRM : *“Nous cherchons, en permanence, à identifier les axes de progrès dans les domaines sociaux, sanitaires et de sécurité au travail. Chaque fois que cela apparaît nécessaire, nous organisons la mise en place des infrastructures permettant d’améliorer la sécurité, le bien-être, les conditions de travail et le cadre de vie.” (Charte PRM version 2002, Pratiquer nos valeurs)*

L’une des priorités de Michelin est de protéger la santé et la sécurité de ses employés. Tous les membres du personnel Michelin ont droit à un environnement de travail sûr et sain et sont invités à joindre leurs efforts à ceux déployés à cette fin par l’entreprise. Le Groupe a pour ambition d’améliorer résolument les conditions de travail de ses employés aux plans sanitaire et sécuritaire. Michelin poursuit un objectif semblable avec ses sous-traitants.

Chaque employé de Michelin doit effectuer son travail en respectant les règles d’hygiène et de sécurité applicables sur son lieu de travail, et doit participer aux programmes de formation qui sont organisés en la matière.

Discrimination et harcèlement

Principe PRM : *“Développer la diversité et la richesse humaine de l’entreprise.”*
(Charte PRM version 2002, Préambule)

La diversité des employés et des cultures représentées au sein du Groupe constitue un formidable atout. Dans le cadre de ses orientations fondamentales, le Groupe veut résolument pouvoir offrir à ses salariés une égalité de chances en termes de reconnaissance, de progression individuelle et de parcours de carrière, quelles que soient leur origine ou leurs croyances. Michelin ne veut tolérer aucune discrimination, ni harcèlement quel qu’il soit fondé, notamment, sur la race, le sexe, l’âge, la religion, ou les opinions politiques ou syndicales.

Protection de la vie privée des employés

Principe PRM : *“Veiller au respect permanent des réglementations et des cultures des pays dans lesquels nous opérons... Partout où nous sommes implantés, nous sommes déterminés à nous comporter en entreprise responsable, honnête, respectueuse de la personne humaine et des lois.”* (Charte PRM version 2002, Pratiquer nos valeurs)

Le Groupe entend respecter les lois qui régissent la protection de la vie privée de ses employés.

Michelin permet ainsi à ses employés d’avoir accès aux données personnelles les concernant, conformément aux lois et règlements applicables, afin qu’ils puissent s’assurer que ces informations sont exactes et précises. Le Groupe ne communique pas de données personnelles à des tiers, sauf s’il s’avère obligatoire de le faire et si les lois et règlements en vigueur l’autorisent.

La Directive Groupe relative à la protection des données personnelles des employés peut être consultée à l’adresse :

<http://intranet.michelin.com/web/intragroup/dgd>

CONCLUSION

Le présent Code d'Éthique ne prétend pas régler toutes les questions éthiques que vous êtes susceptibles de rencontrer chez Michelin.

Il ne saurait non plus se substituer aux diverses Directives ou Politiques Groupe qui peuvent traiter, de manière plus précise ou plus complète, certains des thèmes abordés dans ce Code d'Éthique.

En bref, il doit vous servir de guide pour faire face à des situations variées propres à soulever un questionnement éthique. Vous exercerez vos missions, sans risque de vous tromper au plan éthique, chaque fois que vous pratiquerez les Valeurs Fondamentales de Michelin, que vous respecterez la Charte Performance et Responsabilité Michelin et son Code d'Éthique.

Michelin - Direction Groupe Communication et Marques

Michelin

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

www.michelin.com

Conception et réalisation : **W & CIE** ☺

Référence du document : Code d'Éthique de Michelin

Auteur du document : DGD

Niveau de confidentialité : D3

Date de mise à jour : janvier 2014

Conservation : WA+10

Référence : DIR_005_DGD

" Toute copie imprimée de ce document n'est pas gérée "

FR

