



Michelin
Localisation : Clermont-Ferrand, France
Industries : Pneumatiques

RISQUE ÉLEVÉ

Évaluation globale :

Michelin est le leader mondial de fabrication de pneumatiques.

Michelin applique une politique de recrutement et de promotion biaisée, fondée sur des critères tels que la nationalité, l'ethnie ou l'orientation sexuelle, en s'appuyant sur des quotas. De plus, l'entreprise favorise le recrutement de réfugiés et finance des organisations qui encouragent les entreprises à adopter des pratiques similaires.

Pour ces raisons, nous estimons élevé le risque de Michelin.

Gouvernance interne et image de l'entreprise

Politiques portant atteinte à la liberté de conscience et/ou à la liberté d'expression ou éléments de propagande interne

Michelin demande à ses employés de suivre des formations sur les « Biais et Stéréotypes » (1). En Amérique du Nord, l'entreprise dispose de groupes d'influence et de représentation pour les communautés ethniques et sexuelles (2).



Politiques d'embauche en faveur des minorités ou abondement discriminatoire d'une catégorie d'employés sur critères idéologiques

L'entreprise vise à atteindre un minimum de 80 % de pluri-nationalité au sein de son management d'ici 2030 (1).

Michelin a également défini des objectifs de développement incluant des critères tels que l'orientation sexuelle, l'ethnicité et la religion (2).

Un dispositif de recrutement spécifique a été mis en place pour favoriser l'emploi des réfugiés (3).

Aux États-Unis, Michelin ambitionne d'atteindre un taux de 50 % d'employés « racialement ou ethniquement divers » et 30 % de diversité au sein de ses équipes managériales (4).



Boycott de clients, partenaires ou autre groupe de personnes en raison de leurs opinions

Michelin n'a pas publiquement boycotté de clients, partenaires ou tout autre groupe de personnes en raison de leurs opinions.



Politique extérieure

Subordination aux politiques d'écologie punitive sous l'influence d'associations ou d'organisations idéologiques

Michelin a lancé un programme intitulé « Twice the Wild », une campagne de mobilisation massive visant à engager les citoyens dans la préservation des espaces naturels. Ce programme comprend également un don à l'association activiste Nova Scotia Nature Trust, qui achète des terres en Nouvelle-Écosse pour les protéger de l'exploitation par les entreprises



locales (1).

Politique de dons discriminatoires à l'égard des organisations caritatives en raison de leurs opinions ou de leurs croyances religieuses

La Fondation d'Entreprise Michelin et l'association CeCler ont présenté la plateforme PIETRA, un dispositif d'insertion visant à mettre en adéquation les besoins de recrutement des entreprises de la région lyonnaise avec les recherches d'emploi des réfugiés et primo-arrivants (1).



Utilisation de la renommée de l'entreprise pour soutenir des causes idéologiques et/ou des organisations hostiles à la liberté d'expression

Michelin n'utilise pas sa renommée pour de la propagande wokiste.



