



ArcelorMittal

Politique de vente et marketing

Brève description

Pour être le fournisseur de choix, ArcelorMittal travaille soigneusement pour offrir de meilleurs produits et services et mieux comprendre ses clients.

Scope

Concerne tous les employés des filiales d'ArcelorMittal.



Politique de vente et marketing

Short description:

Pour être le fournisseur de choix, ArcelorMittal travaille soigneusement pour offrir de meilleurs produits et services et mieux comprendre ses clients.

Scope:

Concerne tous les employés des filiales d'ArcelorMittal.

Améliorer les performances pour être le fournisseur de choix

1. Objectif

En tant que leader mondial de la sidérurgie et de l'exploitation minière, la stratégie d'ArcelorMittal consiste à améliorer ses performances pour être le fournisseur de choix. Pour atteindre cet objectif, ArcelorMittal travaille soigneusement pour offrir de meilleurs produits et services et mieux comprendre ses clients.

Les activités de vente et de marketing sont coordonnées pour assurer une approche harmonisée du marché. Comme la majorité des ventes d'acier d'ArcelorMittal sont destinées aux marchés nationaux, les ventes sont généralement abordées comme une activité décentralisée en fonction des groupes de produits ou des segments de marché. Pour certains marchés spécifiques, comme l'automobile, il existe une approche globale pour les produits laminés plats offrant des produits similaires fabriqués dans différentes unités de production à travers le monde. Un grand nombre de centres de service et de distribution, ainsi qu'un réseau international d'agences commerciales, garantissent que tous les produits d'ArcelorMittal sont présentés au marché d'une manière rentable et coordonnée.

Le marketing suit de très près l'activité des ventes afin d'identifier de nouvelles opportunités, qu'il s'agisse de nouveaux produits ou applications, de nouvelles exigences en matière de produits ou d'une nouvelle demande géographique. Une partie importante de la fonction marketing chez ArcelorMittal consiste à développer des perspectives à court terme qui fournissent des perspectives futures sur l'état de la demande et de l'offre du marché.

Ces perspectives sont partagées avec l'équipe de vente lors du processus de finalisation de la stratégie de vente pour l'avenir immédiat et avec la direction générale lorsque les conditions du marché exigent des ajustements de la production.

2. Principes

Pour soutenir notre politique de vente et de marketing, nous adhérons aux principes fondamentaux suivants :

1. **Respecter strictement les lois et les politiques** et procédures de conformité qui peuvent avoir un impact sur notre activité commerciale : Tout le personnel impliqué dans les interactions directes et indirectes avec nos clients doit comprendre et respecter systématiquement les points suivants se conformer au Code de conduite des affaires d'ArcelorMittal ainsi qu'à ses procédures en matière d'antitrust, de lutte contre la corruption et de sanctions économiques, afin d'éviter toute conduite qui pourrait être considérée comme illégale. En particulier, les négociations et/ou communications sur nos conditions de vente doivent être effectuées dans le respect total des procédures de conformité d'ArcelorMittal en matière d'antitrust, d'anticorruption et de sanctions économiques et/ou de toute autre réglementation spécifique à un pays ou à un segment.

2. **Une croissance durable et rentable** : Une vision à long terme de la création de valeur doit guider nos décisions et nos actions quotidiennes. Les relations avec les clients doivent être fondées sur la confiance et le respect mutuel. En outre, le service à la clientèle est essentiel et toutes les unités doivent suivre de près les niveaux de satisfaction de leurs clients et leur position par rapport à la concurrence. Cependant, nous devons respecter nos règles de conformité antitrust et par conséquent aucun contact avec des concurrents à des fins de benchmarking ou à d'autres fins qui seraient en violation de la loi sur la concurrence n'est autorisé. En cas de doute, il faut toujours consulter le service juridique et de conformité. Cela doit faire partie de notre approche à tous les stades du cycle.

3. **Processus de fixation des prix** : Nous devons nous assurer que les prix font preuve de flexibilité et de réactivité par rapport au marché et qu'ils garantissent des revenus et une rentabilité durables pour l'entreprise. Cela devrait également permettre de s'assurer qu'ArcelorMittal respecte les lois et les réglementations relatives à la fixation des prix, notamment en ce qui concerne la transparence, la non-discrimination et la distorsion de la concurrence sur le marché, comme indiqué dans le code de conduite des affaires d'ArcelorMittal, la procédure de conformité antitrust et les directives sur les prix de transfert.

4. **Amélioration de la qualité** : Nous sommes responsables de la fourniture de produits conformes aux spécifications convenues avec notre client. En particulier, nous devons nous assurer que les biens et services fournis répondent à toutes les normes convenues et légalement requises pour la santé et la sécurité des consommateurs. En cas de non-conformité, des actions correctives doivent être mises en place.

5. **Acceptation des clients et enregistrement des commandes** : Nous n'acceptons les clients qu'après un examen prenant en compte les contraintes commerciales, financières et d'intégrité. L'enregistrement des commandes doit être soutenu par des documents incontestables provenant du client. Les commandes ne sont acceptées que lorsque ArcelorMittal et le client ont tous deux convenu des termes et conditions de la vente. Les engagements commerciaux doivent rester dans les limites de crédit assurées ou dans les limites définies après un processus interne d'évaluation des risques.

6.Excellence opérationnelle : Nous cherchons à atteindre l'excellence opérationnelle. Grâce aux informations sur le marché et à l'échange continu de commentaires des clients, nous identifions nos points forts et les convertissons en valeur pour nos clients. De même, nous tirons les leçons des faiblesses de la concurrence et adaptons notre stratégie commerciale à ces dernières si nécessaire.

7.Respect des délais de livraison : Notre objectif est de livrer nos produits au client dans les délais convenus et de respecter les spécifications convenues. La performance du service doit être activement surveillée et les déviations doivent être analysées afin d'identifier toute action corrective. En ce qui concerne le traitement des réclamations, notre objectif est également de réduire le délai de traitement à un niveau acceptable pour le client.

8.Traitement équitable des clients : ArcelorMittal doit préserver la qualité de ses relations avec ses clients en entretenant des relations commerciales fondées sur l'intégrité, l'équité et le respect mutuel. Nous devons veiller à ne faire aucune déclaration à un client qui pourrait être mal interprétée. **Seules des informations claires, concrètes, pertinentes et honnêtes doivent être données aux clients.** Il ne faut pas faire aux clients des promesses qui seront probablement impossibles à tenir, concernant la qualité et les caractéristiques des produits, les délais de livraison et les prix.

La politique de vente et de marketing doit être lue conjointement avec le Code de conduite des affaires d'ArcelorMittal, les procédures de conformité en matière d'antitrust, de sanctions économiques et de lutte contre la corruption ainsi que les directives en matière de prix de transfert, dont les principes sont pleinement soutenus dans le présent document, y compris toutes les lois applicables.