

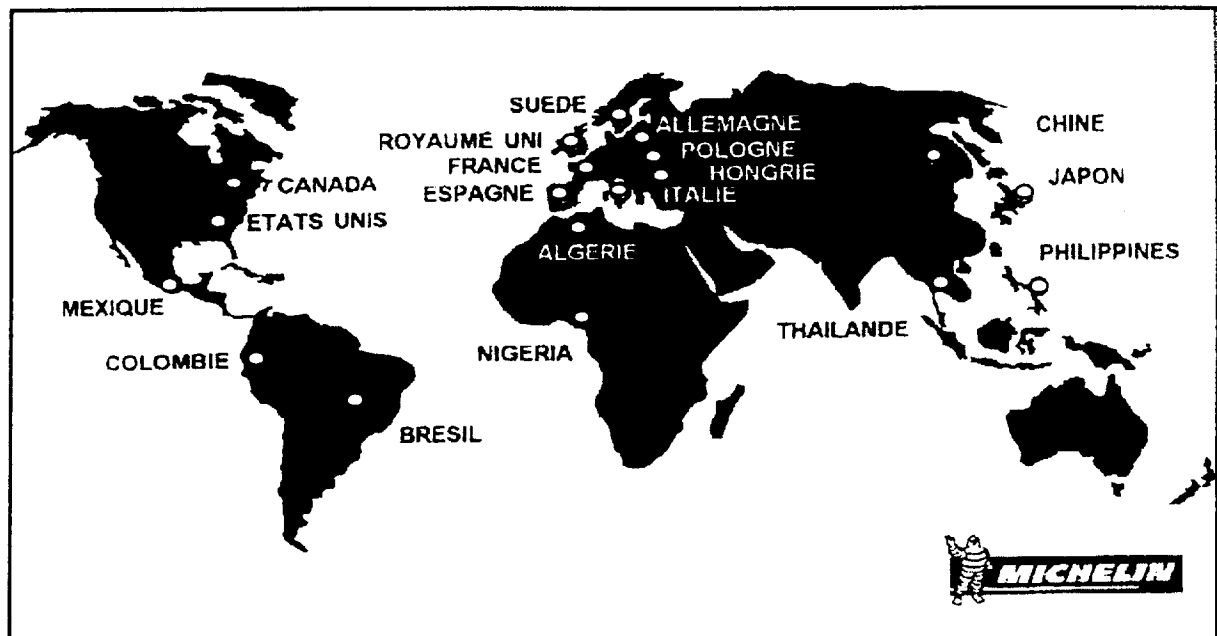
Michelin : une entreprise transnationale

Document 1 : Le développement de Michelin de sa création jusqu'aux années 50.

	Facteurs de localisation	Localisation des usines	Dimension géographique
Fin XIX ^e siècle	Initiative des frères Michelin, inventeurs du pneumatique.	Dans leur ville : Clermont-Ferrand	Echelle régionale (Auvergne)
1 ^{ère} moitié du XX ^e siècle	<ul style="list-style-type: none"> - Proximité des grands centres de production automobile. - Espace disponible. - Foyer de main d'œuvre. 	<ul style="list-style-type: none"> - Clermont-Ferrand (développement du site) - Italie (1906) - Etats-Unis (1908) - Angleterre (1927) - Allemagne (1931) - Argentine (1933) - Espagne (1934) - Tchécoslovaquie (1934) - Belgique (1937) 	Echelle nationale et début d'internationalisation.

Source Michelin

Document 2 : Michelin dans le monde



Les sites Michelin dans le monde :

Europe : 24 sites en France, 7 en Allemagne, 4 en Espagne, 4 en Italie, 4 au Royaume-Uni, 2 en Hongrie, 1 en Suède, 1 en Pologne.

Amérique du Nord : 16 sites aux Etats-Unis, 4 au Canada, 2 au Mexique.

Amérique du Sud : 2 sites au Brésil, 2 en Colombie.

Asie : 4 sites en Thaïlande, 1 en Chine, 1 au Japon, 1 aux Philippines.

Afrique : 1 site en Algérie, 1 au Nigeria.

Source Michelin

Code examen :	B. E. P. - HISTOIRE - GEOGRAPHIE -		Session 2000
Durée du BEP : 1 heure	Coef BEP : 2	Secteur Industriel	Sujet 1 / 3

Document 3 : Le dernier plan de restructuration de Michelin

Depuis plusieurs années, les trois grands acteurs du secteur, Goodyear, Michelin et Bridgestone, se partagent à eux seuls 60 % du marché du pneumatique et se livrent à une lutte acharnée. La croissance de ce marché reste très faible [...], la seule façon de progresser est de gagner des parts de marché et d'améliorer ses gains de productivité.

La compétition s'est renforcée en début d'année, lorsque l'américain Goodyear s'est allié au japonais Sumitomo. [...] Cette nouvelle alliance a changé la donne. Désormais la manufacture de Clermont-Ferrand se trouve reléguée à bonne distance de Goodyear [...].

D'où le plan, dont l'objectif est d'améliorer la productivité du groupe de 20 % en trois ans. Pour cela, la manufacture de Clermont-Ferrand compte agir sur deux axes. Dans un secteur où la main d'œuvre représente 30 % du chiffre d'affaires, les efforts de compétitivité se portent inévitablement sur une réduction des effectifs (moins 7 500 postes en Europe sur trois ans). Parallèlement, Michelin veut développer sa stratégie multimarques qui a déjà fait ses preuves en Amérique du Nord afin de gagner des parts de marché[...].

Le Monde, 11 septembre 1999

Code examen :	B. E. P. - HISTOIRE - GEOGRAPHIE -	Session 2000
Durée du BEP : 1 heure	Coef BEP :	Secteur Industriel
		Sujet 2 / 3

Michelin : une entreprise transnationale

QUESTIONS

Document 1

- 1/ Qui est à l'origine de la création de la firme Michelin et où est-elle implantée ?
(2 points)
- 2/ Quels facteurs déterminent le choix des nouvelles implantations dans la première moitié du XX^e siècle ? (1,5 point)
- 3/ Montrez, par des exemples précis, que la firme Michelin a adopté une stratégie d'internationalisation précoce. (2 points)

Documents 1 et 2

- 4/ En comparant les documents 1 et 2, montrez que l'expansion du groupe Michelin illustre sa volonté de mondialisation. (2 points)

Document 3

- 5/ A l'heure actuelle, quels sont les principaux fabricants mondiaux de pneumatiques ?
(1,5 point)
- 6/ Par quel moyen l'un d'entre eux est-il parvenu à s'assurer le premier rang mondial ?
(2 points)
- 7/ Quels sont les deux aspects de la stratégie mise en place par Michelin pour faire face à cette compétition renforcée ? (3 points)

Documents 1, 2 et 3

- 8/ En utilisant l'ensemble des documents, vous retracez les différentes étapes de l'internationalisation de l'entreprise Michelin. (6 points)

Code examen :	B. E. P. - HISTOIRE - GEOGRAPHIE -	Session 2000
Durée du BEP : 1 heure	Coef BEP :	Secteur Industriel
		Sujet 3 / 3