

Document 3

En 1993, l'Oréal approche le très vaste marché chinois. Depuis Hong Kong, une équipe chinoise est chargée de tester le marché en organisant des opérations de promotion dans trois grandes villes : Gangzhou, Shanghai et Pékin.

En 1996, la filiale Suzhou l'Oréal Beauty est créée en partenariat avec le Suzhou Medical College, l'une des plus anciennes universités médicales chinoises. L'usine de Suzhou, dédiée à la production de produits grand public, a commencé à produire en avril 1999.

Depuis février 1997, Suzhou l'Oréal Beauty est installée à Shanghai. La filiale a lancé de nombreux produits : soins pour la peau, produits capillaires, maquillage, parfums... En Chine, les produits du groupe sont désormais disponibles dans plusieurs centaines de points de vente. C'est aussi en Chine que le groupe a trouvé un nouveau porte-parole : personification de la beauté et de l'élégance chinoise, l'actrice Gong Li est désormais la représentante des produits signés l'Oréal Paris.

Site internet du groupe l'Oréal, octobre 2001.

Questions

Document 1

1/ Où et quand l'entreprise L'Oréal fut-elle fondée ? (2 points)

Document 2

2/ Dans quel ensemble de pays débute l'internationalisation du groupe L'Oréal ? (2 points)

3/ Pourquoi l'activité de L'Oréal s'est-elle d'abord développée dans ces pays ? (2 points)

4/ Comment L'Oréal procède-t-elle pour conquérir les marchés à travers le monde ? (3 points)

Document 3

5/ Dans le but de conquérir le marché chinois, comment le groupe L'Oréal s'adapte-t-il à la culture locale ? (4 points)

Documents 1, 2 et 3

6/ A l'aide de l'étude des documents et à partir d'exemples que vous connaissez, montrez comment une entreprise nationale peut devenir une entreprise mondiale. (7 points)