

MEDIA DAY 2024



LE FACTEUR HUMAIN, CLÉ DE VOÛTE DE LA TRANSFORMATION DU GROUPE

***« La dimension humaine est la condition indispensable
du succès de la transformation »***

Lorraine FREGA,

en charge de la stratégie et du développement durable
Directrice Business Distribution, Services et Solutions
Membre du Comité Exécutif du Groupe

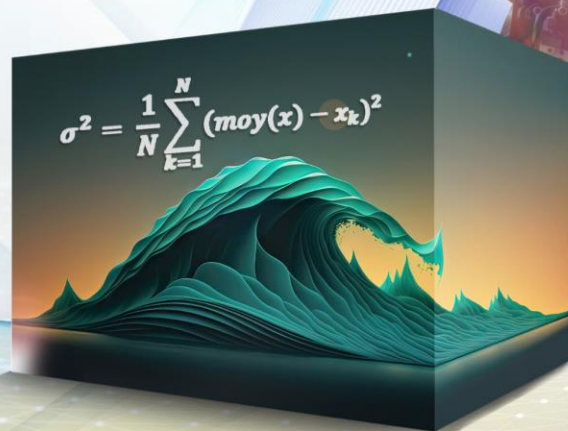
LE MONDE INDUSTRIEL EST À UN VÉRITABLE TOURNANT

DES BOULEVERSEMENTS ÉCONOMIQUES ET GÉOPOLITIQUES

- Inflation, crise énergétique, tensions d'approvisionnements...
- Tensions géopolitiques, guerres, conflits sociaux...
- Apparition de nouveaux acteurs.

L'URGENCE CLIMATIQUE

- La communauté internationale a pris conscience de l'urgence : les pouvoirs publics et la société se mobilisent.
- La responsabilité des entreprises est engagée.



LE MONDE INDUSTRIEL EST À UN VÉRITABLE TOURNANT

DES MUTATIONS NUMÉRIQUES ET TECHNOLOGIQUES MAJEURES...

- IA et robotisation.
- Le monde de la communication, du commerce et de l'industrie est radicalement transformé.



... ET DE NOUVELLES ATTENTES SOCIÉTALES FORTES

- Profondes transformations dans le rapport au travail (besoin de sens), aux institutions, aux organisations.
- Exigence de transparence, meilleur partage de la valeur, besoin de plus d'inclusion et de diversité, respect de l'équilibre vie personnelle et professionnelle.

FACE À CES BOULEVERSEMENTS INÉDITS, MICHELIN MAINTIEN SON CAP AVEC UNE APPROCHE VALEUR BASÉE SUR L'INNOVATION

**UNE ENTREPRISE QUI A
DE L'IMPACT**



**UNE ENTREPRISE QUI
INNOVE**



**UNE ENTREPRISE QUI
GARDE SON
INDÉPENDANCE**



**UNE ENTREPRISE QUI
ATTIRE ET DÉVELOPPE LES
TALENTS**



CONSTRUIRE UN MANUFACTURIER **LEADER MONDIAL** **DES COMPOSITES ET DES EXPÉRIENCES QUI** **TRANSFORMENT LE QUOTIDIEN**

DÉPLOYER NOTRE SAVOIR-FAIRE

Nous voulons déployer le savoir-faire, les connaissances scientifiques et notre maîtrise des procédés technologiques issus du pneumatique, à d'autres solutions dont l'usage entre dans le quotidien.

DE NOUVEAUX DOMAINES D'APPLICATION

Ces nouveaux domaines d'applications sont positionnés sur des marchés à très forte valeur ajoutée et à forte croissance (industrie, aérospatiale, santé...).

CRÉER DES EXPÉRIENCES EXCEPTIONNELLES...

... qu'il s'agisse de solutions basées sur les data et l'intelligence artificielle pour les flottes professionnelles, ou de la découverte des restaurants et hôtels remarquables que le Guide MICHELIN recommande.



ALLER AU - DELÀ DE LA VALEUR ÉCONOMIQUE : L'INTERDÉPENDANCE DES 3 P

LES PERSONNES

Donner de la valeur en investissant pour l'épanouissement des personnes, la formation tout au long de la vie, l'apprentissage de nouveaux métiers.



LA PLANÈTE

Généralisation de l'économie circulaire, préservation des ressources, et biodiversité.



LES PERFORMANCES ÉCONOMIQUES

Rester leader sur le pneumatique et étendre nos savoir-faire à d'autres domaines de croissance.

LA DIMENSION HUMAINE CHEZ MICHELIN

L'INNOVATION SOCIALE

L'innovation sociale et sociétale a toujours été au cœur de notre modèle. C'est encore le cas aujourd'hui avec, par exemple, le déploiement des organisations responsabilisantes en usine, ou le MICHELIN One Care Program.

LA DIMENSION HUMAINE CHEZ MICHELIN

Elle concerne le développement de nos salariés mais aussi la prise en compte de notre écosystème, c'est-à-dire les territoires et les communautés avec lesquels nous interagissons au quotidien.

LA VISION 360°

Rien n'est possible sans l'engagement et l'adhésion des équipes, et celui des territoires et des communautés.



**NOTRE APPROCHE EST
OPTIMISTE, HUMANISTE ET
RÉALISTE**

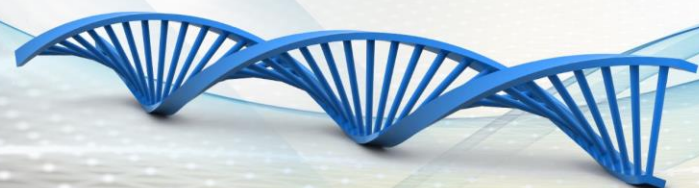
OPTIMISME



RÉALISME



HUMANISME



PAS DE TRANSFORMATION RÉUSSIE SANS LE FACTEUR HUMAIN!

MICHELIN ÉVOLUE ET S'ADAPTE...

Nous avons des ambitions et un cap clairs. Nous sommes portés par une vision optimiste sans nous départir du réalisme et du sens des responsabilités.



... EN PLAÇANT LE FACTEUR HUMAIN AU CŒUR DE SA TRANSFORMATION

Nous plaçons le facteur humain au cœur de notre transformation, à la fois pour les équipes (responsabilisation, Intelligence collective...) mais aussi pour les territoires et les communautés avec lesquels nous interagissons.