

Libération

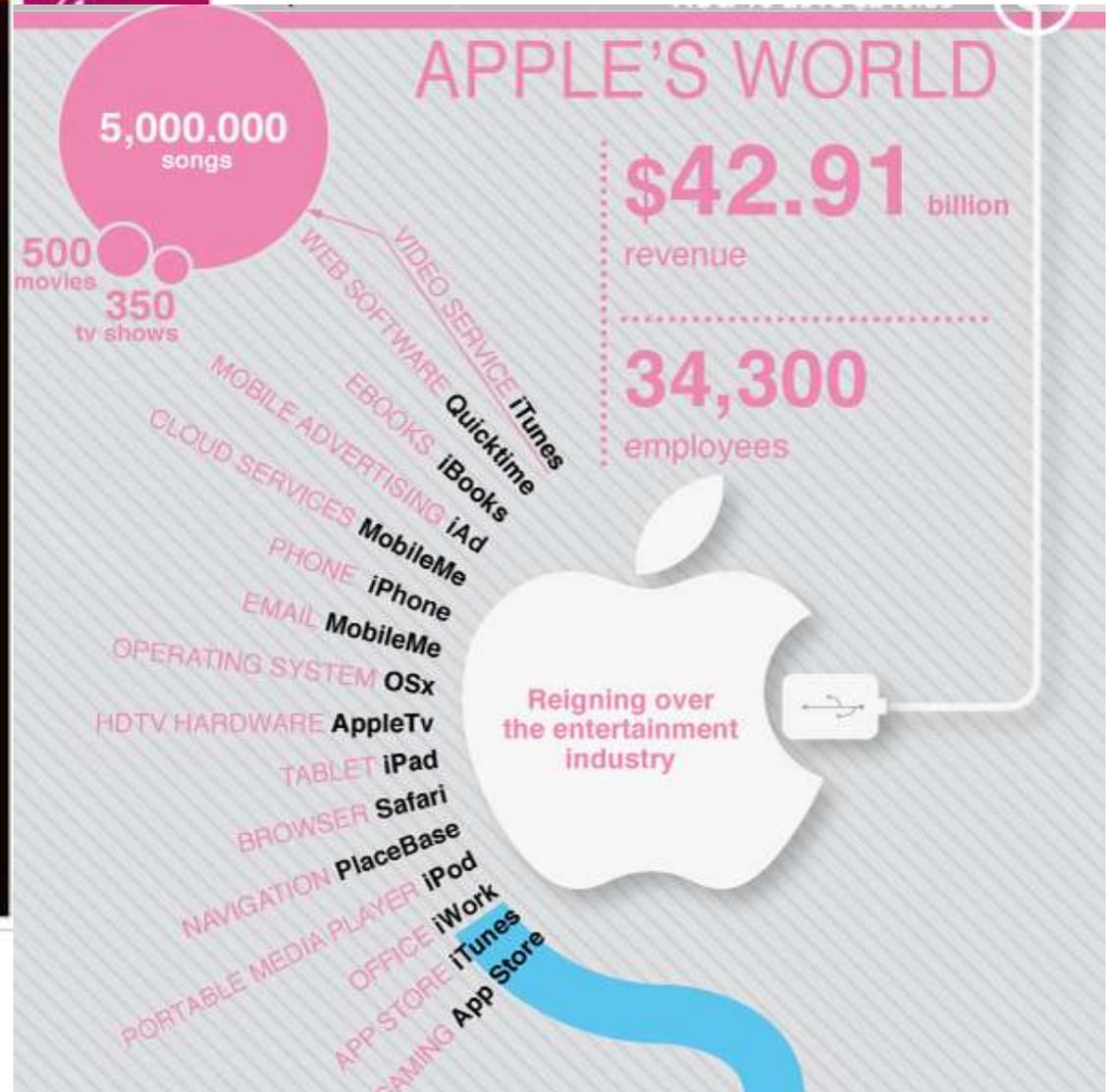


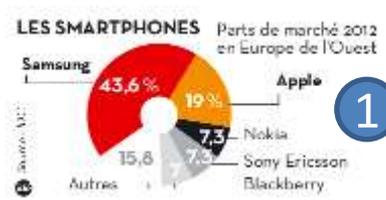
Smartphones

LA GUERRE EST DÉCLARÉE

Dévoilé hier, l'iPhone 5 entend remplacer Apple comme leader du marché. Un nouvel épisode de la lutte sans merci contre Samsung et Google. **PAGES 34**

L'i-phone, Un produit dans la mondialisation





0,3%

La part de la croissance du PIB américain au dernier trimestre 2012 que JP Morgan attribue aux ventes d'iPhone 5.



REPÈRE Apple - Foxconn en chiffres



■ **Apple** 97,7 milliards de dollars Trésorerie du groupe, dont 64 % placés à l'étranger, à l'abri du fisc américain.

■ **Foxconn** 1 million de personnes travaillent pour Foxconn, dont la moitié à Shenzhen, en Chine.

■ **Apple** 46,3 milliards de dollars Chiffre d'affaires trimestriel, soit plus que Google sur un an (38 milliards).

- 1
- **Foxconn** 40 % des produits d'électronique grand public fabriqués dans le monde le sont par Foxconn.
 - **Foxconn** 5,7 milliards de dollars Fortune de Terry Gou, le fondateur de Foxconn, en mars 2011.
 - **Apple** 400 milliards de dollars Valeur en Bourse. Apple et Exxon Mobil se disputent le titre de première capitalisation boursière au monde.
 - **Foxconn** 17 employés de Foxconn se sont suicidés entre 2007 et février 2011.

3

APPLE : L'entreprise

- 1er avril 1976 : Steve Jobs et Steve Wozniak créent Apple à Cupertino (Californie). La société Apple Computer Inc. est constituée le 3 janvier 1977. Trente ans plus tard, le mot « Computer » est retiré pour refléter la diversification des produits de la marque.
- CA (2010) : 64,23 milliards de dollars
- Effectif (2010) : 49 400 employés

Les principaux produits

- 1977 : l'Apple II
- 1984 : le Macintosh
- 1998 : l'iMac
- 2000 : le G4 Cube
- 2001 : l'iPod
- 2004 : l'iMac G5
- 2005 : le Mac Mini, l'iPod Shuffle
- 2007 : l'iPhone
- 2010 : l'iPad

Foxconn

L'entreprise taiwanaise est spécialisée dans la fabrication de produits électroniques et l'un des plus grands fabricant de matériel informatique au monde. Implantée en Chine continentale, et notamment à Shenzhen, elle fournit entre autres Nokia, Dell, Sony Ericsson, Microsoft, Amazon, Hewlett-Packard (HP) ou Apple.

4

Avec l'iPhone 5, Apple ne change pas de tactile

Plus grand, plus rapide, l'appareil manque d'innovations marquantes. S'il fallait retenir comme seul critère le buzz qu'il a généré depuis des mois, l'iPhone 5 était peut-être le produit d'Apple le plus attendu depuis la création de la marque à la pomme. Après les rumeurs et les contre-rumeurs, après les annonces de sortie prématurées, c'est dans son quartier général de Cupertino, en Californie, qu'Apple a lancé hier soir son nouveau smartphone. Suite à une campagne marketing savamment orchestrée, Tim Cook, le nouveau PDG, a entretenu le suspense quelques minutes. Chemise sombre et grand sourire, il a tout d'abord décrété l'avènement d'un nouveau monde « post PC », avant de lancer : « Et nous avons une grosse annonce à faire pour l'iPhone. » La salle alors été plongée dans le noir, avant qu'un faisceau de lumière n'éclaire la star du jour.

Show. « C'est l'objet le plus magnifique que nous ayons réalisé, un vrai bijou », enchaîne aussitôt Phil Schiller, le vice-président du marketing. Et Schiller de commencer à énumérer les caractéristiques du nouvel iPhone, dont la plupart ont déjà largement été révélées par la presse. Avec un écran plus grand (4 pouces, contre 3,5), l'appareil est 18% plus fin et 20% plus léger que l'iPhone 4. (...) Son appareil photo va permettre de faire des panoramiques. « La fonctionnalité peut-être la plus incroyable », assure encore Phil Schiller. Puis vient le moment de livrer le prix de l'engin (entre 199 et 399 dollars avec abonnement) pour une date de livraison fixée au 21 septembre, notamment en France. Un show préparé au millimètre donc pour un smartphone qui représente un défi majeur pour Apple, puisqu'il est le premier produit à ne pas avoir été supervisé entièrement par Steve Jobs, le cofondateur emblématique, décédé en octobre.

Depuis, Tim Cook a rassuré les spécialistes et a su notamment conforter la croissance exponentielle de l'entreprise. En août, la valeur boursière d'Apple a ainsi atteint 624 milliards de dollars, battant le record historique de capitalisation de Microsoft en 1999. Mais certains se demandent si Apple a toujours la même capacité d'innovation et le même charisme. « La grande question est de savoir si l'iPhone 5 comporte suffisamment d'avancées technologiques », assure Sandeep Dahiya, professeur d'économie à Georgetown. Apple a créé des attentes énormes et ne peut pas se permettre de décevoir. Jusqu'à présent, chaque nouveau produit a eu un impact positif et durable sur les actions en Bourse de l'entreprise. On va bien voir ce qui va se passer cette fois-ci. »

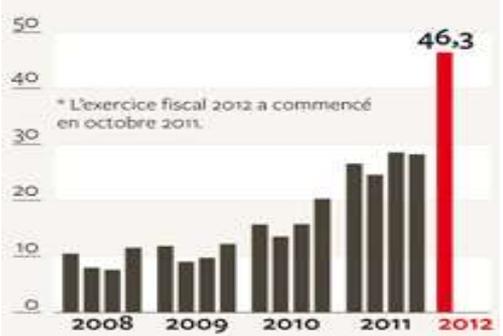
Agacer. L'iPhone 5 se lance de surcroît sur un marché devenu très concurrentiel, avec notamment Samsung en embuscade. Et hier, les réactions des analystes restaient prudentes. Si certains louaient « l'incroyable qualité de l'écran », d'autres relevaient également « qu'il n'y avait pas d'innovation majeure ». Beaucoup de commentateurs soulignaient en outre que la décision de changer le connecteur allait peut-être agacer de futurs acheteurs, contraints d'acheter des adaptateurs.

Malgré tout cela, nombreux sont ceux qui tablent déjà sur un succès « phénoménal » de l'iPhone 5 d'ici Noël, affirmant que 10 millions d'exemplaires de ce téléphone pourraient être vendus dès la première semaine. Dans une note publiée il y a quelques jours, la banque JP Morgan a calculé de son côté que la seule vente massive du nouvel iPhone (à compter de 8 millions d'exemplaires) pourrait permettre de doper le PIB américain d'un quart ou d'un demi-point...

Source: Libération du 12 septembre 2012

5

Chiffre d'affaires trimestriel* d'Apple (en milliards de dollars)



1. L'i-phone, phénomène mondial

CONSIGNE

A partir des documents, montrez quels sont les acteurs qui participent à la fabrication de l'i-phone et sur quelles stratégies se basent leur réussite.

Vidéo:

Apple en 5 spots publicitaires



Sources : Bloomberg, "The New York Times"

6

Le futur siège d'Apple

devrait en 2015 accueillir les 15,000 salariés de la firme, principalement des cadres, ingénieurs et chercheurs en Californie dans la Silicon valley.

2. L'i-phone, conception et production

7

L'iPhone : un produit ultramondialisé

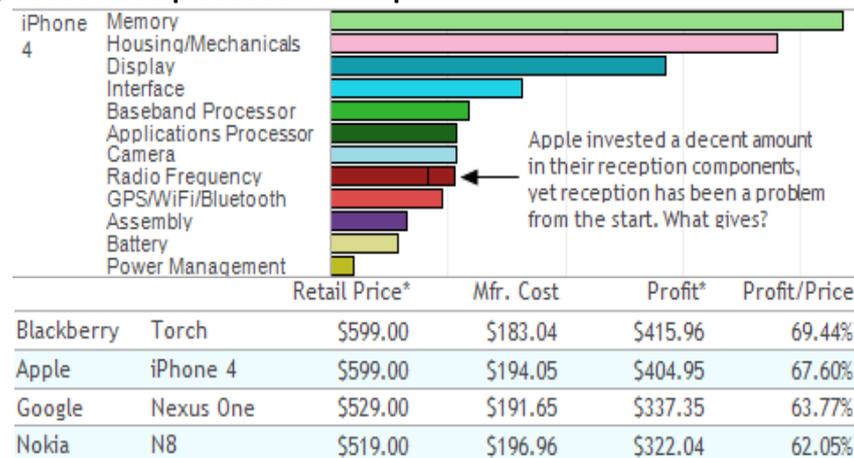
L'iPhone est conçu aux Etats-Unis, fabriqué et assemblé en Chine et ce, à partir de pièces venues du monde entier. En 2011, le smartphone d'Apple symbolise une nouvelle étape dans une mondialisation, de plus en plus développée.

"Designed by Apple in California. Assembled in China". Derrière cette inscription, gravée au dos des smartphones de la marque, se cache un processus de fabrication beaucoup plus complexe. En cette période de mondialisation, "l'iPhone est devenu le symbole de l'explosion de la chaîne de fabrication", constate Jean-Marc Vittori, journaliste aux Echos. Si l'iPhone a été lancé en Californie et assemblé en Chine pour 6,50 dollars, la production des pièces a, quant à elle, été réalisée à travers le monde. La mémoire Flash et l'écran sont produits au Japon pour 60 dollars. Le processeur et ses composants associés viennent de Corée du Sud (22 dollars), tandis que la caméra, le système wifi et les puces GPS ont été élaborés en Allemagne (30 dollars). L'iPhone aura coûté 172 dollars pour la fabrication des biens intermédiaires et 6 dollars pour l'assemblage. Au final, il sera vendu 500 dollars par Apple. Le groupe réalise ainsi une marge de 80%.

<http://www.journeeseconomie.org>

9

Les coûts de production d'un I-phone



CONSIGNE

A partir des documents, expliquez pourquoi on peut qualifier l'i-phone de produit mondialisé. Où est conçu le produit? Où est-il fabriqué, assemblé? Comment peut-on expliquer ces localisations?



Vidéo:

Reportage BFM TV

Le modèle économique Apple

Octobre 2011

8

Où sont assemblés les iPhones ?

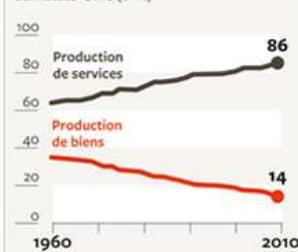
Source The NYT

"Toute la chaîne d'approvisionnement est maintenant en Chine", confie un autre ancien dirigeant d'Apple. "Il vous faut un millier de joints de caoutchouc ? Vous les trouverez dans l'usine d'à côté. Un million de vis ? C'est dans l'usine au coin de la rue. Vous voulez que cette vis soit façonnée un peu différemment ? Ce sera prêt dans trois heures." Huit heures de route séparent l'usine de découpe de verre du complexe industriel où est assemblé l'iPhone [le Parc scientifique et technologique de Longhua, à Shenzhen, dans la province du Guangdong]. Ce complexe, surnommé Foxconn City, a achevé de convaincre les dirigeants d'Apple que la Chine pouvait fournir des ouvriers – et une réactivité – avec lesquels leurs homologues américains ne pouvaient pas rivaliser. Car rien de comparable à Foxconn City n'existe aux Etats-Unis. Ce parc industriel emploie 230000 personnes, dont beaucoup travaillent six jours par semaine et passent jusqu'à douze heures d'affilée à leur poste. Plus d'un quart d'entre elles sont logées dans les dortoirs de l'entreprise et beaucoup gagnent moins de 17 dollars [13 euros] par jour. Lors d'une visite, un représentant d'Apple arrivé à l'heure du changement d'équipe s'est retrouvé bloqué en voiture au milieu d'un flot d'ouvriers à pied. "C'est quelque chose que vous ne pouvez pas imaginer", raconte-t-il. Foxconn emploie 300 gardiens pour encadrer la circulation pédestre et éviter que les ouvriers ne se fassent écraser lors de la ruée vers les portes. Dans la cuisine centrale de l'usine, on fait cuire chaque jour trois tonnes de porc et treize tonnes de riz. Si les ateliers sont impeccables, il flotte en revanche dans les maisons de thé avoisinantes un nuage pestilentiel de fumée de cigarettes.

Désindustrialisation

10

Répartition des emplois par secteurs aux Etats-Unis (en %)



12 La stratégie de commercialisation d'Apple

Les raisons de ce succès ? L'invention d'un écosystème sans pareil. Selon Francisco Jeronimo, analyste pour le cabinet IDC, personne avant Apple n'avait permis une telle expérience utilisateur. Les produits sont design et très faciles à utiliser. "Un enfant de 3 ans y arriverait", note l'analyste, qui pointe l'invention d'iTunes et de l'Appstore, le magasin d'applications de l'iPhone et de l'iPad : "Non seulement ils ont créé des produits innovants, mais en plus ils ont inventé des magasins de musique et d'applications d'où on peut télécharger les programmes le plus simplement du monde. Avant l'Appstore, il y avait des sites qui proposaient des applications pour d'autres téléphones, mais personne n'avait songé à les réunir au même endroit. L'Appstore et l'iTunes sont comme des centres commerciaux numériques !"

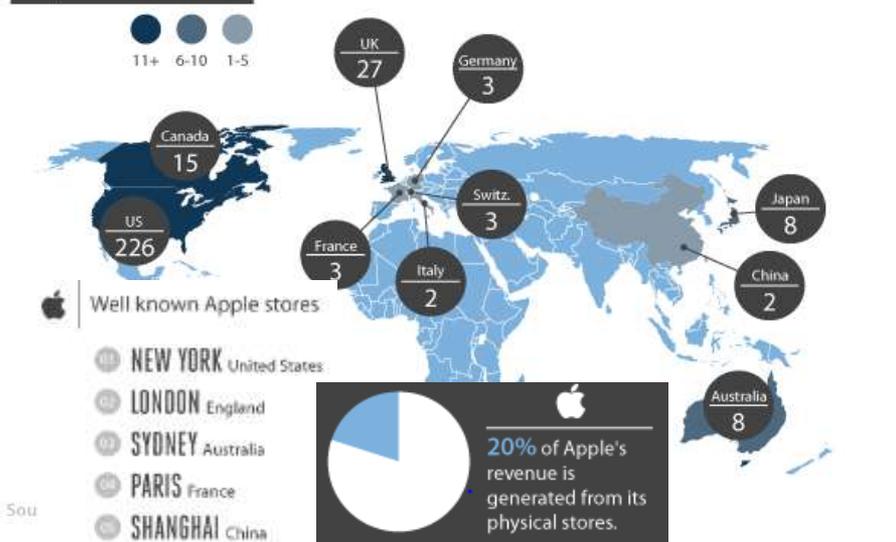
Apple a ainsi créé un marché, et les développeurs d'applications se sont engouffrés dans la brèche. Avec eux, comme avec tous ses autres partenaires, le groupe de Cupertino négocie sec. Sur chaque application téléchargée, 30 % de l'argent empoché va à Apple. Idem pour la musique, et maintenant les livres et les magazines Il n'y a jamais de présentation de produits estampillés de la fameuse pomme lors des grands Salons électroniques non plus, tels que le Consumer Electronic Show, qui se tient tous les mois de janvier à Las Vegas, ou encore le Mobile World Congress de Barcelone. "Ce sont des rois dans leur château, pourquoi iraient-ils se mêler au peuple ?", ironise M. Jeronimo.

Courrier international n° 1110

13 Les ventes de l'iPhone depuis 2007



Worldwide: 296



14

Fil d'attente la veille de la sortie de l'i-phone 4S à New-York devant les Apple Store (Prix: 500\$ environ sans abonnement)



CONSIGNE

A partir des documents, montrez quels sont les marchés privilégiés par Apple, Pourquoi? Comment? Quel lien faites vous avec le développement de ces pays?

Vidéo

Pour nuancer, Reportage Euronews La sortie de l'Iphone 4S provoque des émeutes en Chine (janv 2012)



INDIA IDH: 0,612



USA IDH: 0,902



FRANCE IDH: 0,884



EGYPT IDH: 0,703



TUNISIA IDH: 0,769



JAPAN IDH: 0,901



Système d'exploitation et développement (2011) 11

<http://cyril.lopez.tk/wp-content/uploads/2011/02/carte-os.png>

3. L'i-phone, du coté des consommateurs

La Chine découvre la face sombre d'Apple

Il y a le miracle Apple, universellement célébré. Et il y a la face sombre du miracle, des conditions de travail indignes chez les sous-traitants qui produisent l'iPhone, l'iPad et autres produits qui font le succès – et les profits – de la firme américaine. Le New York Times a effectué cette semaine une plongée en deux parties dans l'univers d'Apple :

- la réussite économique de la société
- un regard implacable dans l'enfer des sous-traitants d'Apple en Chine, et en particulier la société taiwanaise Foxconn, qui possède de nombreuses usines sur le continent (et fabrique d'autres produits de masse comme le Kindle d'Amazon, la PlayStation de Sony, la Wii de Nintendo, ou la Xbox 360), la longue enquête du quotidien américain, signée par Charles DuHigg et David Barboza, fait état de conditions de travail « dures » (« harsh »), de règles de sécurité inexistantes ou bafouées, d'accidents du travail, et, cela avait été rapporté plusieurs fois par le passé, de suicides d'employés poussés à bout.

« Le sang et de la sueur de nos ouvriers »

L'enquête du New York Times a été traduite en chinois, et publiée sur le site du magazine économique Caixing, réputé pour son audace journalistique. Il a suscité un très vif débat, dans un pays où les produits Apple sont tellement demandés qu'il y a récemment eu une émeute lors de la mise en vente d'un nouveau modèle d'iPhone à Pékin...

Les réactions des Chinois sont révélatrices du climat politique de défiance dans la Chine d'aujourd'hui. Quelques extraits : « Je lis ce récit et je suis triste. Apple n'est pas seule à encourir un blâme. C'est aussi le système qui permet ce genre de situations. Le "made in China" ne devrait pas être synonyme du sang et de la sueur de nos jeunes ouvriers. »

« Lorsque des gouvernements locaux cherchent attirer de nouveaux investissements, la première chose qu'ils mettent en avant, c'est le faible niveau du prix de la main d'œuvre. C'est pathétique. »

La main d'œuvre, c'est 2% du prix de revient,

L'enquête du New York Times et les accusations régulièrement lancées par les associations de défense des droits des travailleurs – les syndicats indépendants sont interdits en Chine – sont d'autant plus accablantes que d'autres informations indiquent le faible poids de la main d'œuvre chinoise dans le produit fini vendu au prix fort par Apple. L'hebdomadaire britannique The Economist indique en effet que le coût de la main d'œuvre chinoise n'entre que pour 2% dans le prix de revient d'un iPhone ou d'un iPad, la tablette d'Apple qui se vend par millions d'exemplaires dans le monde.

Tim Cook, le nouveau PDG, écrit aux salariés

Apple tente de contrer cette vague montante d'informations négatives en soulignant qu'elle a rédigé un code de conduite pour les fournisseurs de la société, qui leur demande de proposer des conditions de santé et de sécurité correctes dans leurs usines, et de traiter leurs salariés « avec dignité et respect ». (...) Ces dénégations seraient plus crédibles si Apple se donnait les moyens de faire respecter ses règles, et en particulier auprès de son réseau de sous-traitants chinois. Dans le New York Times, Li Mingqi, un ancien cadre de Foxconn qui poursuit son ancien employeur pour licenciement abusif, déplore : « Apple ne s'est jamais préoccupé d'autre chose que de l'accroissement de la qualité des produits, et de la baisse des coûts de production. »

En attendant, il est peu probable que ces informations détournent les fans d'Apple de leurs produits préférés. Tout au plus auront-ils – et moi avec –, un peu de mauvaise conscience lors de leur prochain achat.

Source: Rue 89, janvier 2012

Foxconn, 1^{er} sous-traitant d'Apple, 230,000 salariés, 12 à 16 heures par jour, 6 jours / 7, pour 15 à 18 euros par jours.

<http://www.1234economy.com>



(*) Prix d'équilibre, avec un taux de croissance annuel du PIB mondial de 5%.

SOURCE-OCDE

19 L'évolution des salaires dans les pays de l'OCDE et en Chine

Le début de la production du prochain iPhone (iPhone 5) et de l'iPad Mini d'Apple serait à l'origine de files d'attente géantes devant l'usine Foxconn de Chengdu. Elles sont constituées d'ouvriers chinois en quête d'un emploi saisonnier. (salaire = 15 euros par jours)

<http://www.1234economy.com>



En 2011, Foxconn a été nommé pour le trophée de la pire entreprise de l'année par les organisations de contre-manifestation au forum économique de Davos.

<http://www.1234economy.com>



4. L'i-phone, du coté des ouvriers



Vidéo: Reportage ABC sur l'usine Foxconn (anglais, sous-titre en français)

CONSIGNE

A partir des documents, résumez les conditions de travail des ouvriers réalisant l'i-phone. Pourquoi ces conditions sont-elles à la fois un « atout » et un inconvénient pour Apple? Comment évolue la situation?

21 Quand l'obsolescence devient commercialement obscène

Consommateurs, défenseurs de la nature, politiques : les critiques se multiplient pour dénoncer des industriels organisant la ringardisation de leurs produits.

Bon pour la casse l'iPhone 4S, à peine soufflée sa première bougie ? C'est ce que suggère la valse des modèles. Pas moins de cinq smartphones en cinq ans, depuis que le premier de la lignée est venu révolutionner le mobile. Avec à chaque naissance, gros buzz et déluge marketing.

Est-ce grave, docteur ? Oui, pour la planète, expliquent les tenants du développement durable. Circonstance aggravante, le tout dernier iPhone exhibe un nouveau port : une prise (dite lightning) qui interdit de le brancher sur toute la panoplie d'accessoires que s'arrachent ses fans. Hier, Apple a voulu rassurer ses fidèles.

Gadget. Ce problème du chargeur illustre la difficulté du sujet. Chaque marque, ou presque, décline les siens, voire les multiplie à mesure que grossit sa gamme. Et l'Union européenne, malgré toute sa bonne volonté, s'y est pour l'instant cassé les dents. Huit fabricants (dont Samsung, LG, Motorola, Nokia, Sony-Ericsson... et Apple), toutes les grosses pointures, se sont engagés à mettre sur le marché un serveur universel. «*Mais cet engagement volontaire n'est assorti d'aucune sanction, et sa mise en œuvre a été repoussée à la fin 2014*», remarque Marie-France Corre, consultante et spécialiste du développement durable appliqué à la consommation.

Dans le cas de l'iPhone 5, l'évolution du chargeur est ainsi censée apporter un peu plus de tonus à la batterie. Mais pour l'ONG les Amis de la terre, cet iPhone est «*un nouvel exemple d'obsolescence programmée*». En revanche, les conséquences néfastes pour l'environnement sont bien concrètes. Sylvain Angerand, chargée de la campagne contre l'obsolescence programmée aux Amis de la Terre, pointe l'exploitation accrue des «*terres rares*», via des procédés nocifs pour l'environnement, et catastrophique pour la Chine. Tout cela pour extraire ces métaux (scandium 21Sc, yttrium 39Y, lanthanides) dont les portables sophistiqués sont particulièrement friands. Des mobiles dont on se débarrasse un peu n'importe comment... Acheté neuf dans 78% des cas, le téléphone est jeté ou remis au fond du placard, même s'il fonctionne, dans 43% des cas. Rien n'est fait vraiment pour qu'on fasse durer le produit. Exemple : la batterie. On a fait le test pour son iPhone 4. «*Allô, SFR, ma batterie ne tient même plus la journée...*» «*Passez à la boutique Apple. Ils vous la changeront*», répond l'opératrice. Coût de l'opération ? «*80 euros*.» On plaide un échange gratuit. Sans succès. Le mobile a fêté depuis seulement douze jours son premier anniversaire. Donc la fin de sa garantie.

Dix ans. Dans une interview à 60 Millions de consommateurs, Benoît Hamon, le ministre délégué à la Consommation, annonce «*essayer de lutter contre cette obsolescence programmée dans le domaine du numérique*». Il va saisir le Conseil national de la consommation. Une autre mesure, plus radicale, est en train de faire son chemin : porter de deux à dix ans la garantie sur les produits. Une idée poussée entre autres par Terra Nova, think tank proche du PS.

Libération du 12 septembre 2012



24 L'empreinte écologique d'un i-phone

Source: Geekaphone

22 Emissions de CO₂e par heure d'utilisation du produit*



5. L'i-phone, un produit peu durable?

CONSIGNE
A partir des documents, expliquez pourquoi l'i-phone est un produit peu durable. Vous nuancerez ensuite cette idée



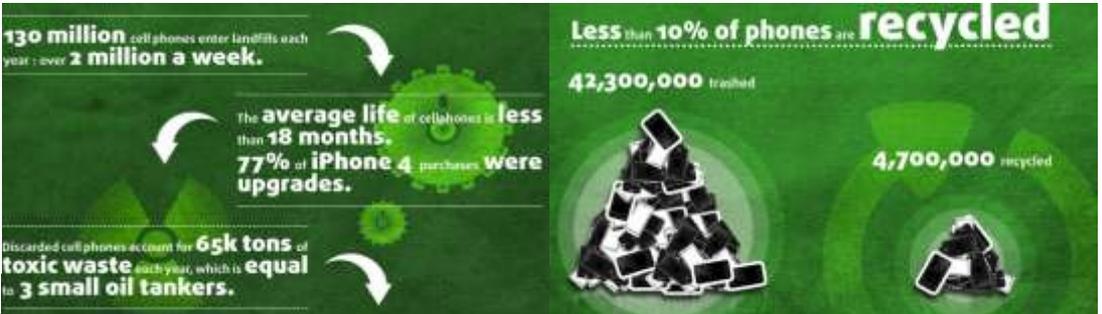
Vidéo:
Reportage M6 capital
Le recyclage des portables

23 Programme de recyclage Apple



Programme de réutilisation et de recyclage
Envoyez-nous votre ancien iPhone, iPad ou ordinateur (Mac ou PC). S'il a une valeur monétaire, nous créditerons votre compte bancaire. Sinon, nous le recyclerons pour vous de façon responsable.
Source: apple

25 La courte vie des portables



BILAN

Etape 1: Complétez le tableau suivant en répondant aux questions et en vous interrogeant sur la façon de représenter ces réponses sur une carte.

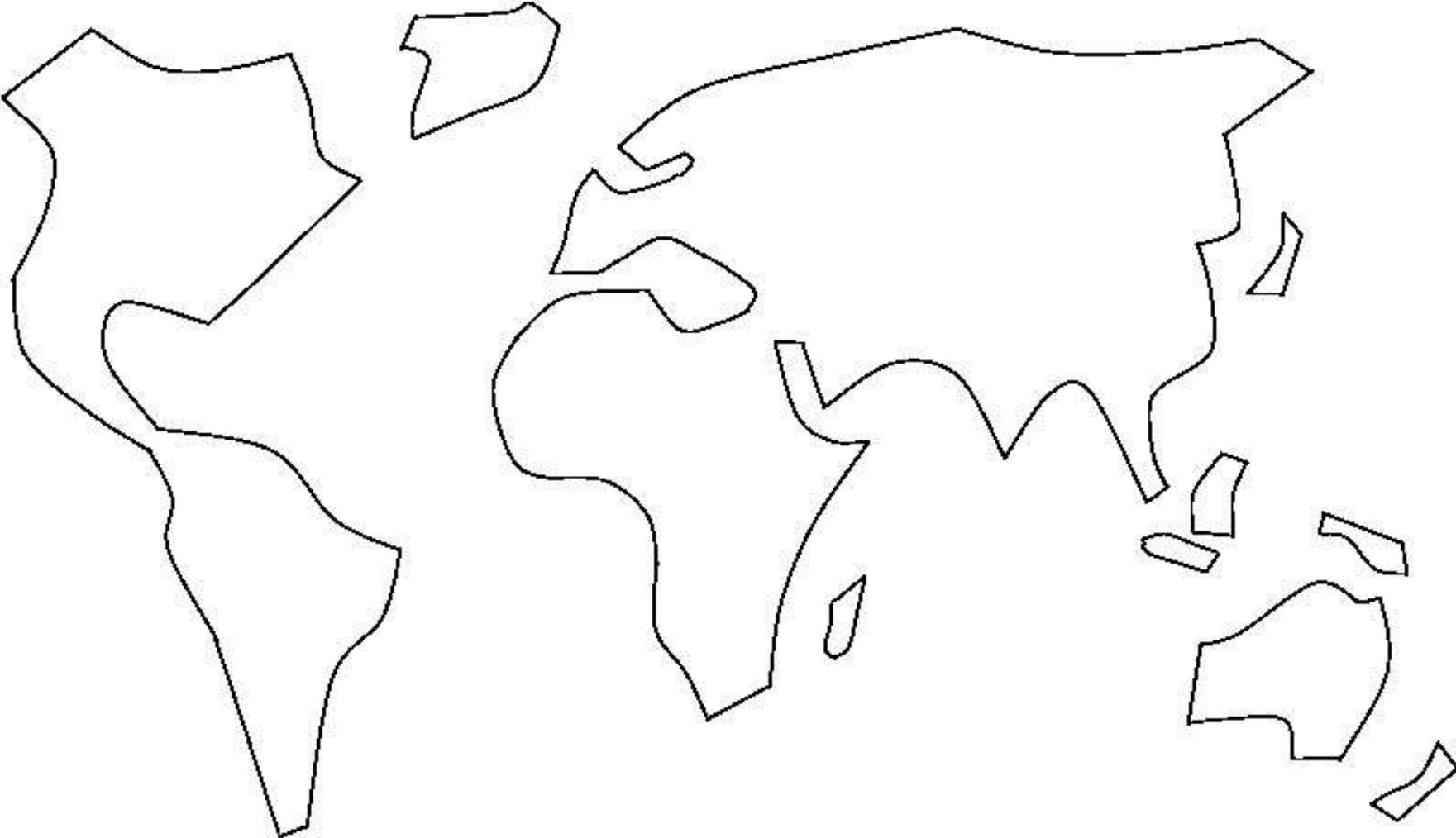
| QUESTIONS | REPONSES | Représentations graphiques | Ponctuel | Linéaire | Surface |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------------------|----------|----------|---------|
| Où se trouve le siège social d'Apple? Quelles fonctions y trouve-t-on? | | | | | |
| Quel est le principal concurrent d'Apple? De quel pays est-il originaire? | | | | | |
| Où sont fabriquées les pièces de l'iPhone? De quel type de pays s'agit-il? | | | | | |
| Vers où se dirigent les pièces détachées? | | | | | |
| Où est assemblé l'iPhone? | | | | | |
| Quelle « ville » est le cœur du sous-traitant d'Apple? | | | | | |
| Comment appelle-t-on l'investissement permettant cette réalisation de la production dans un pays étranger? | | | | | |
| D'où partent les commandes et où arrivent-elles? | | | | | |
| Où se situe la plupart des « Apple Stores »? Pourquoi? | | | | | |
| Décrivez les routes empruntées pour acheminer les iPhones du lieu d'assemblage au lieu d'achat. | | | | | |
| Quelles sont les zones encore peu concernées par la stratégie de développement d'Apple? Pourquoi? | | | | | |
| D'après vos connaissances, quelles zones pourraient dans l'avenir être davantage visées par Apple? Pourquoi? | | | | | |

BILAN

Etape 1: Complétez le tableau suivant en répondant aux questions et en vous interrogeant sur la façon de représenter ces réponses sur une carte.

| QUESTIONS | REPOSES | Représentations graphiques | Ponctuel | Linéaire | Surface |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|-------------|----------|---------|
| Où se trouve le siège social d'Apple? Quelles fonctions y trouve-t-on? | En Californie , dans la Silicon Valley Fonction R&D Marketing |  | X X X | | |
| Quel est le principal concurrent d'Apple? De quel pays est-il originaire? | Samsung, FTN de Corée du Sud |  | X | | |
| Où sont fabriquées les pièces de l'Iphone? De quel type de pays s'agit-il? | Dans différents pays, souvent qualifiés de pays atelier et/ou industrialisés: Corée du sud, Taiwan, Allemagne |  | | | X |
| Vers où se dirigent les pièces détachées? | Vers la Chine |  | | X | |
| Où est assemblé l'Iphone? | Dans le sud de la Chine |  | X | | |
| Quelle « ville » est le cœur du sous-traitant d'Apple? | Foxconn city à coté de Shenzhen | | | | |
| Comment appelle-t-on l'investissement permettant cette réalisation de la production dans un pays étranger? | IDE |  | | X | |
| D'où partent les commandes et où arrivent-elles? | Du siège d'Apple vers les usines de production |  | | X | |
| Où se situe la plupart des « Apple Stores »? Pourquoi? | Dans les pays membres de la Triade: Am. Du Nord, Europe, Japon et Australie |  | | | X |
| Décrivez les routes empruntées pour acheminer les Iphones du lieu d'assemblage au lieu d'achat. | Départ de Chine pour aller vers les 3 pôles de la Triade... |  | | X | |
| Quelles sont les zones encore peu concernées par la stratégie de développement d'Apple? Pourquoi? | Afrique, Asie du sud et du sud-est et Am. Latine. Car marché encore trop peu intéressant (solvabilité) |  | | | X |
| D'après vos connaissances, quelles zones pourraient dans l'avenir être davantage visée par Apple? Pourquoi? | Pays émergents: BRIC, Moyen-Orient... |  | | | X |

Etape 2: À partir du tableau précédent, organisez une légende pertinente en deux ou trois parties puis réalisez le croquis.



Etape 2: À partir du tableau précédent, organisez une légende pertinente en deux ou trois parties puis réalisez le croquis.

I – Conception et production de l’Iphone

-  Siège social d’Apple
-  Centre de R&D
-  Centre Marketing
-  Pays « atelier »
-  Foxconn City: lieu d’assemblage de l’Iphone

II – Les marchés d’Apple

-  Principaux marchés actuels (Apple Store)
-  Marchés émergents
-  Zones non prioritaires
-  Samsung, le grand concurrent

III L’inscription dans un réseau mondial

-  IDE des USA vers l’Asie
-  Acheminement des pièces vers la Chine
-  Acheminement des Iphones vers les principaux marchés
-  Commandes

