

Un produit mondialisé : L'iPhone

Un produit mondialisé : l'iPhone

- Définition du sujet

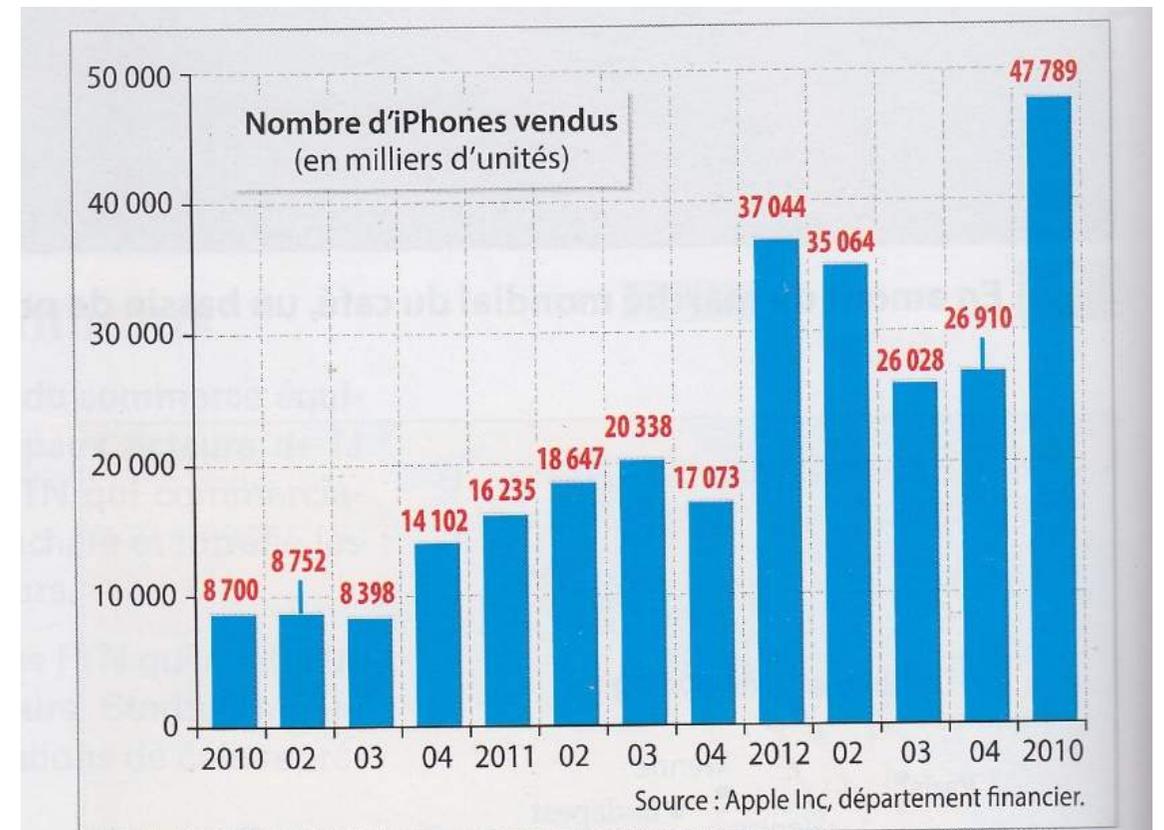
- Un produit mondialisé : un produit qui concerne une part importante du monde entier aussi dans sa fabrication (des matières premières), dans sa commercialisation (territoires ciblées) que dans sa distribution (réseaux de ventes) et sa diffusion (utilisation par le consommateur)
-
- I Phone : un des smartphones les plus diffusées dans le monde par une des marques les plus emblématiques de la Planète
-
- =>Apple : image du haut de gamme (confortée par une avance technologique par rapport à ses concurrents dans la maîtrise de l'image numérique)
-
- Problématique : qu'est-ce qui a permis au iPhone de connaître un tel succès mondial depuis plus de 10 ans et permet de comprendre le fonctionnement de la mondialisation ?

Plan du cours

- En quoi l'iPhone est-il le fruit d'une production mondialisée ?
- Quels sont les acteurs qui interviennent sur le marché de l'iPhone ?
- Quels sont les réseaux dans lesquels s'inscrit le marché mondial de l'iPhone ?

1) En quoi l'iPhone est-il le fruit d'une production mondialisée ?

- Montrez que la diffusion de l'iPhone est rapide et croissante.



2 Un succès sans précédent

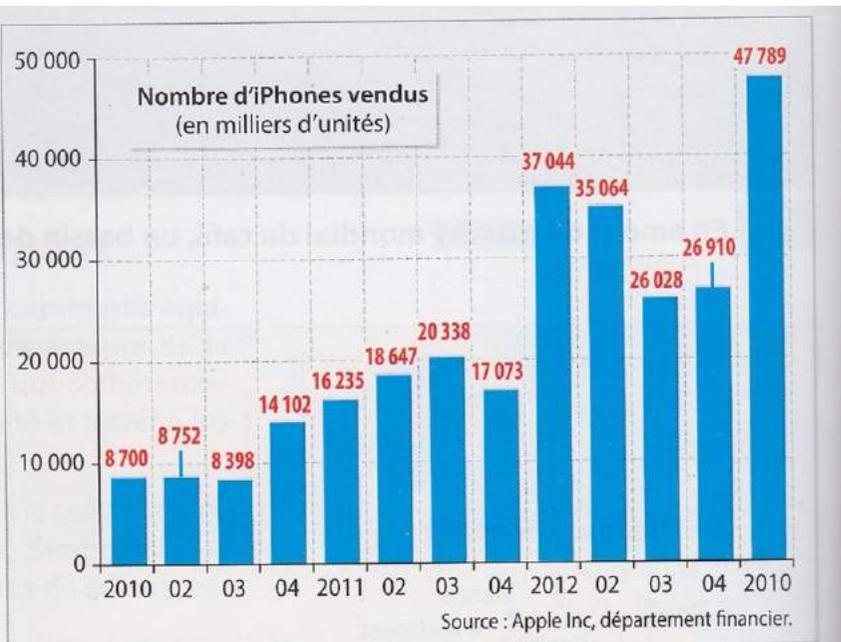


1 L'iPhone, une innovation majeure.

Le magazine américain *Time* lui décerne le titre d'invention de l'année en novembre 2007.

La Une du Time montre que ma gamme des produits Apple est reconnu comme étant particulièrement innovants et symbole de la haute-technologie.

Les ventes sont très rapides et croissantes . Elles sont passées de 39,9 millions en 2010 à 125 millions en 2012 . Les ventes ont été multipliées par 3 en seulement 3 ans .



2 Un succès sans précédent

2°) Quelles sont les étapes de Fabrication de l'iPhone? Quels sont les espaces concernés par ces étapes ?

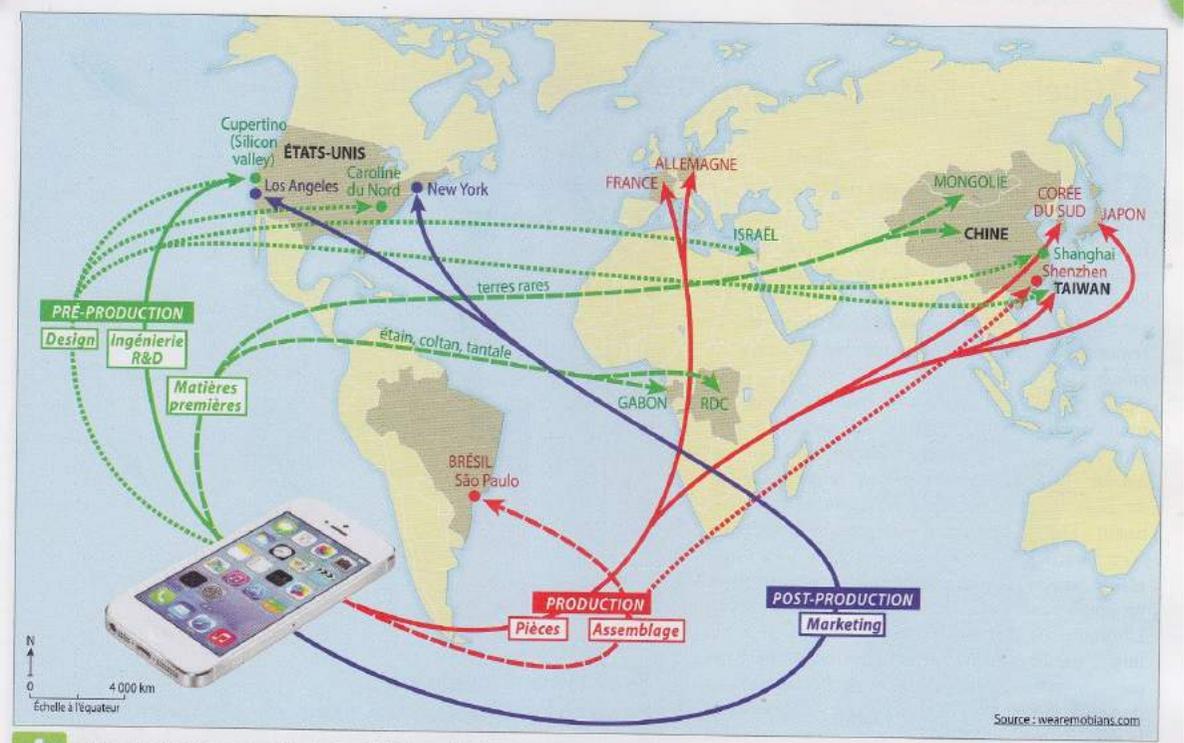
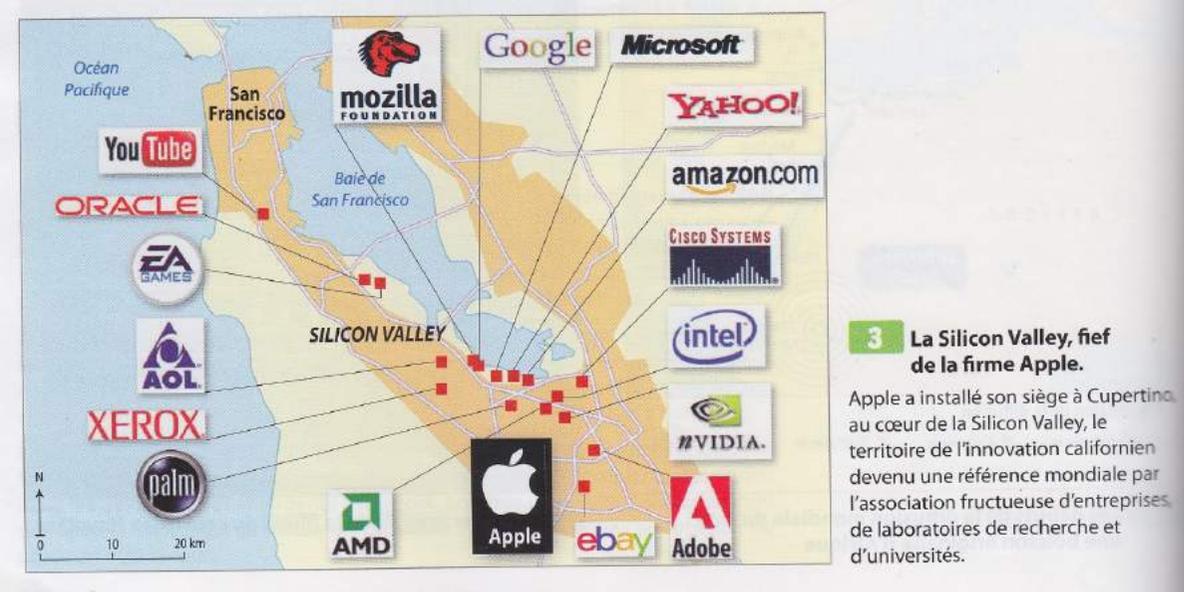
-La conception (amont : technologie, design) et le marketing (aval) sont élaborés aux États-Unis (Californie et New-York)

=>Le siège social d'Apple se situe aux Etats-Unis (première puissance économique mondiale)

-A l'échelle locale Apple est implantée à Cupertino, dans la Silicon Valley, au Sud de San Francisco: c'est un espace spécialisé dans les hautes technologies.

-L'essentiel de la production est assuré en Chine, à partir de matières premières en provenance d'Afrique équatoriale, de Chine et Mongolie où se situe la **sous-traitance**

-Les entreprises fabriquant les composants de l'iPhone 5 relèvent des Etats-Unis, de Corée du Sud, et du Japon :c'est-à-dire de pays développés(niveau de compétence suffisant)



3°) Pour quoi la distribution sur le sol américain serait-elle moins avantageuse qu'elle ne l'est en Chine ?

5 Pourquoi l'iPhone ne sera jamais fabriqué aux États-Unis

En février 2011, Barack Obama a rencontré en Californie les grands noms de la Silicon Valley. [...] Quand Steve Jobs, le patron d'Apple, a pris la parole, Obama l'a interrompu avec une question de son cru : « *Que faudrait-il faire pour que les iPhones soient fabriqués aux États-Unis ?* » Les 70 millions d'iPhones [...] vendus par Apple l'an dernier ont été en quasi-totalité fabriqués à l'étranger. « *Pourquoi ce travail ne peut-il pas revenir chez nous ?* » a insisté Obama. « *Ces emplois ne reviendront pas* », a répondu Steve Jobs. [...] Apple et bon nombre de ses homologues du secteur des hautes technologies rechignent à créer des emplois pour les Américains. La firme à la pomme compte 20 000 salariés à l'étranger et 43 000 aux États-Unis.

Les employés des sous-traitants d'Apple sont beaucoup plus nombreux : ils sont 700 000 à concevoir, construire et assembler les iPads, les iPhones et autres. Mais pas aux États-Unis. Ils sont employés par des entreprises étrangères basées en Asie, en Europe et ailleurs, dans des usines auxquelles pratiquement tous les constructeurs de matériel électronique font appel pour fabriquer leurs composants.

Les dirigeants d'Apple assurent qu'ils n'ont d'autre choix que de se tourner vers l'étranger. Un ancien cadre raconte comment une usine chinoise a sauvé la mise à la société quand il a fallu revoir au pied levé le process de fabrication de l'iPhone, quelques semaines à peine avant sa mise sur le marché. Apple avait modifié l'écran à la dernière minute, ce qui obligeait à réorganiser de fond en comble la chaîne de montage. Les nouveaux écrans ont été livrés à l'usine sur le coup de minuit. Un contremaître alla aussitôt réveiller 8 000 ouvriers dans les dortoirs de l'usine. Chacun eut droit à un biscuit et à une tasse de thé avant d'être aiguillé vers son poste. À minuit et demi, l'équipe de nuit était prête à monter pendant douze heures les écrans de verre sur des boîtiers biseautés. Au bout de quatre-vingt-seize heures, l'usine sortait plus de 10 000 iPhones par jour.

The New York Times, 9 février 2012.

- La question des coûts de production n'est ici pas évoquée.
- Mise en valeur la qualification et la flexibilité de la main d'œuvre chinoise ainsi que la rapidité de réactivité des sous-traitants.
- La sous-traitance permet de diminuer les risques financiers mais répond à des cahiers des charges exigeants

II) Quels sont les acteurs qui interviennent sur le marché de l'iPhone ?

- 1°) Quels sont les différents acteurs qui interviennent sur le marché de l'iPhone ?
 - -l'entreprise, à travers ces concepteurs et ingénieurs (doc. 6),
 - -créateurs d'innovation qui créent un besoin chez le consommateur
 - (ex. : absence de clavier) (doc. 9)
 - -la forte concurrence accusé d'utilisation illégale des brevets
 - (autres FTN, doc. 7)
 - - Les conditions de travail dénoncées par les ONG (doc. 10)

8 Les sous-traitants : l'externalisation des coûts et de la mauvaise image

Pendant des années, les organisations de défense des travailleurs chinois ont focalisé leurs enquêtes sur le sous-traitant historique d'Apple, Foxconn. Sous cette pression, le groupe taïwanais a dû augmenter les salaires et améliorer ses infrastructures.

La réponse d'Apple n'a pas tardé : l'entreprise de Cupertino (Californie) a attribué le contrat [...] de son smartphone à bas coût à un autre taïwanais, Pegatron. Aujourd'hui, ce dernier est aussi la cible de l'association China Labor Watch (CLW). Dans un rapport publié [le] 29 juillet, l'organisation de défense des travailleurs constate que si Pegatron se montre plus compétitif, c'est parce que l'entreprise a rogné les droits des travailleurs. « Apple choisit l'usine qui propose le prix d'assemblage le plus faible, c'est le point fondamental. Pour remporter la commande, un sous-traitant ne peut faire autrement que de sabrer le coût du travail, ce qui aggrave la situation des ouvriers », explique par téléphone Li Qiang, directeur de CLW.

De mars à juillet, l'association a envoyé ses enquêteurs dans trois usines rassemblant plus de 70 000 ouvriers dont Pegatron Shanghai, qui travaille sur l'iPhone [...]. Alors qu'Apple se félicitait, en mai, que 99 % de ses fournisseurs respectent sa règle limitant la semaine à 60 heures de travail – le droit chinois plafonne la semaine à 49 heures, heures supplémentaires incluses, mais les ouvriers en demandent davantage pour boucler leurs fins de mois –, les enquêteurs de CLW ont subi des semaines d'une durée moyenne de 66, 67 et 69 heures dans ces usines. [...] Les ouvriers de Pegatron vivent dans des dortoirs de 8 à 12 personnes où l'on compte 10 douches pour 120 ouvriers. [...] Enfin et surtout, Pegatron propose des salaires inférieurs à Foxconn. « À tâche égale, l'ouvrier de base gagne 2 100 yuans par mois, hors heures supplémentaires, chez Foxconn à Zhengzhou, tandis qu'il est payé 1 650 yuans chez Pegatron à Shanghai, où le coût de la vie est bien plus élevé. C'est une importante différence », déclare Li Qiang.

Le Monde, 30 juillet 2013.

2°) Quel est le rôle des sous-traitants dans le système de production d'Apple ? Apple est-elle une firme socialement responsable ?

-les sous-traitants asiatiques d'Apple se livrent une véritable guerre économique pour remporter des contrats (baisse des couts prioritaire)

-Les victimes de cette guerre sont les travailleurs dont le temps de travail augmente et dont les salaires sont peu élevés.

-Même si elle proclame son souci pour le développement social, Apple en cherchant d'abord le coût de production le moins élevé

=> Elle apparaît ainsi comme une firme non socialement responsable



9 Une publicité pour l'iPhone 5C
Une cliente dans un magasin d'iphones à Zhengzhou en Chine.
Proposé à un prix inférieur à l'iPhone 5S, il est notamment destiné à séduire la clientèle des pays émergents. La marque à la pomme a investi 1 milliard de dollars dans la publicité en 2012, somme atteinte par 36 firmes dans le monde.



3°) Peut-on dire qu'Apple a réussi à créer un mythe autour de sa marque ?

6 Steve Jobs ou le mythe de l'entrepreneur

John Sculley, alors responsable de Pepsi, se souviendra d'ailleurs toujours de cette phrase lorsque Steve Jobs vient le chercher, en 1983, pour diriger Apple : « *Veux-tu vendre de l'eau sucrée pour le restant de tes jours ou venir avec moi et changer le monde ?* »

Apple est parvenu, parfois de manière brutale, à modifier nos comportements. « *Il voulait vendre un smartphone dépourvu de clavier, alors que les touches physiques étaient justement ce qui avait fait du BlackBerry le smartphone le plus populaire* », notait David Pogue, spécialiste high-tech du *New York Times*. La carrière de Steve Jobs – qui n'aura jamais terminé ses études ni travaillé pour un employeur – n'aura pas connu que des succès. L'homme vit mal son éviction d'Apple en 1985, initiée par le conseil d'administration et soutenue par... John Sculley. La revanche sera éclatante lors de son retour en 1997, lorsque Apple – à 90 jours de la faillite – rachète NeXT (fondée par Steve Jobs) et reprend en catastrophe son fondateur à sa tête.

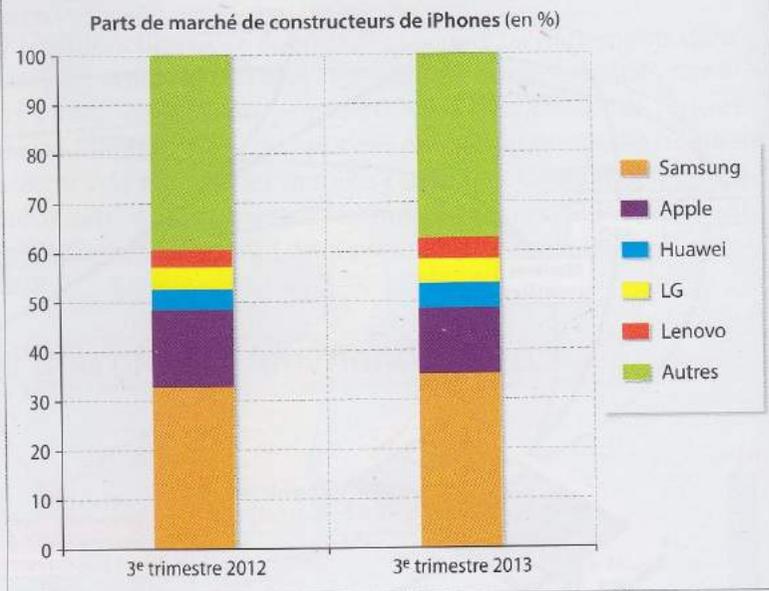
Le Temps, 15 août 2012.

-une forte personnalité qui incarne l'entreprise et la mythe de l'entrepreneur américain : Steve Jobs (fondateur et sauveur de l'entreprise en 1997)

- un visionnaire : une capacité à anticiper les besoins des consommateurs et à les mettre en œuvre : la souris, la musique payante en ligne à l'occasion du lancement de l'ipod, etc.)

-une part majeure du succès repose sur le marketing : capacité à développer un marketing lui-même innovant et un produit de luxe manière de justifier le prix élevé de ses produits) notamment par le soin porté au design (la pomme, les bords ronds, le boîtier métallique brillant)

-refus du partage de la technologie (choix d'un système fermé; des systèmes incompatibles avec d'autres marques)



7 L'iPhone concurrencé.

En 2007, l'iPhone est venu bouleverser un marché des *smartphones* dominé par Nokia. Depuis que Samsung est entré dans la course, il concurrence de plus en plus violemment Apple, qui lui a intenté plusieurs procès pour utilisation illégale de brevets.



9 Une publicité pour l'iPhone 5C

Une cliente dans un magasin d'iPhones à Zhengzhou en Chine. Proposé à un prix inférieur à l'iPhone 5S, il est notamment destiné à séduire la clientèle des pays émergents. La marque à la pomme a investi 1 milliard de dollars dans la publicité en 2012, somme atteinte par 36 firmes dans le monde.

4°) Quels sont les défis que la firme doit relever pour se maintenir sur le marché ?

-la firme est condamnée à **l'innovation permanente** en sortant des nouveaux modèles d'iPhone tous les ans (assurer l'envie des consommateurs face à l'innovation)

-lutter contre le vol des brevets (mais souvenez-vous...)

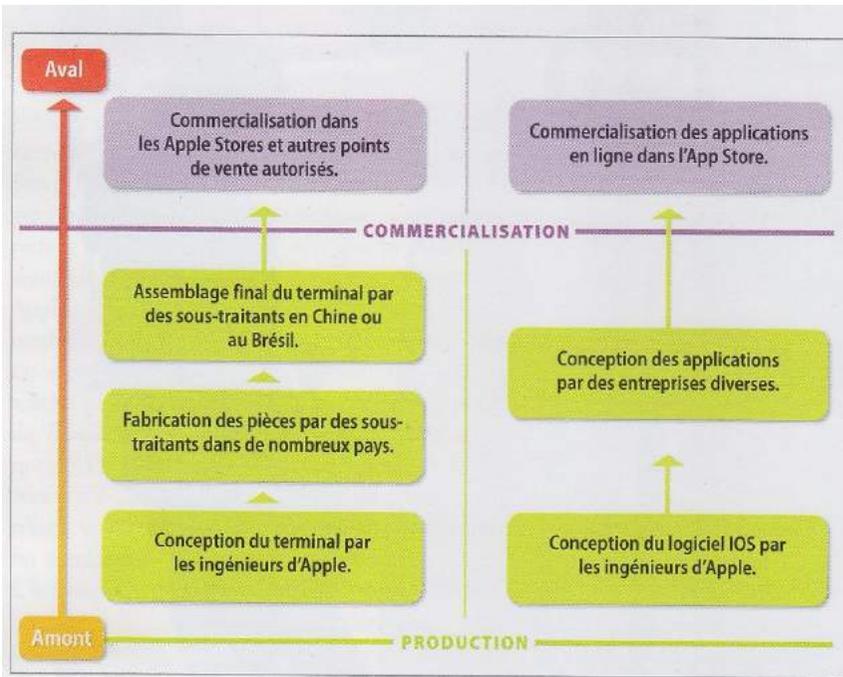
- Créer une émulation chez ses ingénieurs pour pousser à l'innovation et vendre plus

-**Marketing permanent et agressif** (lourds investissements pour continuer à vendre face à la concurrence)

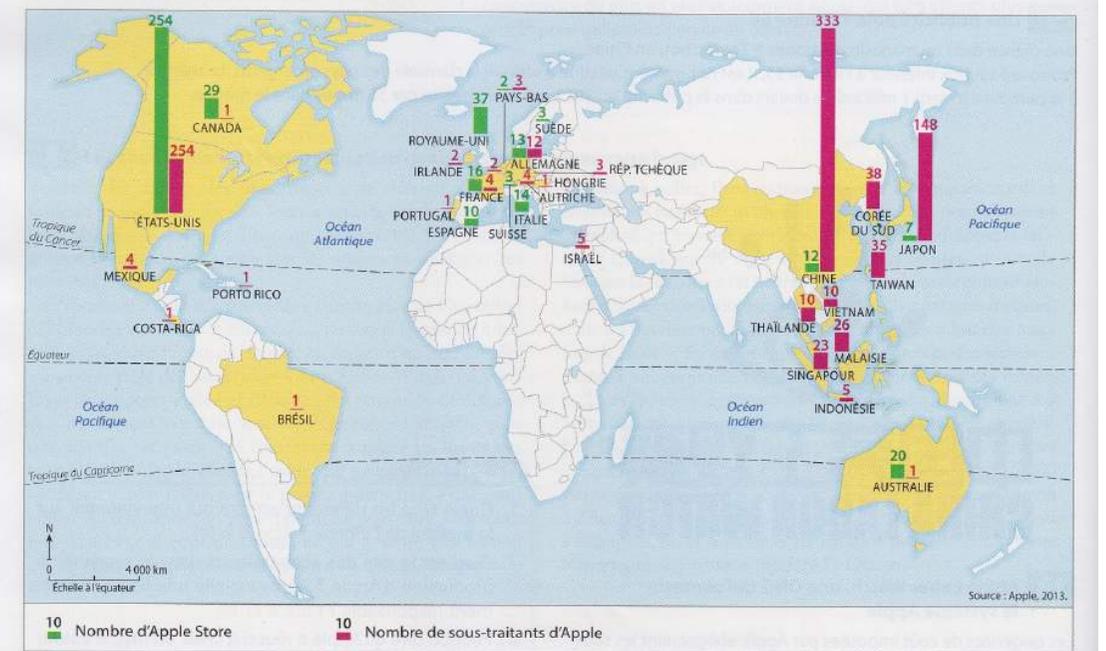


III) Quels sont les réseaux dans lesquels s'inscrit le marché mondial de l'iPhone ?

•1°) En quoi peut-on dire que la production de l'iPhone s'organise en réseau ?



11 L'organisation en réseau de la production et de la commercialisation de l'iPhone



12 Apple dans la division internationale du travail

La production d'iPhone s'organise en réseau, car de l'amont à l'aval, chaque stade de la production ou de la commercialisation est lié à des territoires situés à des endroits différents de la planète : de la mine congolaise à l'Apple Store new-yorkais.

=> L'existence de l'iPhone est dépendant de la planète, donc de **la mondialisation**

2°) Quels sont les lieux de production de l'iPhone ? Les lieux de commercialisation? En quoi est-ce le reflet de la hiérarchisation des territoires dans la mondialisation ?



- -L'essentiel de la production est assuré en de Chine où se situe la sous-traitance (**réduction des coûts de production et de la prise de risque**)

- -Ces sociétés font fabriquer les composants aux Etats-Unis, en Chine, au Japon, en Corée du Sud et à Taiwan. Il s'agit majoritairement de pays développés et d'un pays émergent (la Chine) : **niveaux de compétence les plus élevés et les moyens financiers les plus importants.**

- - Commercialisation par les Applestore implantés dans les pôles de la Triade, qui regroupe les Etats les plus riches et développés : **lieux de résidences des consommateurs potentiels.**

=> La division internationale du travail

3°) Quel lien existe-t-il entre Apple et la guerre du Kivu en RDC (=République Démocratique du Congo) ?

14 « Les minerais de guerre » et l'industrie de l'électronique

Atlantico : Les principaux minerais exploités en République démocratique du Congo (RDC) - l'étain, le coltan, la wolframite et l'or - permettraient de fournir l'industrie mondiale de l'électronique. Leur commerce profiterait aux groupes rebelles et à l'armée. La hausse des prix mondiaux de ces métaux incite les groupes armés de l'est du Congo à cibler le contrôle des mines et à y maintenir leur mainmise. [...]

Ph. Hugon : La guerre civile en RDC est en partie financée par le trafic des minerais. Il y a plusieurs régions différentes en RDC et la région dont on parle ici est celle du Kivu. La guerre du Kivu renvoie à plusieurs facteurs : les questions d'accès aux terres, les effets du génocide du Rwanda. Les trois milices qui existent ainsi que l'armée de la RDC contrôlent actuellement les mines. Il s'agit d'un élément majeur de l'enjeu de contrôle des richesses et du financement de la guerre en sachant qu'une fois que le coltan a été exploité, il transite par les pays voisins (le Rwanda et l'Ouganda) avant de se retrouver sur les marchés internationaux des métaux précieux. Le coltan est indispensable pour la fabrication des téléphones portables, d'objets électroniques et informatiques. [...] Au départ, il y a

des mines et des mineurs. Ces mineurs sont contrôlés essentiellement par des milices et par l'armée de Joseph Kabila. Une fois extraits, sous le contrôle des milices et de l'armée, ils [les minerais] deviennent des produits transformés, sont revendus sur des marchés de matières premières et achetés par les grands groupes. [...]

Les minerais sont à la fois un enjeu de conflit puisque le contrôle des minerais est stratégique et un élément qui assure le financement des conflits. Comme pour le diamant dans d'autres zones et comme pour d'autres produits, on est dans des minerais au cœur de la guerre.

Bien sûr, les fabricants ont leur part de responsabilité. Il y a une hypocrisie à considérer que ces minerais ne sont pas « sales ». La seule réponse qu'il peut y avoir est celle qu'on observe pour le diamant : le processus de Kimberley. On le retrouve dans la mise en œuvre de l'initiative de transparence des industries extractives. La traçabilité de ces minerais doit partir de l'extraction et aller jusqu'au consommateur final.

Interview de Philippe Hugon, directeur de recherche à l'IRIS (Institut des Relations Internationales et Stratégiques). Professeur émérite, agrégé de Sciences économiques à l'université Paris X, Atlantico.fr, 28 septembre 2013.

- Apple, tout comme ses concurrents, finance indirectement les conflits d'Afrique centrale .
- Prix élevés de ces minerais très demandés (« terres rares »)
- Difficulté d'avoir une traçabilité « éthique » (= morale, transparente) de toutes les matières premières

Conclusion

- **L'ensemble de la planète est concerné par cette appareil** mais pas forcément au même stade de production et de commercialisation
- => **Produit qui reflète la Division Internationale du travail** de la plupart des activités industrielles : matières premières issues des pays les plus pauvres, fabrication dans les pays émergents conception et commercialisation dans les pays les plus riches et avancés.
- -Un produit fruit d'une **compétition conséquente et permanente** entre les divers acteurs du système : se maintenir en tête nécessite une grande réactivité sur l'ensemble de la planète
- -**Un produit qui reste accessible qu'à un petit nombre de pays riches**, alors que « le reste du monde » (pays émergents et des PMA) ont contribué à sa réalisation: une forme de néocolonialisme ?
- => **Éthique : un défi pour de nombreuses entreprises au début du XXIe siècle** qui vendent des produits mondialisés