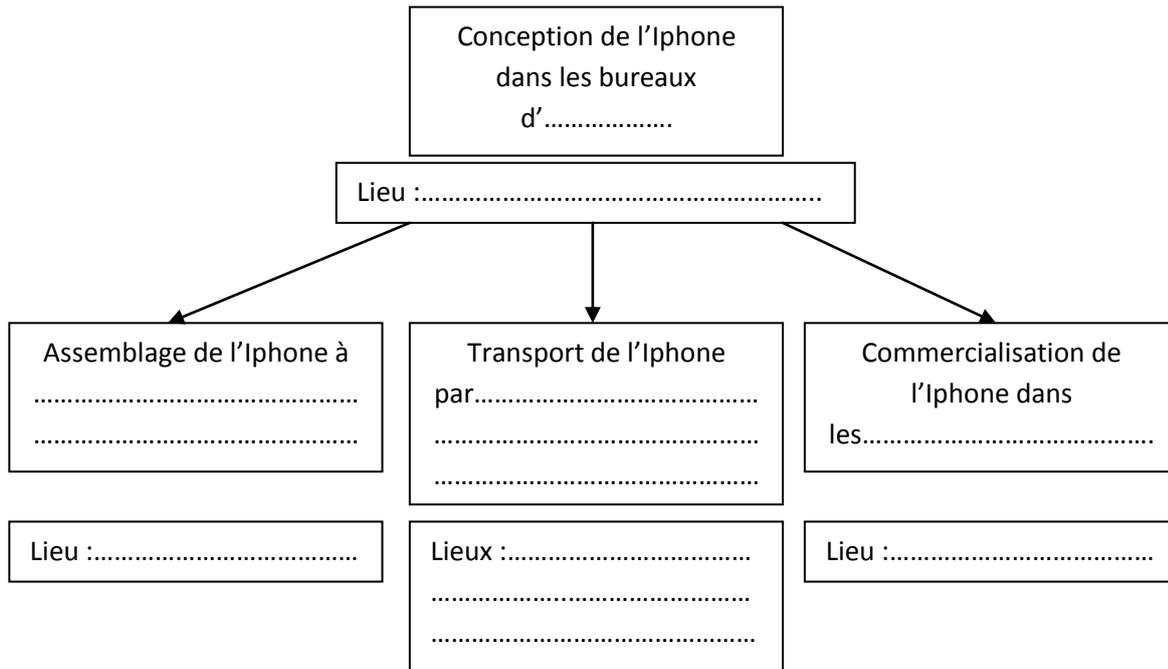


Schéma 1 : De la conception à la vente, l’Iphone symbole de la mondialisation.

A l’aide des documents vus dans la leçon 1, complète le schéma ci-dessous les acteurs concernés et les lieux correspondants à chaque action.



Texte 1 : La conception de l’Iphone en Californie.

C’est à Cupertino en Californie (Etats-Unis) dans les bureaux du siège social d’Apple que les designers et les ingénieurs ont élaboré sous la direction de Steve Jobs l’Iphone. Cet appareil est présenté en janvier 2007 lors de la Macworld Conference & Expo, il est la convergence d’un smartphone, d’un iPod et d’un client internet. C’est donc au cœur de la Silicon Valley que l’Iphone est conçu par une main d’œuvre hautement qualifiée.

Texte 2 : La fabrication de l’Iphone dans l’usine Foxconn à Shenzhen en Chine.

C’est en Chine que les Iphones sont produits et fabriqués par des ouvrières venues des campagnes qui gagnent moins de 100 euros par mois. « L’Iphone city », ensemble d’usines de la société taïwanaise Foxconn, emploie 200 000 personnes qui travaillent à l’assemblage des produits.

Texte 3 : Le transport du produit vers les lieux de consommation.

A la sortie d’un nouveau produit, Apple utilise des avions cargos spéciaux (3 jours de transport pour 12€/kg) pour fournir les rayons des magasins. Puis, l’entreprise utilise des avions cargos réguliers (1 semaine de transport pour 8€/kg) et enfin les communications maritimes (5 à 6 semaines pour 2€/kg). Les Iphones sont ainsi acheminés vers des entrepôts d’Amérique du Nord, d’Europe ou du Japon avant d’être distribués par camion aux grandes surfaces, aux détaillants de la marque et aux magasins de la firme, les Apple store. Dès le lancement du produit, le coût du transport est compris dans le prix de vente. Les ingénieurs de la marque travaillent sur le conditionnement, afin de le rendre le plus petit possible : cela réduit les coûts et l’empreinte écologique du produit.