**Un produit mondialisé, l’iPhone d’Apple.**

|  |
| --- |
| **Les territoires mondialisés de l’iPhone** |
| **Objectifs*** Identifier le centre décisionnel, le siège social, les centres de pré-production (conception, design), de production, de post-production (publicité), les circuits et lieux de diffusion ;
* Distinguer les différents territoires et leurs échelles ;
 | **Questions :** * Où se localise le siège social d’Apple ?
* Décrivez la région et les conditions matérielles et intellectuelles à réunir pour concevoir la pré-production ?
* Où sont fabriquées les principales pièces de l’iPhone ? Regroupez les États concernés par zones géographiques.
* Où l’iPhone est-il assemblé ? Décrivez le parc technologique de *Longhua* (*Foxconn City*) : qui est propriétaire de l’usine, nombre d’employés, nature des produits fabriqués, conditions de travail, salaires…
* Pour Apple, quels sont les avantages d’une production et d’un assemblage délocalisé ?
 |  |
| **Les acteurs de la production et de la circulation du produit** |
| **Objectifs*** Identifier les acteurs successifs et la hiérarchisation des processus productifs ;
* Mesurer l’importance de la logistique et de l’organisation de la production ;
* Identifier la spécificité et le rôle du facteur humain dans la production ;
 | **Questions :** * Qui sont les principaux acteurs de la production des *iPhone*?
* Comment s’organise le système productif mondial de l’iPhone ?
* Décrivez le rôle des infrastructures de transports dans l’opérationnalisation de la production des *iPhone*?
* Quelle est la composition sociale des personnes impliquées dans la production ?
 |  |
| **Les stratégies commerciales mondialisées de l’iPhone** |
| **Objectifs*** Caractériser le mode complexe de médiatisation des innovations d’Apple : rumeur, communication directe de l’entreprise : *Apple event*: toujours plus et mieux… Médias traditionnels, slogans (Il y a une application pour ça.... (There's An App For That...) - 2011 "Si vous n’avez pas un iPhone... vous n’avez pas un iPhone")
* Mesurer la diversité des dispositifs de consommation des produits Apple : la diffusion virtuelle via internet : Apple store en ligne ; La diffusion réelle : Apple store, *Premium reseller* et grande distribution ;
 | **Questions :** * Analysez le discours commercial à travers les différents supports médiatiques proposés. Quels sont les objectifs attendus pour l’entreprise Apple ? pour les fournisseurs ? Quels sont les effets pour les territoires ?
* Comment et pourquoi Apple défend-t-elle son image ? Quels enjeux sont sous-jacents à la défense de la vertu de l’Entreprise Apple ?
* Localisez les zones géographiques :
	+ dans lesquelles les produits Apple sont distribués par un *Apple Store*;
	+ dans lesquelles les produits Apple sont distribués par un *Apple Premium reseller*; 🖳 <http://www.apple.com/fr/buy/locator/>
* Quelle est la composition sociale des acheteurs présentés dans les publicités ?
* Montrez que l’entreprise Apple utilise l’iPhone comme moteur de développement de l’ensemble de sa gamme de produits.
* Quel bilan économique peut-on dresser pour l’entreprise Apple dans sa relation à l’espace mondialisé ?
 |  |