

Séance 1 : les stratégies de deux entreprises et les transports maritimes.

Document 1.-Principaux composants Apple iPhone 3G et les inducteurs de coûts

Fabricant	Composante	Coût
Toshiba (Japon)	Mémoire Flash	24 \$
	Module d'affichage	19,25 \$
	Écran tactile	16,00 \$
Samsung (Corée)	Processeur d'applications	14,46 \$
	SDRAM DDR-Mobile	8,50 \$
Infineon (Allemagne)	Baseband	13,00 \$
	Module Caméra	9,55 \$
	Transceiver RF	2,80 \$
	Récepteur GPS	2,25 \$
	Power IC RF Fonction	1,25 \$
Broadcom (Etats-Unis)	Bluetooth / FM / WLAN	5,95 \$
Numonyx (Etats-Unis)	Mémoire MCP	3,65 \$
Murata (Japon)	FEM	1,35 \$
Dialog Semiconductor (Allemagne)	Power IC Fonction processeur d'applications	1,30 \$
Cirrus Logic (Etats-Unis)	Audio Codec	1,15 \$
Reste du matériel		48,00 \$
Somme totale des matériaux		172,46 \$
Les coûts de fabrication		6,50 \$
Grand total		178,96 \$

Source : Rassweiler (2009)

Document 3 – L'iPhone et le déficit commercial américain

La marge bénéficiaire brute de l'iPhone était de 62% lorsque le téléphone a été lancé en 2007, puis augmenté à 64% en 2009 en raison de réductions des coûts de fabrication (tableau 3). Si le marché était parfaitement concurrentiel, la marge de profit attendu serait beaucoup plus faible et proche de son coût marginal. Le chiffre d'affaires en plein essor et les marges bénéficiaires élevées suggèrent que l'intensité de la concurrence est assez faible et qu'Apple maintient une position de monopole relatif. Par conséquent, ce n'est pas la concurrence, mais la maximisation du profit qui anime l'assemblage de l'iPhone en Chine.

Un scénario intéressant et hypothétique est celui où Apple réunirait tous les iPhones aux Etats-Unis. En supposant que le salaire des travailleurs américains soit dix fois plus élevés que ceux de leurs homologues chinois, le coût de montage total passerait à 68 \$ et le coût de fabrication total serait poussé à environ 240 \$. iPhones assemblés par des travailleurs américains et vendu 500 \$ par unité laisserait encore une marge bénéficiaire de 50% pour Apple. Dans ce scénario hypothétique, l'iPhone pourrait contribuer aux exportations américaines et réduire le déficit commercial américain, non seulement avec la Chine, mais aussi avec le reste du monde. Plus important encore, Apple pourrait créer des emplois pour les Etats-Unis avec des travailleurs peu qualifiés.

Yuqing Xing, comment l'iPhone élargit le déficit commercial américain. (source : <http://voxeu.org/index.php?q=node/6335>).

Consignes :

- 1 Sur le planisphère noter en vert les lieux du trajet d'un tee-shirt Textilot
- 2 Sur le planisphère noter en orange les pays des entreprises en sous-traitance pour Apple.
- 3 Quelle est la stratégie d'Apple ? Pourquoi ?
- 4 Montrer que Textilot suit une stratégie proche d'Apple ? la raison est-elle la même ?
- 5 Quel est le rôle d'Apple ? Quelles sont ces activités à votre avis ?
- 6 Pourquoi peut-on dire que ces deux entreprises sont intégrées dans la mondialisation ?

Conclusion : quelles sont vos conclusions ?

Document 2- l'entreprise Textilot à Varennes Vauzelles.

« Les stylistes dessinent des modèles au siège social de l'entreprise à Varennes Vauzelles. Ces modèles sont créés par les conseils de la directrice d'achat et de ses assistantes qui parcourent le monde, notamment Paris, New-York, Londres, Tokyo ou encore Shanghai. L'assistante achat prépare un dossier avec toutes les indications pour le modèle puis les informations sont ensuite envoyées à l'étranger. En effet, l'entreprise externalise la fabrication de sa marque de prêt-à-porter "plus" auprès d'entreprises de fabrication, au Maroc, en Tunisie, en Turquie, au Bangladesh, en Inde et surtout sur le littoral Chinois à Quanzhou, Haiyang, Hangzhou par exemple. Textilot participe aussi à des foires comme celle de Canton dans le delta des trois perles pour créer des partenariats avec des entreprises chinoises.

Des contrôles sont effectués tout au long de la chaîne notamment avant la fabrication de masse et à l'arrivée du produit au port du Havre via un porte conteneur de la compagnie CMA-CGM. Bien sûr internet aide énormément à la surveillance de la fabrication mais des assistants sont aussi sur place pour vérifier les produits. Aujourd'hui la fabrication est réalisée à l'étranger car le coût est beaucoup plus faible nous explique D.Dumange. Cela est nécessaire face à la concurrence.

Du port du Havre les produits sont acheminés par camions dans les entrepôts de l'entreprise à Varennes Vauzelles. Les millions d'articles sont répartis sans cesse par la machine développée par le logisticien allemand Schönenberger pour être placés dans les petits camions des merchandisers de la marque plus de Textilot. Ces derniers les installent dans l'un des 2100 points de ventes en France. Textilot vient de pénétrer en 2009 sur le marché Belge.

Les merchandisers s'occupent de gérer des emplacements dans les magasins (Intermarché, Carrefour Market...) de rayons textiles de la marque plus. Pour les enseignes, le système est payant : Textilot s'engage sur un chiffre d'affaire et une rentabilité. Les merchandisers bénéficient d'un système de communication sophistiqué développé par une société dijonnaise : il favorise les échanges entre les merchandisers et les clients, renseigne sur l'état des stocks en temps réel pour anticiper les commandes. Textilot possède aussi ses propres boutiques, "plus" pour distribuer sa marque à Nevers, Autun, Montluçon...

Résumé d'informations (Source internet : <http://www.forumeco.com/article.php?idN=426> , <http://www.schoenenberger.fr/solutions/industrie-textile>, journal du centre, D.Dumange responsable communication Textilot).

Aujourd'hui Textilot emploie 450 personnes (une dizaine 1974) et vend plus de 21 millions d'articles.

