

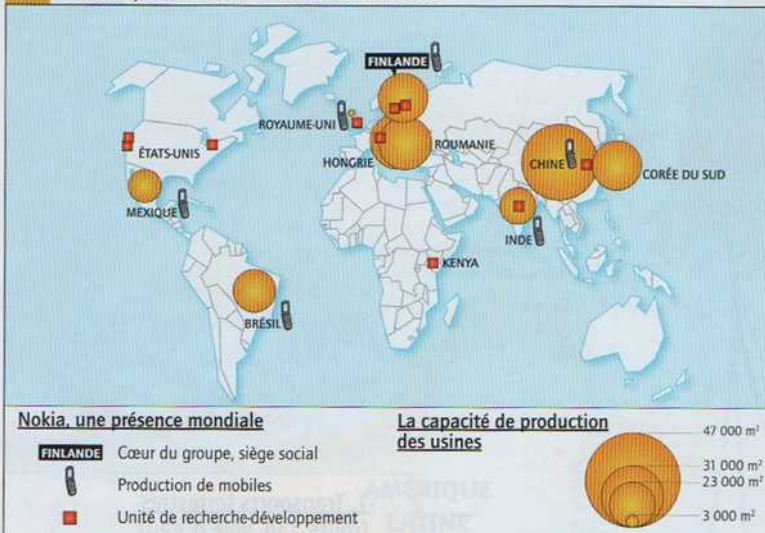
Situation 1



Une firme transnationale : la société Nokia

Le téléphone portable est devenu un produit de consommation de masse. Conçu dans les laboratoires de puissantes firmes mondialisées, le mobile est ensuite réalisé dans des usines réparties sur tous les continents. Quelques entreprises transnationales se partagent ce marché mondial. Première entreprise dans le domaine des téléphones mobiles, la firme Nokia doit faire face à une concurrence toujours croissante.

1 Nokia, une firme transnationale



Notions Bac

Mondialisation – Firme transnationale

La mondialisation. C'est l'interdépendance des différentes régions du monde sous l'effet de la croissance des échanges et de l'essor des moyens de transport et de communication.

Une firme transnationale. C'est une entreprise qui conçoit et fabrique un produit dans différentes parties du monde. Il en résulte des flux d'informations et d'échanges commerciaux considérables. C'est l'un des aspects majeurs de la mondialisation de la production industrielle et de la recherche.

2 Publicité Nokia en Chine



3 Le marché mondial de la téléphonie mobile

Firmes	Nombre de Smart-phones vendus (en millions d'unités)	Nombre de téléphones mobiles vendus (en millions d'unités)	% en part de marché des téléphones mobiles
Nokia	33	225	38
Samsung	-	100	17
LG	-	57	9
Motorola	-	46	7
Sony Ericsson	-	36	6
Apple	6	-	-
HTC	4	-	-
Fujitsu	2	-	-
Autres marques	24	123	23
Total	69	587	100

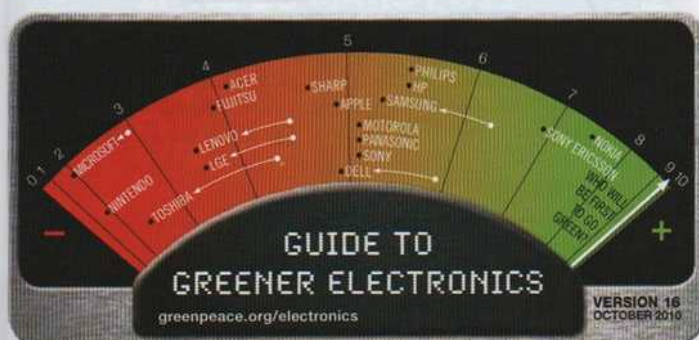
Chiffres IDC Worldwide Quarterly Mobile Phone, de juillet 2008 à juillet 2009.

4 La stratégie de production mondiale de Nokia

Le Finlandais Nokia est le premier producteur mondial de téléphones mobiles. Avec près de 40 % de parts de marché et plus d'un million de téléphones vendus par jour, Nokia doit constamment revoir sa stratégie pour maintenir sa position.

Le Finlandais se trouve dans une posture de géant entraîné dans une guérilla face à de multiples adversaires : il avoue souffrir d'une concurrence accrue sur sa spécialité, l'entrée de gamme, primordiale dans les pays émergents. Tout retard dans le rajeunissement de sa gamme « moyenne » revigore ses concurrents issus de l'électronique grand public, comme les Coréens Samsung ou LG. Enfin, il affronte l'iPhone d'Apple, mais aussi les Blackberry, Google et autres Windows qui lorgnent le marché des coûteux smartphones, les téléphones les plus sophistiqués. À plus long terme, le joujou technologique court un autre danger, celui de faire les frais de la prise de conscience environnementale des consommateurs : pourquoi envoyer tous les dix-huit à vingt-quatre mois leur gadget flambant neuf au rebut ? La menace reste pour l'instant encore théorique, d'autant que Nokia fait plutôt figure de bon élève en matière de recyclage comme d'écoconception.

C. Bernard, « Nokia, bon pour le service », *Enjeux-Les Échos*, n° 251, novembre 2008.



5 Le baromètre de l'éco-responsabilité de Greenpeace

Dans son guide pour une High-tech responsable, Greenpeace classe les grands fabricants de l'informatique, des télécoms et de l'électronique, du plus « vert » au moins « éco-responsable ».

Questions

La mondialisation

1. Dans quel type de pays se situent majoritairement les unités de recherche-développement de l'entreprise Nokia ? Pourquoi ? (doc. 1)

2. Dans quel type de pays se situent majoritairement les usines de production de mobiles de Nokia ? Expliquez cette localisation. (doc. 1)

Une firme transnationale

3. Quel est le marché visé par cette publicité ? Que nous apprend-elle sur les objectifs commerciaux de Nokia ? (doc. 2)

4. En quoi la place de Nokia est-elle particulière dans le marché mondial de la téléphonie mobile ? (doc. 3)

5. Comment évolue la stratégie de l'entreprise ? Expliquez-en les raisons. (doc. 4 et 5)

QUESTION BAC

► Expliquez en quoi le téléphone portable illustre la mondialisation de la production industrielle et des communications.