

Travail à faire : En t'aidant du dossier suivant, réponds sur une feuille correctement présentée au questionnaire fourni par le professeur.

Coupures de Presse au sujet de l'IPHONE 4 !

Document 1

par **Olivier Chicheportiche**, businessMOBILE.fr. Publié le 28 juin 2010
Tags: iPhone, Chiffres,

Chiffres - Le cabinet iSuppli a réalisé sa traditionnelle évaluation matérielle du terminal. Sans surprise, l'écran est la pièce la plus onéreuse.

Alors qu'Apple **vient d'annoncer** avoir franchi le cap des 1,7 million d'exemplaires d'iPhone 4 vendus en trois jours, iSuppli a repris ses tournevis pour démonter le smartphone et évaluer, comme à son habitude, le coût unitaire du terminal en additionnant le prix de ses composants.

Cela devient un rendez-vous récurrent : le cabinet s'est fait le spécialiste de cette évaluation, qu'il s'agisse des terminaux de la pomme, que ceux de la concurrence. Bien renseigné par les fournisseurs, ces évaluations sont considérées comme relativement justes.

28 dollars pour l'écran

Selon ses calculs, l'iPhone 4 en version 16 Go coûte 187,51 dollars à fabriquer, soit à peine 8 dollars de plus que l'iPhone 3G S. Mais il est beaucoup moins coûteux que le premier modèle de la firme (Edge) qui avait été évalué à 227 dollars.

De quoi laisser à Apple de très belles marges même si on ne connaît pas le prix de gros proposé aux opérateurs. Reste que l'iPhone 4 est vendu nu autour des 600 euros...

Rappelons par ailleurs que ce coût unitaire ne prend pas en compte la recherche et le développement, le marketing, la logistique, la publicité... Mais il est néanmoins intéressant de souligner que malgré des spécifications en hausse, les marges d'Apple restent les mêmes.

Dans le détail, on apprend que l'écran, fabriqué par LG, est la pièce la plus onéreuse du smartphone : 28,50 dollars. Il faut dire que c'est l'un des points forts du terminal.

Viennent ensuite le processeur A4 fabriqué par Samsung Electronics, qui coûterait 10,75 dollars et le gyroscope (fabriqué par STMicroelectronics) à 2,60 dollars.

Néanmoins, l'iPhone demeure un produit haut de gamme. Il distance de loin des produits concurrents également décortiqués par iSuppli. Ainsi, le coût unitaire de production d'un BlackBerry Curve ne serait que de 103 dollars, le Palm Pre lui coûterait 170 dollars.

Document 2

Analyse comparée du coût de revient d'un iPhone 4 et d'un iPhone 3G S (versions 16 Go)

	Apple iPhone 4	Apple iPhone 3G S
Processeur d'applications	11,25 \$	14,46 \$
Mémoire DRAM et Flash	40,6 \$	36,15 \$
Composants Radio-Fréquence	25 \$	21,75 \$
Gestion de l'alimentation	3,93 \$	2,55 \$
Connectivité Wi-Fi, puce GPS...	10,35 \$	4,75 \$
Appareil photo, écran tactile	49,25 \$	44,8 \$
Autres	41,63 \$	48 \$
Coût de fabrication	182,01 \$	172,46 \$
Assemblage	5,5 \$	6,5 \$
Coût de revient	187,51 \$	178,96 \$
Prix de vente (hors abonnement)	599 \$	599 \$

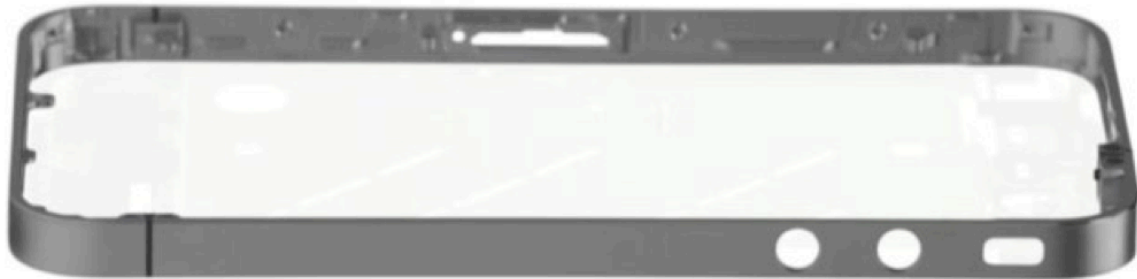
Source : iSuppli

Document 3

Jonathan Ive sur l'iPhone 4 et la science des matériaux

par **Florian Innocente** le 30.06.2010 à 12:32

Jonathan Ive a expliqué au site Core77 l'approche de son équipe de designers pour la conception de l'iPhone 4. Des propos qui décrivent une démarche globale appliquée chez Apple, sous sa conduite, depuis des années et dont le nouveau téléphone est la dernière traduction.



«Les trois divisions noires sont moulées en même temps que l'armature, puis l'ensemble passe par plusieurs étapes » explique Ive «L'armature est donc assemblée en premier puis interviennent l'usinage final et le polissage. Ce que pensent les gens sur le design du produit est bien sûr subjectif. Mais objectivement, je peux vous assurer que les exigences de fabrication sont phénoménales. Et dès le départ nous l'avons déterminé et nous l'avons conçu pour répondre à ces objectifs »

«Une grande part de l'expérience procurée par un objet physique a à voir avec les matériaux. Chez Apple on expérimente et on explore les matériaux, leur transformation, leurs propriétés intrinsèques - ainsi que le processus pour leur transformation d'un matériau brut vers un produit fini ; par exemple, on essaie de comprendre précisément comment ils vont réagir à l'usinage et au polissage. Cet apprentissage, ce souci vis-à-vis des matériaux et du processus de leur transformation sont absolument essentiels dans notre manière de travailler ».

Autant de choses qui ont conduit au choix d'un verre alumino-silicaté pour les deux faces de l'**iPhone 4**, ou pour ce qui est présenté comme un acier inoxydable développé sur mesure pour la structure qui fait à la fois office d'antenne et d'armature. Une armature qui, malgré ce que l'on peut croire en la regardant, n'est pas constituée de trois pièces séparées par les encoches des antennes, mais d'une seule.

Document 4

La première raison qui fait que les adolescents aiment Apple est le fait qu'**Apple conçoit des produits adaptés à leurs besoins.** L'iPod et l'iPhone sont deux excellents exemples de produits qui font des choses (la musique et la communication mobile) qu'aiment les jeunes. Le fait qu'Apple revendique ses produits comme créatifs et individuels contribue aussi à cela. C'est sans compter le design des produits Apple. Tout le monde aime les produits brillants, épurés et bien dessinés. Cela compte énormément pour les jeunes consommateurs.



Les stratégies publicitaires et marketing d'Apple sont également de réelles légendes. Les publicités pour les produits Apple sont tout ce qu'il y a de plus **minimalistes et s'adressent à une cible large.** Elles ont toujours **quelque chose de créatif qui confortent cette idée que les produits Apple offre la liberté de créer.** Une carte extrêmement forte dans ces stratégies est celle du buzz. Une fois que la marque a su créer du bouche à oreille autour d'un produit, elle réduit au minimum ses dépenses publicitaires, laissant le BAO se propager et profitant au final de la couverture effectuée par la presse (une méthode particulièrement efficace avec les adolescents).