

Étude de cas

« Un produit mondialisé : le téléphone mobile »

Table des matières

1	Un produit qui s'inscrit dans la mondialisation	2
1.1	L'histoire du téléphone mobile	2
1.2	Une diffusion rapide	2
1.3	La variété des usages	2
2	Les acteurs du marché du téléphone mobile	3
2.1	Un marché dominé par le Nord et les pays émergents	3
2.2	Les stratégies des FTN	3
2.3	L'action des Etats	4
3	Téléphonie mobile et développement durable	4
3.1	La « fracture numérique »	4
3.2	Les atteintes au droit du travail	4
3.3	Un faible recyclage	4

Introduction

Né dans les années 1980, le téléphone mobile a connu une diffusion très rapide. Aujourd'hui, pour une population mondiale de 7 milliards de personnes, on compte plus de 5,3 milliards d'abonnés au téléphone mobile. Ce produit d'abord réservé aux populations du nord, a séduit ensuite massivement les populations du Sud. **C'est pourquoi, on peut se demander en quoi, le téléphone mobile est représentatif du fonctionnement de la mondialisation.** En effet, le téléphone est régi par les règles de la concurrence internationale. Les FTN qui le fabriquent exploitent les potentialités de tous les territoires. Il permet aussi de saisir les tensions entre les trois piliers du développement durable.

1 Un produit qui s'inscrit dans la mondialisation

1.1 L'histoire du téléphone mobile

Le téléphone mobile n'est pas une invention en soi. C'est un objet né de l'association de plusieurs technologies. Son invention est attribuée à Martin Cooper, directeur de la recherche-développement chez Motorola. Il passe en 1973 le premier appel sur un téléphone mobile.

L'usage commercial commence au Japon en 1979 avec la première génération de téléphones (la « 1G »). En 1981, les pays nordiques adoptent la 1G. En 1983, le premier réseau est lancé à Chicago. En 1991, l'entreprise Nokia lance la « 2G » en Finlande. La petite entreprise de bois, née au XIX^e siècle sur la rivière Nokiavirta, devient alors un géant technologique.

Les appareils se miniaturisent, ils gagnent en autonomie. Les « smartphones » apparaissent. En 2001, la « 3G » est lancée au Japon.

Actuellement la « 4G » est testée en Europe et au Japon.

1.2 Une diffusion rapide

La téléphonie mobile a connu la plus forte diffusion qu'un produit ait pu connaître dans l'histoire de l'humanité.

Entre 1988 et 2003, un quart de l'humanité s'équipe d'un téléphone mobile.

Puis le mouvement s'accélère.

En 7 ans (2004-2011), 50 % des humains (3,8 milliards de personnes) se dotent d'un téléphone mobile.

En 2007-08, le nombre de lignes de téléphones fixes augmente de 6 millions (+0,5 %). En revanche, durant ces deux ans, le nombre d'abonnés au téléphone mobile s'accroît de 635 M de personnes (+18 %).

En 2010, 300 M d'abonnements ont été vendus dans la seule Chine.

1.3 La variété des usages

Le téléphone mobile est un produit universel. Aucun territoire ne lui échappe. Au nord, il est même devenu un produit polyvalent. Des Etats ont développé le « e-gouvernement » pour réduire les dépenses publiques et améliorer la rapidité des services publics (payer une contravention, déposer une plainte...).

La téléphonie mobile supprime la téléphonie fixe et les réseaux internet classiques. Les infrastructures (les antennes) sont plus légères et moins coûteuses

que les installations classiques ; elles sont aussi plus faciles à réparer en cas de catastrophe naturelle.

Aujourd'hui, les taux de croissance sont spectaculaires dans les pays du Sud. En Afrique, le mobile est un facteur de développement. Depuis 2002, la croissance annuelle du nombre d'abonnés y est supérieure à 50 %. Pourtant, le continent souffre de nombreux handicaps. Il est difficile de recharger son téléphone quand l'électricité n'est pas partout disponible. Il n'est pas aisé d'envoyer des SMS quand on est analphabète et d'acheter des minutes avec des salaires de l'ordre de 1 à 2 euros par jour. Les nomades utilisent le téléphone pour négocier avec les sédentaires le passage de leurs troupeaux. Les agriculteurs et les communautés rurales ainsi désenclavées peuvent s'informer sur les cours mondiaux des produits agricoles. Les pêcheurs sénégalais utilisent le téléphone comme un GPS de fortune pour s'orienter.

2 Les acteurs du marché du téléphone mobile

2.1 Un marché dominé par le Nord et les pays émergents

L'Union Internationale des Télécommunications (UIT) qui régule le marché est installée à Genève (Suisse). Les principales FTN qui fabriquent les téléphones sont situées dans un petit nombre de pays : aux Etats-Unis (Apple, Motorola, RIM), en Europe (Vodafone, Sony-Ericsson, Nokia), en Asie (les coréens Samsung et LG). Les FTN recherchent des relais de croissance dans les pays émergents. Or dans ces pays, de nouveaux (et redoutables) concurrents apparaissent : en Chine (China Mobile, Huawei, ZTE. . .), au Mexique (America Movil). Ces nouveaux venus disposent d'un important marché local souvent très protégé et ils exportent aussi bien vers le Sud que vers la Triade. Ils consacrent d'importantes sommes d'argent à la R&D.

Le marché de la téléphonie évolue à une très grande vitesse. Une entreprise en pointe peut perdre rapidement sa suprématie si elle n'investit pas assez ou si elle rate un virage technologique. C'est le cas de Nokia concurrencée sur le haut de gamme par Apple et Samsung et par les chinois pour les terminaux à bas coût.

2.2 Les stratégies des FTN

Les FTN utilisent la mondialisation pour maximiser leurs profits. L'entreprise Apple fondée par Steve Jobs constitue l'exemple le plus parlant de la mondialisation de cette activité. En 2007, la marque à la pomme lance le premier « iPhone ». Les différentes phases de la fabrication sont assurées par des acteurs différents situés sur des continents différents.

L'entreprise Apple n'assure que certaines tâches : la conception, le marketing, la communication externe. La fabrication des composants est assurée par des sous-traitants installés aux EU, en Allemagne, au Japon et en Corée du Sud. LG fournit les écrans tactiles « rétina », Sony les appareils photos et Samsung les batteries. Toutes ces pièces sont acheminées vers la Chine où le Taiwanais Foxconn assure le montage des objets dans d'immenses usines. Apple a développé une stratégie très particulière. Il a créé des boutiques (les « Applestores ») et chaque lancement de produit devient un show pour créer une frénésie dans le public. En Octobre 2011, 4 millions d'« Iphones 4S » ont été ainsi vendus en 3 jours.

2.3 L'action des Etats

De nombreux Etats soutiennent le développement des réseaux mobiles car le mobile est moins cher à installer que la téléphonie fixe. Le téléphone permet à des villages enclavés de faire venir des services de secours ou d'enclencher une dynamique de développement. La Mauritanie s'est lancée avec des partenaires privés dans la réalisation d'un réseau GSM. L'Etat a dépensé 25 M de \$ pour se connecter au câble sous-marin. Il envisage de développer la fibre optique sur tout le territoire.

3 Téléphonie mobile et développement durable

3.1 La « fracture numérique »

Tous les pays ne sont pas égaux dans l'accès à la téléphonie mobile. Les pays riches ont des territoires totalement couverts par les différents opérateurs. Dans les pays émergents, les Etats investissent massivement pour connecter tous les territoires. Cependant, au niveau mondial, il existe une fracture numérique. Les pays pauvres n'ont pas toujours les moyens de financer les énormes investissements nécessaires. Leurs populations connaissent donc une « exclusion » numérique. Enfin, le prix d'un abonnement reste prohibitif si on le rapporte au salaire local. (D'ailleurs certains opérateurs installés à Paris proposent à leurs clients de payer en France les forfaits de la famille restée au pays natal). Les pays du Sud par la voix d'Abdoulaye Wade ont demandé l'instauration d'une taxe sur les populations des pays riches pour résorber la fracture numérique. En 2005, l'ONU a organisé à Tunis un Sommet Mondial de la Société de l'Information (SMSI). En 2006, Doha (Qatar) a accueilli la Conférence Mondiale des Télécommunications.

3.2 Les atteintes au droit du travail

Les sorties des appareils Apple donnent lieu à des scènes de liesse dans les magasins. Les milliers de journalistes accrédités multiplient les articles flatteurs et élogieux. En revanche, rares sont les enquêtes sur les conditions de travail des ouvriers des usines de téléphones mobiles. En 2010, des ouvriers chinois de Foxconn, pour dénoncer leurs conditions de travail (pressions, injures répétées...), sont montés sur le toit de leur usine et se sont jetés dans le vide. De nombreux fans des produits d'Apple, ont alors appris que le salaire des ouvriers passait dans le paiement du badge, du logement, de la nourriture et qu'ils devaient accepter de faire de très nombreuses heures supplémentaires pour pouvoir aider leurs familles restées au village.

Les abonnés au téléphone mobile ne doivent pas non plus oublier que le cours des métaux rares a flambé et que des régions entières (Congo-Zaïre) connaissent des violences de la part de bandes criminelles qui veulent capter cette manne.

3.3 Un faible recyclage

Les téléphones ont une durée de vie de plus en plus limitée. Leur sophistication croissante les rend toujours plus fragiles. D'autre part, en raison des progrès techniques constants, ils sont rapidement obsolètes. Les téléphones inutilisés s'entassent dans les tiroirs. Un recyclage systématique aurait l'avantage de

permettre une exploitation raisonnable des ressources naturelles et de limiter les gaspillages.

Conclusion

Le téléphone portable est actuellement le produit technologique le plus échangé au monde. Il a contribué à réduire la pauvreté et la détresse humaines. Avec l'augmentation de sa puissance, il est appelé à devenir un véritable ordinateur. Il a contribué à créer le « village global » dans lequel nous vivons. Ce succès économique et technologique a aussi son revers : il montre aussi que la mondialisation aggrave les inégalités, ponctionne les ressources naturelles et dégrade parfois l'environnement.