

**\* Question principale : 10 points**

Le coût du travail suffit-il à expliquer les stratégies de localisation des firmes transnationales ?

Document 1 – Qui fabrique l'iPhone ?

Équipementier	Composants	Coûts (\$)
Toshiba (Japon)	Mémoire Flash, module d'affichage, écran digital	59
Samsung (Corée)	Processeur d'applications, mémoire	23
Infineon (Allemagne)	Puce téléphone, appareil photo, récepteur GPS, émetteur-récepteur	29
Broadcom (Etats-Unis)	Bluetooth	6
Autres fournisseurs	Autres éléments	55
Foxconn (Taïwan)	Assemblage	7

Source : Y. Xing, N. Detert, ADB Institute Working Paper, n° 257, déc. 2010

**Document 2 – Les déterminants de la multinationalisation**

De nombreuses études récentes montrent que les comportements de localisation géographiques des entreprises multinationales sont très marqués par des phénomènes d'agglomération et de proximité. Agglomération, car les entreprises colocalisent afin de profiter d'externalités positives générées par l'agglomération (marché du travail local commun, marché de biens capitaux, infrastructures publiques, retombées technologiques, gain d'information, etc.). De même, les multinationales sont souvent contraintes par un effet de distance ; elles tendent à se localiser d'abord près de leurs pays d'origine comme on l'observe notamment pour la concentration des multinationales françaises en Europe.

Jean-Louis Marchelli, *La mondialisation, chocs et mesure* ; Hachette supérieure, 2008

**Questions complémentaires : 10 points****- Questions de savoir-faire**

1	Expliquez la phrase soulignée (document 2)	4 pts
---	--	-------

**- Questions complémentaires de connaissances**

2	Quels sont les objectifs de la taxation dans le cadre de la politique climatique ?	3 pts
3	Comment la famille peut-elle être un atout pour la mobilité sociale ?	3 pts