

Leçon faisant partie d'un bloc consacré au fonctionnement et aux territoires de la mondialisation. Le but de ce thème est de montrer quelles dynamiques territoriales sont générées par la mondialisation à travers plusieurs chapitres, avec deux objectifs principaux : comment elle fonctionne et quels sont les différents territoires de la mondialisation

La mondialisation en fonctionnement, avec en amorce une étude de cas d'un produit mondialisé (étude de cas), puis une approche plus générale des processus et acteurs de la mondialisation mais également des mobilités, flux et réseaux.

Problématiser : Comment le processus de mondialisation fonctionne-t-il ?

Avec des sous-problématiques :

- Par quels processus, selon quelles formes de flux 1 produit est-il introduit dans les courants d'échanges mondialisés ?
- Comment s'organisent les chaînes d'acteurs, les marchés et les systèmes territoriaux qui forment le cadre au sein duquel se conçoivent, se produisent et se consomment les biens et les services à l'échelle mondiale ?
- Quel rôle jouent les mobilités, les flux, les systèmes de communication matériels et les réseaux numériques dans le fonctionnement de la mondialisation ?

Tout au long de l'étude, une étude de cas servira de fil conducteur : **un produit mondialisé, le Nutella.**

▣ *Objectifs de l'étude de cas : mettre en évidence l'ensemble de la production, les différents acteurs (FTN notamment), les réseaux à partir desquels la production est mise en mouvements, les débats et contestations.*

Introduction :

Point méthode : Rédiger l'introduction d'une composition de géographie, c'est :

- débiter par une accroche : c'est un exemple bref qui lance la réflexion ;
- définir tous les termes du sujet (quoi ? où ? quand ?) pour éviter le hors-sujet ;
- formuler une problématique reprenant les mots clefs essentiels du sujet ;
- annoncer le plan (c'est-à-dire le nombre, l'ordre et le thème de celles-ci)

Les vêtements que nous portons, les produits *high tech* que nous utilisons et certains plats que nous mangeons sont autant de symboles de la mondialisation (mise en relation, à l'échelle mondiale, des territoires, des hommes et des économies, par des flux variés, toujours plus massifs et toujours plus rapides) dans laquelle nous vivons et dont nous sommes des acteurs.

Processus remontant au XVI^{ème} siècle, la mondialisation est toujours en cours aujourd'hui et elle a connu une accélération très importante depuis les années 1980. Elle intègre les économies, les hommes et les territoires dans un système fonctionnant à l'échelle de la planète tout entière. Alimentée par de multiples flux, mise en oeuvre par des acteurs très divers, elle suscite cependant de nombreux débats quant à son fonctionnement.

Pourquoi le fonctionnement de la mondialisation - qui permet la mise en relation de très nombreux acteurs et territoires à l'échelle mondiale - fait-il dans le même temps l'objet de débats voire de contestations ?

mondialisation = Interdépendance de tous les espaces, des économies mondiales et des sociétés par une intensification des échanges. Se traduit par X des flux de marchandises, de personnes, de capitaux, d'informations à l'échelle mondiale.

Processus ancien, depuis le XVI^os, s'accélère au XIX^o, puis démultiplié depuis 1945 et 1989...

Elle mobilise des aspects économiques (échanges, financiarisation, production), politiques (Etats, organisations), techniques (réseaux, flux, logistique) et socio-cultures (acteurs, migrations).

1ere partie : Un produit mondialisé, le Nutella *étude de cas*

Nutella est une marque du groupe italien Ferrero créée en 1946. Initialement commercialisée en Italie, elle a rapidement conquis le marché européen, puis mondial, dont elle est aujourd'hui un des leaders. Ce produit agroalimentaire, fabriqué dans plusieurs pays et à partir d'ingrédients venus de tous les continents est représentatif de la mondialisation à travers la Division Internationale du Travail (DIT).

A. Le Nutella : une production mondialisée impliquant de nombreux acteurs

Depuis son invention en Italie par le confiseur Pietro Ferrero (Giandujot, 1946, Supercrema en 1951) le Nutella est passé d'une petite production familiale à une production industrialisée et mondialisée. La production du Nutella répond à une logique mondiale qui met en réseau les espaces et les acteurs. Le siège social du groupe Ferrero, maison-mère de la société Nutella, se situe aujourd'hui encore à Alba, en Italie. Et si les usines de production sont surtout concentrées en Europe et en Amérique, l'entreprise est présente sur tous les continents à travers les agriculteurs liés au groupe.

Le cacao provient de petits producteurs du Nigeria, du Ghana et de Côte d'Ivoire, l'huile de Palme de Malaisie, de Papouasie, du Brésil. Le sucre est produit en Europe, au Brésil en inde ou encore en Australie) et la vanille en Chine... ou à la Réunion. Quant aux noisettes, le groupe Ferrero achète 80% de la production de la Turquie, plus grand producteur mondial de ce petit fruit à coque. La DIPP vise à réduire les coûts de production et faciliter l'accès aux marchés. Ferrero privilégie donc les fournisseurs et les approvisionnements dans les pays voisins des usines de fabrication du Nutella. Lorsque les conditions climatiques ne permettent pas de les cultiver ailleurs, les matières premières viennent de pays émergents ou de pays en développement (pays dont l'IDH est faible), profitant ainsi du faible coût de la min d'œuvre.

Tous ces agriculteurs se situent en amont de la chaîne de production de la célèbre pate à tartiner. De grands groupes de transport (comme STEF-TFE) assurent la distribution des pots de Nutella à travers la planète : ils se situent en aval de la chaîne de production. Tous ces acteurs sont fortement dépendants du groupe Ferrero, qui leur commande les matières premières (et impose donc les prix) et utilise leurs services. Ferrero se positionne ainsi au cœur d'un réseau productif mondial (agriculteurs, transporteurs, distributeurs).

Deux types de flux interviennent dans le marché du Nutella : d'abord des flux de matières premières (en fait, il s'agit des ingrédients entrant dans la recette du Nutella) mais aussi des flux de produits finis (les pots de Nutella, eux-mêmes, une fois qu'ils ont été produits).

B. Des acteurs et des flux en réseau impliqués dans la diffusion du Nutella

L'entreprise Ferrero, à laquelle appartient Nutella, enregistre un chiffre d'affaires annuel de + de 8 milliards de dollars : c'est le quatrième groupe mondial en confiserie et chocolaterie. Elle commercialise plus de 50 produits dans de nombreux pays de la planète. Elle est donc une firme transnationale (entreprise dont le chiffre d'affaire dépasse les 500 millions de dollars annuels et qui réalise au moins 25% de sa production et de ses ventes dans au moins six pays différents de son pays d'origine).

La géographie du Nutella est mondialisée : le Nutella est commercialisé à l'échelle mondiale. Sa diffusion s'étend au continent européen en 1^{er} lieu, mais concerne également l'Océanie et l'Amérique du Nord. Seul le continent africain, hormis l'Afrique du Sud, échappe encore à la célèbre pâte à tartiner.

Son insertion dans la mondialisation se renforce en direction des pays émergents. Les marchés asiatique et sud américain sont en pleine expansion. Le bureau Ferrero international établit depuis le Luxembourg des stratégies commerciales dans leur direction, notamment grâce à la grande distribution (Walmart au Brésil). Des plus, des bars à Nutella s'ouvrent avec l'accord tacite du groupe (Sao Paulo au Brésil, Sidney en Australie)

C. Les débats et les résistances liés à la production et à la distribution du Nutella

La production du Nutella soulève des débats environnementaux : La culture du palmier à huile, issue à 85% d'Asie du Sud-Est (Indonésie et Malaisie) est rendue responsable d'une grande part de la déforestation et est accusée de menace à la biodiversité naturelle (zone d'habitat naturel de l'orang outan) . Les ONG tels que WWF ou Greenpeace font régulièrement pression sur les FTN agroalimentaires pour qu'elles prennent des engagements pour s'approvisionner en huile de palme zéro déforestation . Selon un rapport présenté par WWF en 2016, de plus en plus d'entreprises optent aujourd'hui pour une huile de palme durable. C'est le cas de l'entreprise Ferrero, mais aussi Danone.

La marque est également à l'origine de débats sanitaires : le Nutella est accusé de favoriser le surpoids et l'obésité. Ses slogans "De l'énergie pour penser et se dépenser", "Chaque jour du bonheur à tartiner" ou "Il en faut de l'énergie pour être un enfant" sont destinés à faire du Nutella l'aliment indispensable à la croissance des petits et à la bonne humeur des grands.

Nutella n'a pourtant pas que des supporters. La pâte à tartiner, malgré les noisettes et le verre de lait qui ornent son étiquette, ne contient que 13 % des premières et 6 % du second. Nutella, c'est du gras et du sucre, à 60 % ! A l'heure du "mangez moins gras, moins sucré" du Plan national nutrition santé, le Nutella est dans le collimateur.

Par ailleurs, malgré sa célébrité, le Nutella n'est pas un symbole de la mondialisation culturelle. En effet, la pâte à tartiner est adaptée aux goûts alimentaires des populations (elle est plus solide et plus riche en cacao en Allemagne qu'en France et en Italie). D'autre part, dans certains États, le Nutella ne parvient pas à conquérir le marché de la pâte à tartiner : aux États-Unis, les consommateurs lui préfèrent nettement le sacro-saint *peanut butter* et en Chine, les ventes sont quasiment nulles : difficile de tartiner du Nutella pour des consommateurs non habitués ... au pain !

Bilan de l'étude de cas : Un produit mondialisé, le Nutella (schéma)

Etude de cas – Un produit mondialisé : le NUTELLA

I. Le processus : de la conception à la tartine....

Document 1 – De la petite entreprise familiale au groupe mondialement connu

« Pietro Ferrero, un pâtissier italien crée une usine de confiserie à son nom en 1946 dans la ville d'Alba, au nord de l'Italie. Pietro y invente une recette de pâte dure, à « trancher », et produite à base de noisettes, car les fèves de cacao sont devenues beaucoup trop chères après la guerre. La légende raconte qu'à la suite d'une canicule, le chocolat fondit et donna l'idée d'une pâte à tartiner sur du pain.



La recette est renommée « Supercrema » : le premier Nutella est né. En 1949, Pietro décède et l'entreprise revient à son fils. Michele va faire prospérer l'affaire et modifier la recette de la « Supercrema » pendant des années, notamment pour la rendre plus malléable et l'empêcher de durcir, grâce à l'huile de palme. Quinze ans plus tard, en 1961, « La Tartinoise » (premier nom français) est lancée, puis devient en 1964 le Nutella tel qu'on le connaît. C'est un succès immédiat qui encourage Michele Pietro à innover toute sa vie dans le chocolat. Après les Mon Chéri, conçus en 1956, ce sont la marque Kinder en 1968 et les petits bonbons Tic-Tac un an plus tard, qui ravirent les papilles de millions de gourmands. La gamme Kinder s'étend, puis les Ferrero Rocher apparaissent : Michele Ferrero transforme la petite entreprise italienne en groupe agroalimentaire mondial.

Aujourd'hui, Ferrero génère 8,1 milliards de chiffre d'affaires, dont 20 % réalisé par la vente du Nutella. Le géant du chocolat dispose de 20 sites de production et de 6 entreprises agricoles, répartis principalement en Europe, en Amérique, et en Asie du Sud-Est. 50 produits différents existent à travers le monde, conçus et commercialisés par 24.800 collaborateurs.

Il faut savoir que Ferrero possède seulement huit usines dans le monde qui fabriquent du Nutella, et que la première usine mondiale de production de la fameuse pâte à tartiner se trouve en France. Située à Villers-Écalles, près de Rouen en Seine-Maritime, elle fabrique 155 millions de pots de Nutella par an, soit un tiers de la production totale. Ferrero France emploie 1.200 collaborateurs et a généré 1,23 milliard d'euros de chiffre d'affaires en 2013. Avec 35,2 % de parts de marché, la marque est le leader de la confiserie chocolatée en France et a gagné 10 % de croissance sur la vente de chocolats de Noël en décembre dernier. »

Cécile Puyhardy, *Le journal des entreprises*,

<http://www.lejournaldesentreprises.com/national/micheleferrero-le-pere-du-nutella-est-mort-16-02-2015-248357.php> - 16 février 2015

Document 2 – Ingrédients et fabrication



