SEQUENCE I / LA MONDIALISATION EN FONCTIONNEMENT

**Séance 1 : Etude de cas : La Nutella, un produit mondialisé**

**Pourquoi le Nutella est-il révélateur du fonctionnement de la mondialisation et des débats qu’elle suscite ?**

**Nutella est une marque du groupe italien Ferrero créée en 1964. Initialement commercialisé en Italie, elle a conquis le marché Européen puis mondial, dont elle est aujourd’hui un des leaders. Ce produit agroalimentaire, fabriqué dans plusieurs pays à partir d’ingrédients venus de tous les continents, est représentatif de la division internationale du travail.**

**I- Quelles sont les acteurs et les territoires de la production du Nutella ?**

**Q1** Le Nutella est conçu au siège social du groupe Ferrero, à Alba, en Italie et il est produit dans des usines se trouvant essentiellement dans des pays développés (en Europe, Canada, Australie) et émergents (Brésil, Argentine).

**Q2** Les ingrédients proviennent de pays du Sud , pays émergents :Nigeria/cacao, Brésil/sucre, Turquie/noisettes, Chine, Malaisie/huile de palme. L’approvisionnement est soumis à des aléas climatiques et économiques (des baisses de production peuvent faire flamber les prix des matières premières, comme les noisettes turques). Nutella est donc dépendant de ses fournisseurs, en termes de prix et de quantité livré.

**Q3** Ferrero est une firme transnationale dans la mesure où le Nutella est produit dans 10 pays différents de son pays d’origine. Le Nutella est fabriqué dans 9 usines , implantées dans des pays développés ou émergents : Italie, France, Allemagne, Russie, Canada, Brésil et argentine. Cette logique d’implantation, à proximité des principaux marché de consommation, reflète les stratégies de nombreuses FTN.

**Q4** La production du Nutella est caractéristique de la «division internationale du travail » car sa production se fait dans des lieux différents à l’échelle mondiale en fonction d’une spécialisation des pays: la conception du produit au siège social à Alba en Italie, la production des matières premières surtout dans les pays émergents, la production des pots de pâte à tartiner dans des pays développés et émergents.

**II- Quelle diffusion du Nutella ? Flux et stratégies**

**Q1** Plusieurs types de flux animent le marché du Nutella : des flux d’information depuis le siège social de Ferrero vers les usines de production ; des flux de capitaux depuis le siège social de Nutella vers les fournisseurs de matières premières ; des flux de matières premières depuis les pays fournisseurs de matières premières vers les usines de production de la pâte à tartiner ; des flux de produits finis depuis les usines de production vers les lieux de vente. Ces flux se font par voie maritime, fluviale ou routière.

Q2 Le Nutella est commercialisé à l’échelle mondiale maisla consommation du Nutella est surtout bien implantée dans les pays développés (surtout européens) et émergents. La publicité, l’implantation de points de vente du Nutella et l’uniformisation des goûts alimentaires contribuent à cette diffusion du Nutella. Des bars à Nutella ont même ouvert dans des métropoles d’Europe et d’Amérique du Nord.

**Q3** Pour autant, il est exagéré de parler d’une mondialisation des goûts à propos du Nutella dans la mesure où il ne parvient pas à s’implanter dans certains États comme les États-Unis (où les consommateurs préfèrent le beurre de cacahuètes) et en Chine (car les Chinois consomment peu de pain, sur lequel on tartine le Nutella).De plus, la marque est obligée de s’adapter aux différences de goûts (Allemagne). Cela est révélateur des limites de la mondialisation culturelle

**III- Quels débats autour du Nutella ?**

**Q1** La production et la consommation du Nutella suscite des débats en matière sanitaire (risque d’obésité du fait de la concentration de graisse et de sucre) et environnementale (du fait de la déforestation en Malaisie liée à la culture de l’huile de palme, qui entre dans la composition du Nutella). Les gouvernements italiens et francais prennent part à ces débats.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Enjeux | Problème soulevé | Acteurs concernés et réponse de la FTN Ferrero |
| Social et économique | - Producteurs de cacao : essentiellement du Sud peu rémunérés - Travail des enfants dans les plantations (Côte d‘Ivoire) - Pas de protection sociale à Baramati en Inde pour les intérimaires, inégalités hommes femmes🡪mvt social en 2014 | Concerne les travailleurs pauvres. Femmes et enfants encore plus fragiles. Interventions des ONG du commerce équitable comme Max Haavelar. 🡪Engagements pour cacao équitable 🡪engagements pour les écoles et la santé (mais rien pour les femmes !) |
| Environnemental Et sanitaire | - Huile de palme (également utilisée dans l’industrie cosmétique)🡪défrichements massifs et atteinte à la biodiversité (250 000 ha de forêt primaire, orang-outang)  - Huile de palme = 25 % d’un pot de Nutella : mauvais gras (or 20 kg/an/personne), dvpt de l’obésité et maladies cardio-vasculaires | Dénoncé par les ONG : WWF, Greenpeace 🡪Engagements sur traçabilité. Huile de palme avec 0 déforestation Mais scepticisme  🡪Pas d’engagement ici de Ferrero. Projet de taxe Nutella en France = droit de douane sur la tonne (300 €), finalement abandonnée par l’Etat. |

FTN qui soulève de nombreuses critiques, auxquelles elle tente de répondre sous la pression des ONG, mais elle veut vendre et réaliser des profits....

