

# Le vin, produit mondialisé

Proposition d'étude de cas  
Terminales ES, L, S

Elise DALLIER, Jean-Pierre PEYROULOU  
Lycée Corneille (La-Celle-Saint-Cloud)

# Les attentes officielles

- Thème 2 de géographie  
« Les dynamiques de la mondialisation »
- « La mondialisation, fonctionnement et Territoires » en S
- « La mondialisation en fonctionnement » en ES, L (avant de traiter des territoires)

# Précisions sur les attentes pour l'étude de cas

- L'étude de cas permet d'aborder une question du programme (les grands enjeux)
- L'étude de cas induit des réflexions de portée générale (construire des notions)
- C'est par l'étude de cas que commence le traitement de la question
- L'étude de cas occupe environ un tiers du temps accordé à l'enseignement de la question

# Les attentes plus précises sur ce chapitre (fiche Eduscol)

On peut considérer qu'un produit mondialisé est un produit élaboré dont les étapes de fabrication, d'assemblage, d'acheminement, de distribution et de consommation reflètent l'intégration des acteurs économiques mondiaux et révèlent la complexité des liens économiques qui unissent différentes parties du monde. C'est un produit qui fait l'objet d'une distribution massive sur les marchés du monde.

(suite)

On pourra montrer de quelle façon le caractère massif de la production et la standardisation des process en font un produit mondialisé, mais sans oublier que la déclinaison du produit en gammes permet de s'adapter à des clientèles aux revenus et goûts différents à la surface de la planète.

# À retenir...

Le vin peut donc être traité comme « un produit mondialisé » pour l'étude de cas en Terminale (séries générales).

# Démarche proposée

- Sélectionner des documents pour constituer un corpus
- Créer les questions pour la classe
- Amener les élèves à l'élargissement nécessaire au terme de l'étude de cas (sur la mondialisation)

# Plan proposé pour l'étude de cas

- 1/ La progressive mondialisation du vin ou comment le vin a-t-il conquis la planète ?
- 2/ La planète du vin : stratégie de conquête des marchés à l'échelle mondiale, construction de nouveaux réseaux
- 3/ Le vin au cœur de nouveaux rapports de force mondiaux (économiques, sociaux, culturels)



Voir la fiche explicative et les documents proposés pour poursuivre...