

Séance 1 : Le circuit mondial d'un jean (T.D)Objectifs :

- Décrire et analyser une situation géographique.
- Produire un raisonnement relatif à la situation étudiée.
- Constater que les flux qui parcourent le monde, en l'occurrence ici le jean, dessinent des réseaux et sont fortement concentrés dans la Triade. Mais, que des ports intermédiaires profitent de ces passages pour se développer.
- Distinguer les différents acteurs en jeu et montrer comment hommes, territoires et économies s'intègrent dans un système à l'échelle de la planète (mondialisation).

Compétences mises en œuvre :

- Repérer la situation étudiée dans l'espace : Localiser une situation/des repères. Utiliser l'échelle graphique.
- Mettre en œuvre, les démarches et les connaissances du programme : Décrire et caractériser une situation géographique.
- Exploiter des documents pour analyser une situation historique et géographique : Compléter une carte simple, un croquis simple, un schéma fléché simple, relatifs à la situation étudiée.

- Quelques précisions :

Le *blue-jean* (aussi appelé jean) est un pantalon à coutures coupé dans une toile appelée « denim » (étoffe lissée au XVI^{ème} siècle à Nîmes, d'où son nom). Le bleu provenait d'une teinture dite *blu di Genova* en italien (bleu de Gênes) d'où le nom *blue jean*. À l'origine, le jean était porté comme vêtement de travail aux États-Unis à la fin du XIX^{ème} siècle, le tissu étant robuste.

En 1908 le Britannique Morris Cooper crée une firme spécialisée dans la confection de vêtements de travail. En moins de deux ans, l'entreprise emploie 600 ouvriers. En 1914, Morris Cooper devient le principal fournisseur d'uniformes pour l'armée britannique. Son fils lui donne une dimension internationale après la Seconde Guerre mondiale. La firme se spécialise dans le vêtement (et notamment le jean) et se diversifie. La conception, la fabrication et la distribution du jean sont aujourd'hui mondiales. Ce produit témoigne des inégalités des pays du monde face à la mondialisation.

Document 1 : Reportage de Yann-Arthus Bertrand "Vu du Ciel" Toujours Plus sur France 3 : Tunisie(blog)

Document 2 : Article du Courrier International

Depuis le coton béninois jusqu'à l'assemblage en Tunisie, en n'oubliant pas le cuivre namibien, la fabrication du célèbre denim ressemble à un long voyage (65 000 kilomètres !).

Dans le centre commercial d'Ipswich, dans l'est de l'Angleterre, une pancarte vante des "Grandes marques à 19, 95 livres [30€]". Juste un jean, se nichant parmi des dizaines d'autres identiques. Un Lee Cooper, modèle LC10. Du 100 % coton. Mais aucune mention de l'origine, ce qui est sans doute tout aussi bien, car que mettre si on la connaissait vraiment ? "Fabriqué en Tunisie, en Italie, en Allemagne, en France, en Irlande du Nord, au Pakistan, en Turquie, au Japon, en Corée du Sud, en Namibie, au Bénin, en Australie et en Hongrie" ? Car cette boutique est le terminus d'un voyage dont les étapes, mises bout à bout, feraient une fois et demie le tour du monde. Ces jeans sont arrivés ici il y a quelques jours dans une camionnette depuis l'entrepôt de Lee Cooper au nord de Londres. Auparavant, il avait traversé la Manche par le tunnel, dans un camion parti d'un entrepôt similaire à Amiens et, avant cela encore, avait quitté la Tunisie par train et par bateau. Il venait de Ras Jebel plus précisément, à une bonne heure de route au nord de Tunis, une petite ville de 3 000 âmes, banale, tranquille et poussiéreuse, qui ne compte pas moins de trois usines fabriquant des vêtements Lee Cooper. Ici, 500 femmes travaillent à un rythme effréné, les yeux baissés, tous les muscles du corps tendus. Chacune a sa spécialité : fermetures Éclair, poches, coutures latérales, ourlets. Mais cet atelier, cette petite communauté d'ouvrières, ne signe pas le début de notre pantalon. En un sens, il en marque plutôt la fin : la destination. Il y a, par exemple, cette toile rigide, d'un bleu sombre, le denim Kansas. Il arrive à Ras Jebel par les voies terrestre et maritime, en provenance de l'usine Italdenim de Milan, à près de 1 000 kilomètres de là, où il a été filé, tissé et teint avec de l'indigo synthétique manufacturé à environ 500 kilomètres plus au nord, à Francfort, en Allemagne. À Ras Jebel, on le coupe, le coud et le transforme de nouveau, cette fois en un tissu doux et agréable à porter, dans de gigantesques machines à laver industrielles, en utilisant de la pierre ponce extraite d'un volcan éteint de Turquie.

Et qu'en est-il du coton qui sert à fabriquer la toile ? Italdenim compte plusieurs sources d'approvisionnement, la principale étant le Bénin, en Afrique de l'Ouest. Ainsi, après avoir parcouru plus de 4 000 kilomètres en direction du nord, vers Milan, ce coton refait le chemin inverse, plusieurs centaines de kilomètres vers Tunis, avant de repartir de nouveau vers le nord, pour se rendre en Angleterre. Le Bénin est l'un des pays cultivateurs d'Afrique de l'Ouest. En raison de la corruption et de la mauvaise gestion, les cultivateurs sont pour la plupart restés aussi pauvres qu'il y a cent ans, lorsque les Français ont introduit cette culture dans la région. Nous voici sur les 3 hectares appartenant à Nestor Zinkponon, au village de Saklo Agoume, dans le centre du pays. Aux moments les plus chargés de la saison, lors des semailles et de la cueillette, 48 personnes travaillent dans ces champs pour 1 € par jour. Ces dépenses mettent Nestor Zinkponon à la merci de la moindre mauvaise récolte. L'année dernière, les pluies du début de saison ne sont pas tombées, et l'engrais fraîchement épandu a été emporté par les vents. En conséquence, il a réalisé à peine 22 € de bénéfices sur une tonne et demie de coton - de quoi s'acheter une jambe d'un Lee Cooper LC10.

Tunis, le coton béninois n'est pas le seul qui entre dans la fabrication de nos jeans. Il y a aussi celui de Corée du Sud ou du Pakistan, filé et traité par la chaleur dans ce dernier pays. Il y a aussi le, ou plutôt les fils à coudre en coton - ils sont produits à Lisnaskea, en Irlande du Nord, mais aussi en Hongrie et en Turquie. Ils sont teints en Espagne et mis en bobine à Tunis, avant d'être expédiés à Ras Jebel. L'entreprise achète la fibre polyester, qui donne au fil sa solidité, au Japon, où on la fabrique avec des produits pétroliers. Tout comme la bande en polyester de la fermeture Éclair qui, par une pure coïncidence, est produite en France par une autre firme japonaise, YKK. Le laiton des dents de la fermeture provient également du Japon. Le laiton est un alliage composé principalement de cuivre avec un peu de zinc. Les rivets et une partie des boutons sont aussi en laiton. Ils sont fournis par Prym, une entreprise allemande qui produit son propre laiton avec du zinc et du cuivre importés d'Australie et de Namibie.

Fran Abrams et James Asill. Article traduit et publié par Courier International 02/08/2001, Numéro 561

Document 3 : Une clientèle particulière

Le succès des premiers jeans Lee Cooper à l'échelon local se propage rapidement en Europe du Nord, puis en France et dans le reste du monde (70 pays à ce jour). Dans les années 1970, les ventes grimpent en flèche quand Jane Birkin devient l'égérie des campagnes publicitaires. Très tôt, Lee Cooper saisit l'influence des stars sur les achats des consommateurs. Trente ans plus tard, le système fonctionne toujours. Pour le printemps-été 2008, la marque est le premier label de denim à proposer un contrat longue durée (trois ans) à l'actrice française Lou Doillon, la fille de Jane Birkin. Du créateur Jean-Charles de Castelbajac, qui cosigne également des modèles avec Lee Cooper à partir de cette saison, au designer Ora Ito qui a imaginé le logo des cent ans, en passant par Paco Rabanne, Jean-Claude Jitrois, le lunetier Main Mikli ou la créatrice de bijoux Irina Wolkonski, tous ont laissé libre cours à leur inspiration, à l'image de Lee Cooper et de ses créations hors des sentiers battus du jean.

Frédéric Martin-Bernar,

«Lee Cooper, un centenaire à part », *Le Figaro Madame*, 12 février 2008.



1) Présentez le document 2 et quels sont ses objectifs ?

- Ce texte est, l'extrait d'un article de presse paru initialement dans le quotidien anglais *The Guardian*, en 2001. Ce journal est l'un des autres principaux quotidiens londoniens, avec *The Times* (libéral) ou *The Daily Telegraph* (conservateur). Comme eux, le *Guardian* appartient, à la catégorie des quotidiens de qualité, opposée à celle des quotidiens populaires comme *The Sun*, *The Daily Mirror* ou *The Daily Mail*, qui exploitent le sensationnel et qui sont qualifiés parfois de presse de caniveau... La ligne éditoriale du *Guardian* est à la fois proche des positions libérales et de celle des travaillistes.
- Cet article a été, ensuite, traduit et reproduit dans l'hebdomadaire français Courier International, qui, comme son nom l'indique, se fait l'écho, à travers une sélection d'articles prélevés dans l'ensemble de la presse écrite mondiale, de la manière dont la presse mondiale traite l'actualité. L'intérêt de cette publication est de montrer différents points de vue sur les événements mondiaux. Elle ouvre les fenêtres sur la presse mondiale et ses différentes sensibilités. Elle brise le cercle étroit de l'actualité franco-française.

- En décrivant la chaîne de fabrication mondiale qui précède l'achat par le consommateur d'un objet banal – un pantalon Jean de marque dans un supermarché - l'objectif des journalistes du *Guardian*, est d'abord d'informer le lecteur sur l'internationalisation de la production des biens de consommation aujourd'hui. Cette internationalisation ôte tout intérêt à l'étiquetage de la provenance nationale du produit.
- Le fameux « Made in... », qui avait alerté en 1896 les Britanniques sur « l'invasion » des produits allemands a-t-il encore un sens ?
- Le second objectif recherché est d'alimenter la réflexion du lectorat, plutôt intellectuel, du quotidien. Il s'agit, par l'information, de responsabiliser le consommateur qui est aussi un citoyen, de l'éclairer sur ses choix. Cet article rappelle les campagnes de mobilisation des consommateurs contre le travail des enfants (fabrication des chaussures Nike, des ballons de foot du Mondial, etc...). On peut aussi le rattacher à l'écho grandissant suscité par le commerce équitable dans l'opinion publique.

2) Reconstituez le circuit de fabrication du jean, de la matière première au produit fini, puis complétez la carte ci-dessous. Coloriez les différentes parties de la carte en fonction des éléments suivants:

En bleu, les matières premières

En vert, les étapes de transformation de ces matières premières

En jaune, le lieu de fabrication du jean

En rouge, les lieux de stockage et de vente.

- Le tissu du jean Lee Cooper est confectionné à partir du coton du Bénin ou du Pakistan.
- Les autres éléments constitutifs du jean viennent de Namibie, d'Australie ou encore du Japon.
- La toile est fabriquée en Italie. La teinture indigo provient d'Allemagne, la Turquie produit la pierre ponce volcanique, utilisée pour le délavage. L'Irlande fabrique le fil. L'Espagne produit la teinture du fil. La France produit quant à elle des bandes en polyester pour les fermetures-éclair.
- Le jean est enfin assemblé en Tunisie.(rouge)

3) Pourquoi, plus généralement, la production de jeans se fait-elle dans des pays comme la Turquie, l'Inde ou la Chine,

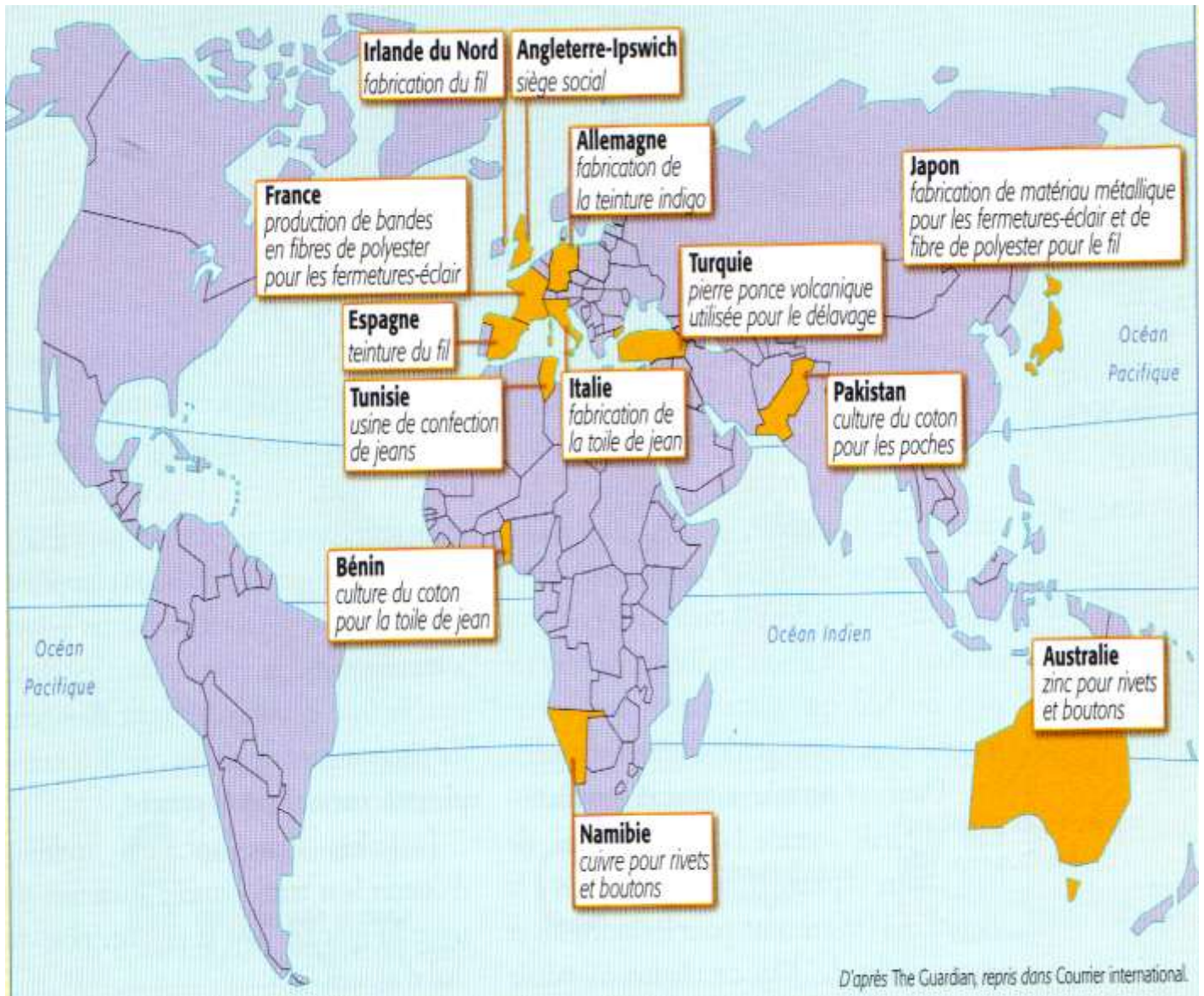
- La production de jeans se fait dans les pays comme la Turquie, l'Inde ou la Chine, car ce sont des pays où la production est à moindre coût, car l'on y travaille davantage, plus rapidement, avec une faible protection sociale.
- La main-d'œuvre y est donc moins chère.
- Les normes environnementales sont également moins strictes pour les entrepreneurs.

4) Comment Lee Cooper cherche-t-elle à être une marque de renom ? A qui sont destinés ces produits ?

- Lee Cooper cherche à être une marque de renom, en développant une communication basée sur des campagnes publicitaires et en associant leur marque à des personnalités connues comme Jane Birkin ou Lou Doillon.
- Les publicités s'adressent aux populations jeunes des pays riches.

5) Quels sont les impacts de la production de jean pour les hommes et l'environnement ? Quelle place le consommateur « occidental » peut-il occuper dans cette situation ?

- Recherche de faible coût de production : salaires toujours plus bas, cadences de travail élevées.
- Pollution des voies maritimes par les cargos.
- Pollution et épuisement des sols par les pesticides sur le coton.
- Dégradation de la santé des agriculteurs et des ouvriers (technique de vieillissement du jean)
- Nécessité d'une prise de conscience du consommateur occidental. + Achat de jean écolo !



Synthèse : Travail autonome

À partir de l'ensemble des documents et de vos réponses, expliquez comment le jean *Lee Cooper* illustre les dimensions économiques, culturelles et environnementales de la mondialisation.