

Compte rendu de modération et résumé de l'exposé intitulé :

Mac Donald et La feta grecque : qui est le loup qui est l'agneau ?

Cet exposé avait pour but d'analyser un phénomène important en matière de géopolitique, la **mondialisation**, à travers un angle d'analyse original : le contraste entre l'empire de Mac Donald et un produit mondialisé, la FETA. Néanmoins, la Feta est un fromage labellisé comme produit de culture et production Grecque. Les trois exposants ont donc construit leur exposé autour des notions de **Culture**, d'**Espace**, qui par conséquent les ont amené à introduire le concept plus large de **civilisation**. Leur exposé organisé en deux grandes parties commence par aborder les grandes théories sur les civilisations : celle de l'historien F. Braudel (espace bien défini avec un religion, une langue, une culture commune) et d'Huntington avec sa célèbre théorie de « *clash of civilisation* » dont les intervenants ont dénoncé les limites. En effet, une culture ne peut être circonscrite à un espace et ainsi ces théories sont incompatibles avec l'organisation englobante résultante du processus de mondialisation.

Un autre élément clé qui a été noté est l'amalgame aisé entre les USA et la **domination économique**, par conséquent, le Mac Donald en tant que produit de culture américaine est associé automatiquement à cette image ; là où la feta est perçue comme un produit représentant une **culture traditionnelle** c'est à dire une petite partie du géant qu'est la mondialisation qui « **uniformise** » les cultures. Dans cette optique on considérerait plutôt la feta comme le loup et Mac Donald comme l'agneau victime de son succès mondial et associé malgré lui à l'image de son territoire d'origine.

Dans leur seconde grande partie les intervenants finissent par réfuter le fait qu'il puisse exister une égalité entre **logique spatiale** et **logique culturelle**. L'expansion d'un produit culturel ne signifie en aucun cas que cette culture tende à absorber une autre culture ; donc selon eux on ne peut conséquemment pas réellement parler d'**américanisation** du monde. L'américanisation correspond précisément à la domination d'une culture sur les autres. Au contraire, chaque produit véhiculerait une part culturelle sans forcément chercher à s'imposer et à effacer les autres.

Enfin, les trois exposants terminèrent leur présentation par la définition de la « société monde » qui permet une approche par la culture de la géographie mais en se rapportant plus à une logique de réseau qu'à une logique territoriale ; celle-ci étant plus en phase avec l'image de la mondialisation.

Plusieurs idées intéressantes ont résultés **du débat** qui a suivi l'exposé. Tout d'abord, la première question était très polémique : « La mondialisation supprime t-elle la spécificité ? ». Cette question a mené à des réactions de la part des intervenants qui répondirent que au contraire la mondialisation, à l'image du produit feta comme « produit monde » prouve bien que certains types de produits dits mondialisés ne le sont précisément que parce qu'ils se réclament de leur **spécificité culturelle**. Il semblerait que pour s'intégrer au processus économique mondial il existerait **deux voix** : celle du marketing de masse (**standardisation** du mode de production) et celle s'appuyant sur la logique territoriale (la FETA). Cette vision des choses réfute par conséquent la thèse d'une **uniformisation** des cultures. En revanche, certains étudiants ont aussi opté pour la thèse inverse en prenant l'exemple de la langue car de nombreuses **langues** disparaissent tous les ans et inversement l'anglais s'impose quasiment partout comme langue indispensable. Ces questions sur l'uniformisation ont naturellement conduit le débat vers la voix d'une possible **américanisation** du monde à l'image de l'influent cinéma américain qui produit des signaux pour diffuser sa culture. Margot a objecté que ce cinéma ne s'impose pas mais que « nous

l'acceptons » et que par conséquent il n'y a pas de **substitution** de la culture américaine mais juste une **juxtaposition** aux autres cultures.

Par la suite, une autre idée s'est détachée de la discussion à partir de plusieurs questions sur la **labellisation** du produit Feta car ceci est précisément l'expression d'une forme de **protectionnisme** qui s'oppose au **libéralisme**, base fondamentale de la mondialisation. Certains étudiants ont alors émis l'hypothèse que, en réalité, l'utilisation du label ne serait qu'une **stratégie** économique pour mettre en avant ce produit en lui conférant un contenu culturel qui lui permettrait ironiquement par là même de s'intégrer au marché mondial en attirant de nouveaux consommateurs. Lise H. est d'ailleurs intervenue pour souligner le fait que cette conception du monde était fort calculatrice et intéressée car la démarche des entreprises et des Etats « ne se préoccupe que des **enjeux économiques** ».

Enfin, la classe est intervenue sur la théorie de Huntington qui permet entre autre de définir la catastrophe du 11 septembre comme le résultat du « *choc des civilisations* », c'est-à-dire d'une **bataille** acharnée entre le modèle occidental et le modèle islamique, mais l'intervention des élèves et du maître de conférence a conduit à une critique de cette théorie qui s'exprima ainsi : il est très difficile de définir ce qu'est une culture, cette notion dépend de nombreux **critères** difficiles à réunir dans une même **dimension spatiale**. Ici la théorie du choc s'annule du fait de l'existence concrète d'un **manque d'homogénéité** des aires de civilisations.