

A. La globalizzazione | Contenuti

L'Unità didattica dedicata al tema della globalizzazione è organizzata secondo questo schema:

A1 – Programmazione

È rivolta ai docenti e presenta gli obiettivi e le fasi di esecuzione dell'attività didattica, con indicazione specifica dei tempi di realizzazione per poter programmare al meglio.

A2 – Testo base

È il documento che dà una visione generale e completa dell'argomento scelto. Il docente lo consegna agli studenti e, come specificato nella parte di Programmazione, lo discute in classe dopo un breve momento di sensibilizzazione (Fase 1). Costituisce quindi la Fase 2.

A3 – Documenti e attività

La presentazione e la discussione di questa raccolta di documenti costituisce la Fase 3 dell'Unità didattica. Si tratta di articoli, grafici e immagini che possono essere selezionati *ad hoc* dal docente, in funzione dell'iter didattico seguito. Per ogni documento sono presenti alcune domande (Attività) con lo scopo di stimolare la riflessione e la discussione.

A4 – Laboratorio (compito di realtà)

Al termine del lavoro didattico, è possibile concludere l'Unità affidando agli studenti un "compito di realtà". Questa attività consente, più di altre pratiche, di attivare competenze sia disciplinari sia trasversali e di verificarne l'acquisizione. In particolare, vogliamo ricordare come favorisca il collegamento con il vissuto quotidiano degli studenti e faciliti il confronto e il dialogo fra di loro, chiamandoli a sviluppare capacità di collaborazione e ad assumere autonomia e responsabilità.

A. La globalizzazione | Programmazione

Tabella degli obiettivi

Obiettivi formativi	<ul style="list-style-type: none">• Comprendere la globalizzazione in quanto fenomeno storico che opera nella nostra società a diversi livelli e sotto diversi aspetti: economico, sociale, politico, culturale, ambientale;• comprendere la complessità dei fenomeni storico-sociali, incoraggiando così il superamento di stereotipi e pregiudizi, e la disponibilità al dialogo e l'apertura verso la diversità;• acquisire consapevolezza dei nessi esistenti fra dimensione individuale e collettiva, favorendo lo sviluppo della responsabilità delle proprie azioni.
Obiettivi disciplinari	<ul style="list-style-type: none">• essere consapevoli della natura complessa del termine globalizzazione e della molteplicità di aspetti e livelli sotto cui si manifesta;• conoscere le principali tappe di sviluppo storico del fenomeno, degli eventi e delle innovazioni tecnologiche che lo hanno accompagnato;• saper distinguere diversi tipi di fonti, ricavarne informazioni pertinenti rispetto all'oggetto di studio, confrontarle e problematizzarle;• saper connettere approccio storico, geografico ed economico, nonché rilevare alcune fondamentali implicazioni giuridiche (per esempio, nell'ambito dei diritti umani).

Tabella operativa

Studio di caso attraverso una lezione partecipata	
Fase 1	• Momento di sensibilizzazione (<i>icebreaker</i>) – 2 ore
Fase 2	• Presentazione e illustrazione del Testo base, e sua discussione – 1 ora
Fase 3	• Presentazione e illustrazione dei Documenti e delle Attività, e loro discussione – 4 ore
Fase 4	• Laboratorio: compito di realtà – 1 ora
Materiale	• LIM, ovvero computer collegato a Internet con un proiettore; in alternativa, fotocopie

Esecuzione

Fase 1 | Sensibilizzazione

All'inizio dell'attività, proporremo, come momento di sensibilizzazione, di entrare in classe con... un **barattolo di Nutella!** È un prodotto familiare, che fa parte della vita quotidiana di molti di noi e, pensiamo, anche di moltissimi studenti. Eppure si tratta di una perfetta chiave di accesso al mondo della globalizzazione: il barattolo da noi portato è presumibilmente prodotto in Italia, negli stabilimenti di Alba, ma gli ingredienti che compongono la prelibata crema vengono dai quattro angoli del mondo (da tempo, ormai, le nocciole piemontesi non sono più sufficienti per il fabbisogno dell'azienda!); se accanto al barattolo si presenta poi il **Documento 1**, si vedrà agevolmente come la Ferrero, l'azienda produttrice della Nutella, sia un'autentica multinazionale, con fornitori e stabilimenti di produzione sparsi in tutto il mondo. Oggi la Nutella è commercializzata in 77 Paesi del mondo, ed ha superato brillantemente anche un periodo di polemiche legato all'uso di olio di palma, dimostrando di utilizzare solo olio di palma proveniente da colture sostenibili (ha ottenuto anche il plauso del WWF). Insomma, questo barattolo ci introduce pienamente nel tema della globalizzazione, presentandocene diversi aspetti: l'interconnessione dei mercati mondiali, il ruolo delle multinazionali, la diffusione di abitudini (soprattutto di consumo) simili in diversi Paesi, i problemi ambientali e le ONG che si battono per difendere l'ambiente a livello planetario.

Fase 2 | Testo base

A questo punto si può illustrare brevemente il **Testo base** preparato per gli studenti, che presenta in modo sintetico la globalizzazione, i suoi diversi aspetti e alcuni dei problemi ad essa connessi. Tale fase serve soprattutto per fissare alcuni concetti fondamentali: globalizzazione e mondializzazione, capitale mercantile, industriale, finanziario, liberismo... Volendo accertarsi dell'acquisizione di tali concetti, si può eventualmente chiedere agli studenti di tradurre in una esposizione ordinata la mappa concettuale che abbiamo riportato nel **Documento 2**.

Fase 3 | Documenti e Attività

Si può passare ora allo studio degli altri **Documenti**, la cui funzione è di volta in volta quella di illustrare, approfondire o problematizzare il contenuto del Testo base; l'ideale sarebbe presentarli con l'ausilio di una LIM o di un proiettore. Il docente guida l'analisi, cercando soprattutto di evidenziare gli aspetti problematici e di suscitare discussione e riflessione. A completamento di ogni documento si trovano alcune domande (**Attività**), che possono servire da guida per la riflessione. Ovviamente ogni docente sarà libero di sviluppare il discorso secondo il proprio stile e in relazione all'attenzione e all'interesse degli studenti.

Fase 4 | Laboratorio

Al termine del percorso didattico, è consigliato sottoporre agli studenti un'attività specifica, che possa renderli più consapevoli dei contenuti acquisiti (**Laboratorio**). Per questa Unità didattica proponiamo un "**compito di realtà**" incentrato sulle abitudini alimentari e di acquisto dei ragazzi. A partire da una piccola esperienza, gli studenti (divisi in piccoli gruppi) potranno attivare una fase di ricerca *on* e *off line* per poi produrre un elaborato (**presentazione multimediale**) da condividere in classe.

A. La globalizzazione | Indice Documenti

Documento 1

Nutella, prodotto globale

Documento 2

Mappa concettuale

Documento 3

Carte tematiche

Documento 4

Le 50 società più grandi del mondo (2018)

Documento 5

***Land grabbing*, all'assalto delle terre fertili**

Documento 6a

Internet no: la talpa globale

Documento 6b

Internet sì: la rivoluzione digitale

Documento 7

La globalizzazione culturale: pro e contro

Documento 8

I vent'anni che sconvolsero il mondo

Documento 9

Perché sono un sostenitore della globalizzazione

A. La globalizzazione | Documento 1

Nutella, prodotto globale

Le origini

Per la sua bontà, da oltre mezzo secolo la Nutella è la crema di nocciole per eccellenza. Nonostante i numerosi tentativi di imitazione, nessuna azienda è riuscita a eguagliare il successo di questo prodotto, punta di diamante del Gruppo Ferrero.

Alla fine della seconda guerra mondiale un pasticcere di Alba, Pietro Ferrero, storico fondatore della società piemontese, pensò di creare un prodotto utilizzando il cacao e le nocciole delle Langhe, largamente diffuse in quel territorio. Lo scopo era quello di diffondere un prodotto nutriente a un buon prezzo, accessibile a tutti. Nacque così il panetto di “Pasta Gianduià”, precursore della futura Nutella.

Successivamente questa tavoletta divenne più tenera e negli anni ‘50 iniziò la produzione della “Supercrema”, un prodotto spalmabile venduto in barattoli. Bisogna attendere il 1964 per il battesimo ufficiale della Nutella, che iniziò a essere commercializzata con il suo inconfondibile marchio che la renderà immediatamente riconoscibile.



Clicca sull'immagine per visualizzarla on line.

La diffusione globale

Da allora, l'ascesa di questo prodotto è stata continua e inarrestabile, tanto da essere esportato con successo in tutto il mondo. Pochi i cambiamenti legati all'advertising di questa squisita crema: la scritta passata dai caratteri più stilizzati al più moderno corsivo, e il contenitore diventato di vetro trasparente (per molti simpatico oggetto da riciclare o collezionare), garanzia di igiene e sicurezza.

L'avventura dell'internazionalizzazione della nutella si deve alla lungimiranza di Michele Ferrero, figlio di Pietro, che nel 1956 decise di aprire il primo stabilimento all'estero e precisamente a Stadtallendorf in Germania, e 3 anni dopo in Francia. Il successo fu di tale portata che nel giro di pochi anni furono inaugurate altre sedi nei Paesi Bassi, in Danimarca, in Svezia, in Gran Bretagna e in Svizzera.

Nel 1989, con la caduta del muro di Berlino, per la Nutella si spalancarono le porte dei mercati dell'est e nei primi anni '90 iniziò la fortunata conquista di paesi come la Russia e la Polonia. Oggi l'azienda di Alba detiene la leadership nel settore dolciario tanto da essere al 1° posto in Italia e al 3° posto nel mondo.

Dopo la morte nel 2011 di Pietro Ferrero, ora alla guida della multinazionale c'è Giovanni Ferrero, espressione della 3° generazione di Casa Ferrero. Il manager, che nel rispetto della tradizione è particolarmente attento al rapporto qualità/prezzo ma utilizza le più moderne strategie di marketing per veicolare il prodotto, tanto che la Ferrero oggi è uno dei pochi *big spender* nel settore pubblicitario.

In campo internazionale si è occupato della Nutella, fiore all'occhiello dei prodotti *Made in Italy*, l'Ocse. L'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico recentemente ha stilato un rapporto, il Mapping Global Value Chain redatto da Koen Backer e Sebastien Mirodout, nel quale la Nutella è stata definita un "esempio emblematico di riuscita globalizzazione".

Lo studio dei due ricercatori ha realizzato una mappa di tutti i paesi consumatori di Nutella, ben 75 sparsi in tutto il mondo mentre, oltre alla sede italiana, ha accertato che esistono altre 5 fabbriche in Europa, 2 nel Nord America (una di loro in Messico), 2 nel Sud America e 1 in Australia. Per quanto riguarda i prodotti, in alcuni paesi vengono reperiti sul posto (contenitori e latte scremato) ma altri ingredienti provengono da luoghi molto lontani rispetto a quelli di produzione.

Ad esempio le nocciole vengono importate dalla Turchia, il cacao dalla Nigeria, lo zucchero dall'Europa e dal Brasile, la vanillina dalla Cina e l'olio di palma dalla Malesia. Il report ha evidenziato anche che, grazie ai numerosi uffici di rappresentanza e vendita, la Nutella è largamente consumata in paesi come Giappone, Messico e Sud Africa.

24 dicembre 2013, www.puntodincontro.mx

Attività

1. Quando è iniziata l'internazionalizzazione della Nutella?
2. Perché oggi si può definire la Nutella “prodotto globale”?
3. Basandovi anche sulle informazioni riportate nella cartina tematica, dite dove si trova la sede dell'azienda, dove si trovano i principali stabilimenti di produzione, chi sono i principali fornitori, quanti sono i Paesi consumatori.