

Quel secteur d'activité est ici représenté ?



Les espaces productifs en France : une production « locale » mondialisée.

Problématique : quelles sont les dynamiques des espaces productifs dans le contexte de la mondialisation ?

I. Les nouveaux enjeux du vignoble bordelais.

II. Un espace industriel local mondialement connu : Perrier.



Certains ne le savent peut-être pas mais Perrier est une entreprise non seulement française mais surtout gardoise. C'est le seul site de production dans le monde ce qui signifie que toutes les bouteilles vendues dans le monde sont produites à Vergèze.



Emplacement de l'entreprise Perrier à Vergèze



Emplacement de l'entreprise Perrier à Vergèze



Consignes : en vous aidant du texte page 7 et des documents suivants remplissez le tableau sur votre cahier de brouillon. Il manque soit les exemples soit le thème.

THEMES	EXEMPLES
	Autorisation pour l'exploitation de la source par Napoléon III en 1863.
Commercialisation	
Image de la marque	
Participation de célébrités	
	The French joie de vivre. Paris sera toujours Perrier. L'eau l'air la vie. Perrier c'est fou.
	Tour de France, Roland Garros
Différence avec les autres boissons	
	Eau-la-la, Il fallait l'eau-ser, Helleau again

En 1863 Napoléon III signe un décret pour autoriser l'exploitation de la source. Elle est la propriété du docteur Perrier, qui en fera des thermes. La vente de l'eau en bouteille revient à l'anglais Sir Harmsworth, qui la destine à l'Armée des Indes et vise ainsi à conquérir l'empire britannique. Jusqu'en 1914, Perrier est davantage connu à Londres, Singapour et Delhi qu'à Paris. Les raisons du succès s'expliquent par un côté chic et snob à la française qui sera utilisé et repris régulièrement aux fils des années. Pour ses campagnes publicitaires la marque n'hésite pas à engager les plus grands cinéastes (Ridley Scott, Jean-Jacques Annaud, Patrice Leconte), artistes contemporains (Andy Warhol, Salvador Dali, Colette, Jean Giono), grands couturiers (Jean-Paul Goude, Custo) ou encore sportifs (Mac Enroe, etc.) et acteurs (Dita Von Teese).

Les campagnes publicitaires sont associées à des slogans « Perrier, c'est fou » (dans les années 1970), « il n'y a pas de fêtes sans Perrier » (1990), « The French Joie de vivre », « Paris sera toujours Perrier » (1974), « L'eau, l'air, la vie » (1991). La réussite de Perrier s'explique aussi par son association avec de grands événements sportifs tels que le Tour de France ou Roland Garros depuis 1978.

Perrier part à la même époque à la conquête des États-Unis pour se substituer aux sodas sucrés et se vendre « 100 % naturelle ». Le marché n'est pas vain car, dès 1977, Perrier détient 6 % du marché américain (et vend 300 millions de bouteilles soit 80 % des eaux importées en 1988). En Angleterre, Perrier devient le sponsor officiel du « Annual Comedy Award », et l'on s'amuse avec des affiches à jeux de mots : « Picasseau », « Eau-la-la », « Bistr'eau », « Il fallait l'eau-ser » « Helleau again ».

THEMES

Histoire de l'implantation

EXEMPLES

Autorisation pour l'exploitation de la source par Napoléon III en 1863.



THEMES

Commercialisation

EXEMPLES

Dans un premier temps, la marque est davantage connue au Royaume-Uni et dans ses colonies.



THE COLLECTION LONDON 1896, No. 1

Specialty Appointment  to the Royal Palaces

perrier

The Champagne of Table Waters.

Perrier from France
Apollinaris from Germany

Perrier represents the perfection of drinking-water, and has in the space of a few years taken the lead among Table Waters throughout the World.

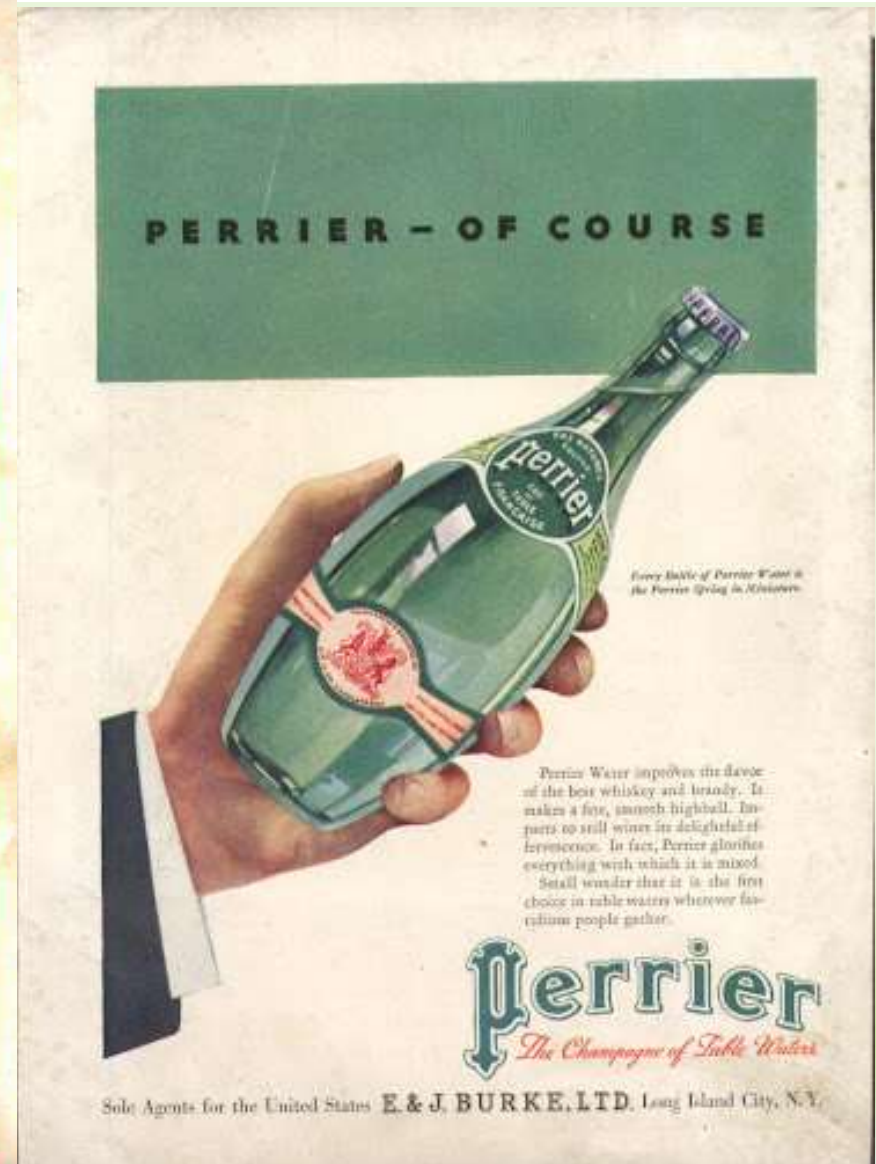
It combines perfectly with whisky, brandy, and white wines, or is delicious alone or with a slice of lemon.

LADIES greatly appreciate the delicacy and clean taste of Perrier Water.

N.B.—Perrier stimulates digestion and is of real value in gout and uric acid troubles.

Sold throughout the World.

LONDON, 41, NEWBURY STREET, W.
NEW YORK, 214 NASSAU & BROAD STS. (11th Floor)



PERRIER - OF COURSE

Every Bottle of Perrier Water is the Perrier Spring in Miniature.

Perrier Water improves the flavor of the best whiskey and brandy. It makes a fine, smooth highball. Imparts to still wines its delightful effervescence. In fact, Perrier glosses everything with which it is mixed.

Still wonder that it is the first choice in table waters wherever fashionable people gather.

perrier

The Champagne of Table Waters

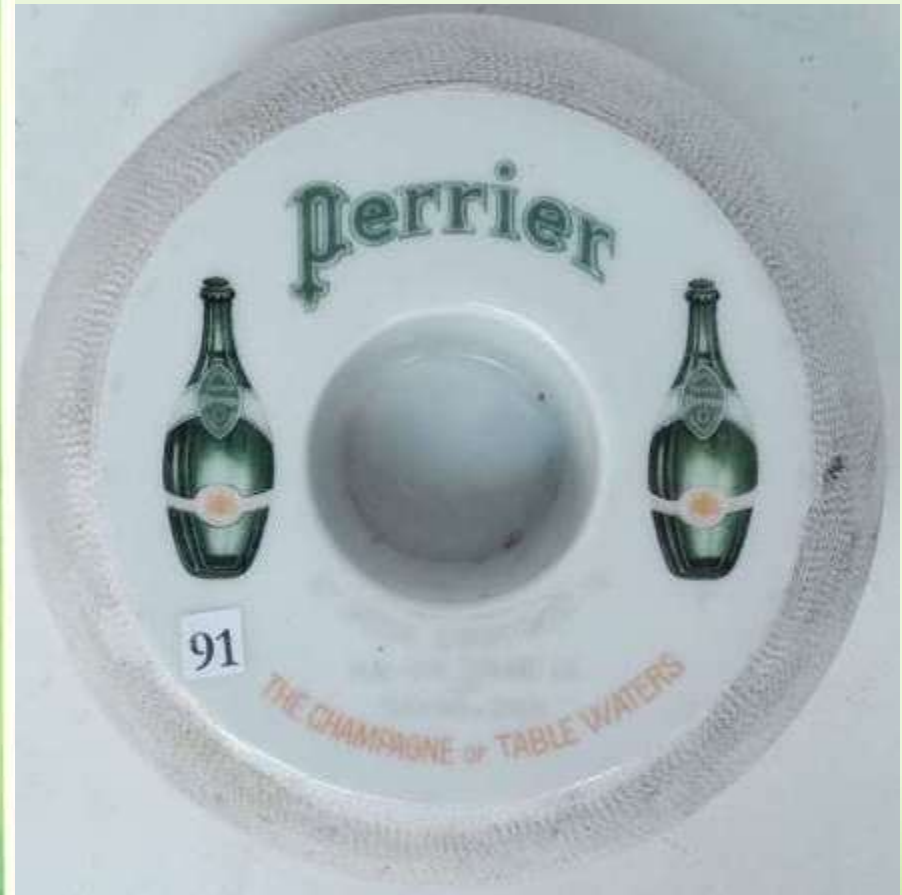
Sole Agents for the United States **E. & J. BURKE, LTD.** Long Island City, N.Y.

THEMES

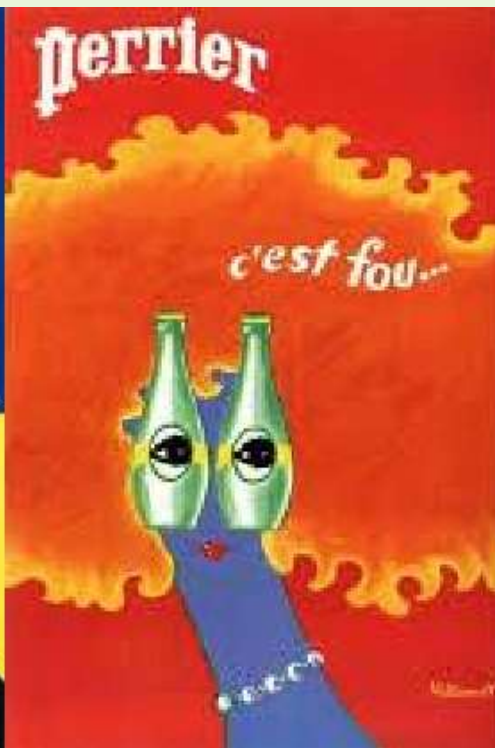
Image de la marque

EXEMPLES

Côté chic et snob à la française. The Champagne of table waters



THEMES	EXEMPLES
Participation de célébrités	Qui contribuent à sa renommée : acteurs, réalisateurs, sportifs, écrivains, artistes.



THEMES	EXEMPLES
Participation de célébrités	Qui contribuent à sa renommée : acteurs, réalisateurs, sportifs, écrivains, artistes.



perrier[®]
+
STARCK[®]

THEMES

EXEMPLES

The French joie de vivre. Paris sera toujours Perrier. L'eau l'air la vie. Perrier c'est fou.



Oral Grande Figure Stratégique

Perrier, c'est fou !



perrier

l'eau, l'air, la vie

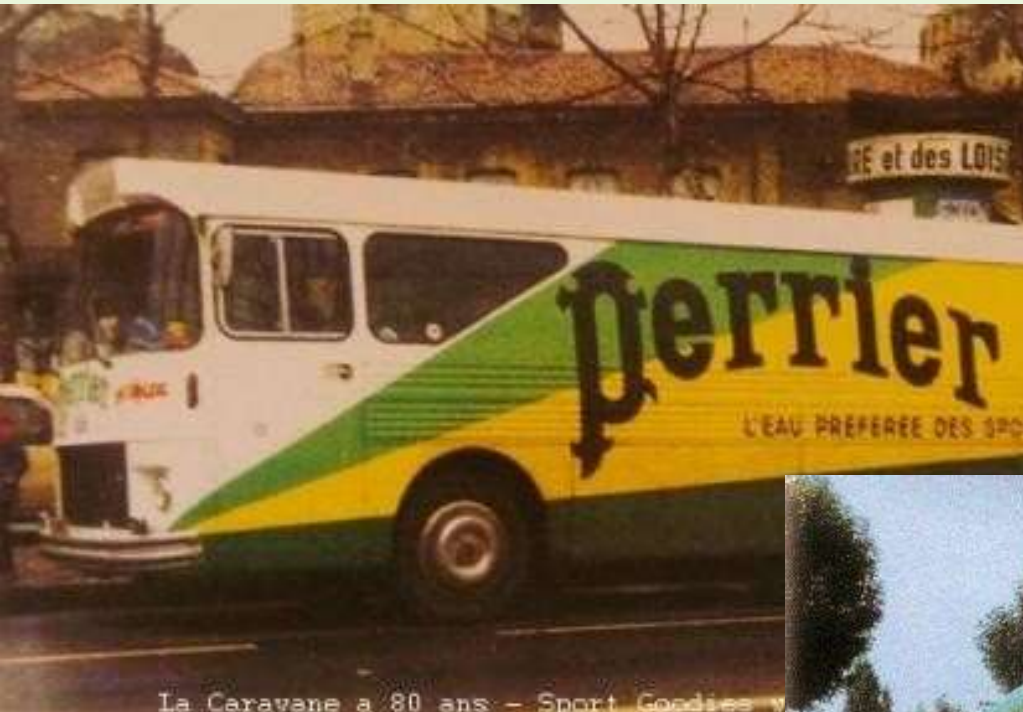


THEMES

Sponsoring sportif

EXEMPLES

Tour de France, Roland Garros







Extraordinaire
perrier



UNE ÉDITION LIMITÉE EXCLUSIVE

THEMES

Différence avec les autres
boissons

EXEMPLES

100% naturelle, eau, bulles naturelles, boisson non sucrée.



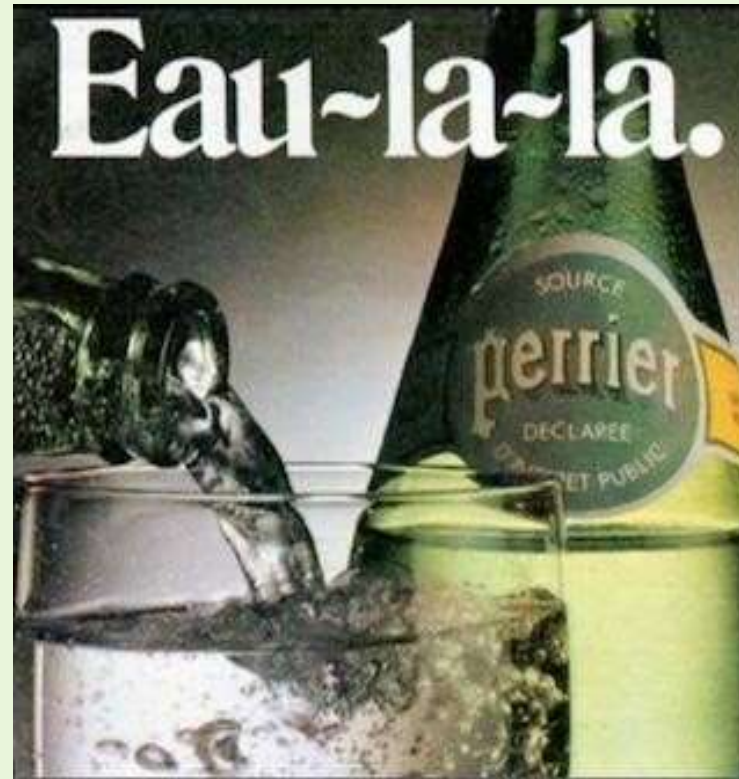
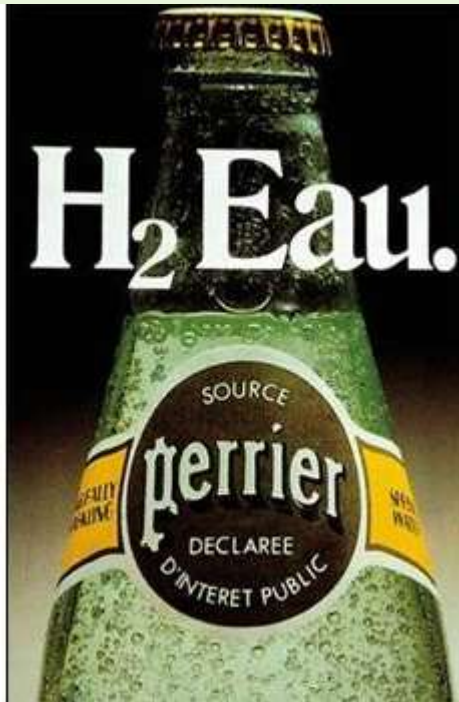
An advertisement for Perrier with a green background. At the top, the text 'SOIF DE vie?' is written in white and green. Below it, a hand holds a glass bottle of Perrier, with water splashing out. To the right, two cans of Perrier are shown: one with a pineapple slice and one with a strawberry. A price tag indicates '1 650 F' for 'LE PACK DE 10 CANETTES' and '1 950 F' for a single can. The text '100% plaisir' and 'Zéro calories' is also present. At the bottom right, there is a small box of Perrier cans labeled 'Saveur Citron' and '100% NATURELLE'. The Perrier logo is visible on the cans and the box. The background is decorated with small white circles representing bubbles.

THEMES

Jeux de mots

EXEMPLES

Eau-la-la, Il fallait l'eau-ser, Helleau again



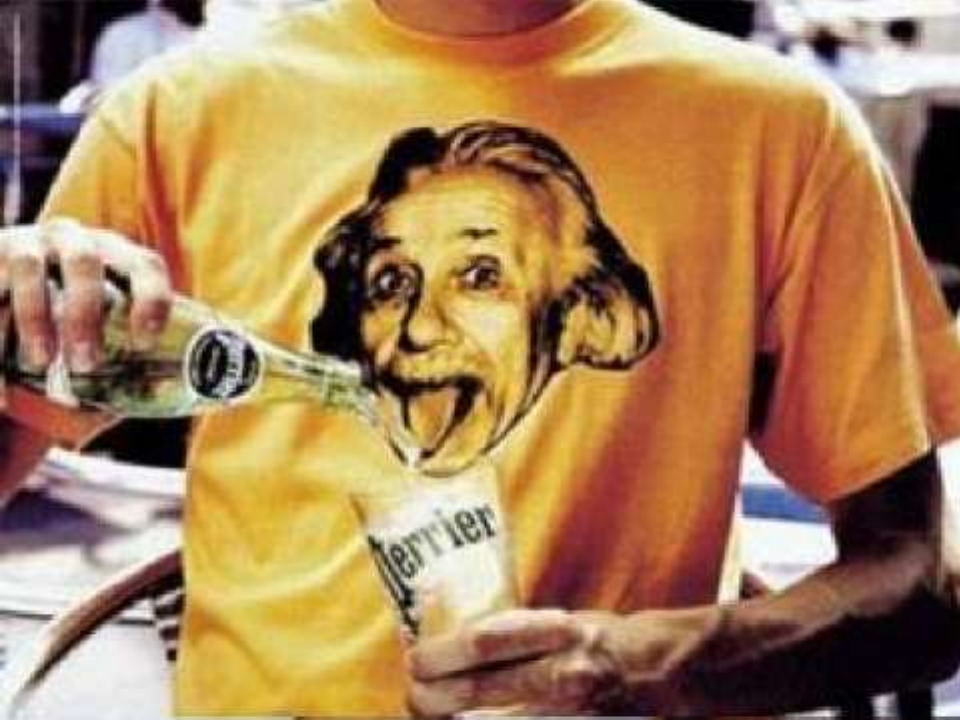
Nouveau
SLIM CAN



DÉMESURÉMENT FRAIS



SLIM CAN
LA NOUVELLE
FORME
DE plaisir



A partir des pubs suivantes, vous allez pour chacune d'entre elles expliquer l'image véhiculée par la marque et quelles sont vos impressions (ce que vous ressentez).

<https://www.dailymotion.com/video/xzyv0j>

Le lion

<https://www.dailymotion.com/video/x1yaqyu>

Planètes

<https://www.dailymotion.com/video/xcjxar>

La fête

<http://www.culturepub.fr/videos/perrier-boisson-petillante-melting/>

Chaleur

<http://www.culturepub.fr/videos/perrier-mona-lisa/>

Mona-Lisa

La première marque mondiale d'eaux gazeuses embouteillées.

54 % de la production est destinée à la consommation française. Le reste part à l'export dans 125 pays. Le site de Vergèze a une superficie de 75 hectares dont 23 hectares bâtis.

Près de 950 employés (CDD/CDI) travaillent sur le site de Vergèze qui comprend 13 lignes d'embouteillage et trois entrepôts de stockage.

Nestlé Waters France, propriétaire de Perrier depuis 1992, a engagé depuis 2006 un programme d'investissement de 90 millions d'euros sur le site pour moderniser l'outil et augmenter les capacités de production, en créant notamment trois nouvelles lignes d'embouteillage verre et PET (plastique). Perrier réalise un chiffre d'affaires de 400 millions d'euros. Dans les années 90, la production avait chuté, suite à ce qu'on a appelé la "crise du benzène" : des traces infimes de benzène retrouvées dans des bouteilles aux Etats-Unis avaient stoppé net la vente de la marque sur ce marché. En 1992, la marque ne produisait plus que 500 millions de bouteilles. Plus récemment, le réchauffement climatique voire le contexte géopolitique peuvent aussi impacter la production.

1. Qu'est-ce qui montre le succès de la marque mais aussi que ce succès est fragile ?

Années	Bouteilles vendues (en millions)
1908	5
1933	18
1952	100
1976	300*
2002	750
2012	950
2018	1 700

* Pour le seul marché américain.



Émirats Arabes Unis
Aéroport d'Abu-Dhabi



33 cl = 12 EAD
(2,4 €)



Thaïlande
Bangkok



Café Every Coffee Khao Sood

33 cl = 65 bath
(1,38 €)

Dispo. les restaurants des prix variés entre 90 et 120 bath



Japon

75 cl = 368 yen
(2,92 €)



Brésil

Rio de Janeiro

Supermarché Zona Sul, Ipanema

33 cl = 5,39 reais
(2,34 €)



Russie

Moscou

Ancien magasin de l'État Gum, Aujourd'hui magasin de produits de luxe

33 cl = 70 roubles
(1,54 €)



Kazakhstan

Astana

Magasin de luxe, ancien quartier des ambassadeurs

33 cl = 300 tenges
(1,40 €)



Cameroun

Magasin de luxe

12 bouteilles de 20 cl = 12 €



20 cl = 1,5 €



France

Bouteilles de collections

Dita Van Teese 2010 & Andy Wharol 2013 (150 ans de Perrier)

75 cl = 0,71 €
11 = 0,94 €
(prix de 2009)





NESCAFÉ



N



Vittel

NESPRESSO®

