



Situation d'apprentissage
(Volet économique)

Les géants du monde

Sciences humaines
Formation économique et sociale



« Les géants du monde »

1. Contextualisation

Les multinationales sont des entreprises qui opèrent dans plusieurs pays à travers le monde. Elles jouent un rôle crucial dans l'économie mondiale en facilitant les échanges commerciaux et en créant des emplois. Grâce à leur présence internationale, elles peuvent bénéficier d'économies d'échelle, réduire leurs coûts de production et accéder à de nouveaux marchés. Cependant, elles sont souvent critiquées pour leur influence sur les politiques locales et leur impact environnemental.

2. Objectifs

Structurer des informations relatives à une multinationale. Pour réaliser cet exercice, l'élève devra être initié aux notions de multinationales et de délocalisations. En matière de délocalisation, il identifiera, sur la base d'un exemple connu, quelques raisons qui peuvent expliquer ces délocalisations ainsi que des impacts économiques et sociaux¹ de celles-ci.

3. Attendus d'apprentissage mis en œuvre et à structurer dans le cours

Approche critique de l'information	Se situer dans son environnement	Démarches d'investigation en sciences humaines	Usages numériques disciplinaires	Pratique(s) de terrain
------------------------------------	---	--	----------------------------------	------------------------

Savoirs

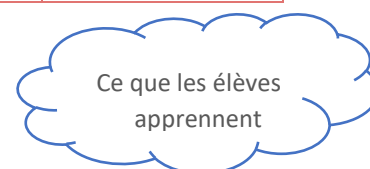
- Donner des exemples de multinationales afin d'en dégager les caractéristiques principales
- Identifier des impacts économiques et sociaux de ces délocalisations sur la société (par exemple, du point de vue des producteurs, des travailleurs, des consommateurs, de l'État)
- Expliquer des raisons qui amènent les entreprises à délocaliser leur production

Savoir-faire

- Sur la base d'un document relatif à une multinationale, dégager différentes informations (types de biens/ services, marques détenues, pays d'origine/de destination...)

Concepts mis en œuvre

- Multinationales
- Délocalisations



¹ L'impact environnemental est travaillé en formation géographique via la compétence de l'axe 3

4. Consignes données à l'élève, tâches et production(s) attendue(s)

Étape 1	Classe les logos fournis par ton professeur en 2 catégories (entreprises locales/nationales ou multinationales). A partir de ce classement, construis avec l'ensemble de la classe la définition d'une multinationale
Étape 2	Sur la base du logo d'une multinationale proposé par ton professeur et du documents fourni, construis la carte d'identité de celle-ci. Utilise le canevas proposé par ton professeur
Étape 3	Sur la base du cas proposé par ton professeur, coche les affirmations exactes. Construis avec ton professeur un tableau récapitulatif qui reprend les causes et conséquences du phénomène étudié

5. Consignes pour l'enseignant

Voici quelques propositions de logos d'entreprises locales/nationales et multinationales. Nous vous conseillons de les adapter et de choisir des entreprises locales proches de l'école en conservant le binôme entreprise locale et multinationale pour un même produit.

Ce classement vous donnera l'occasion de construire avec les élèves la définition d'une multinationale.



L'ORÉAL



Avant de faire compléter la carte d'identité, nous vous suggérons d'aborder la notion de groupe via l'infographie suivante.



Pour compléter la carte d'identité de la multinationale que vous aurez choisie, proposez aux élèves un document de synthèse (article de presse, texte, infographie, ...) sur celle-ci.

A titre d'exemple, voici :

- un article² qui pourrait être utilisé pour la multinationale « IKEA »
- la carte d'identité de celle-ci

IKEA, le géant du meuble qui vient de Scandinavie

Ce week-end, de nombreuses familles belges ont encore passé l'après-midi chez IKEA, ce grand magasin de meubles où l'on peut à la fois acheter un lit, une lampe et... manger des boulettes suédoises. Mais que sait-on vraiment de cette entreprise très connue des adolescents en Belgique ?

IKEA est une entreprise internationale, fondée en 1943, spécialisée dans les meubles et les objets pour la maison, faciles à transporter et à monter soi-même. On y trouve des armoires, des tables, des décorations, du textile, mais aussi de la vaisselle et quelques appareils électroménagers. L'objectif de la marque est de proposer des produits pratiques et au prix le plus bas possible afin que beaucoup de gens puissent aménager leur logement sans se ruiner.

Même si le siège principal de l'entreprise se trouve aujourd'hui aux Pays-Bas, IKEA est à l'origine une entreprise scandinave, avec des racines très fortes en Suède, où ont été créés ses premiers meubles et son style simple et fonctionnel. Depuis, IKEA s'est développé dans plus de 60 pays du monde, avec des centaines de magasins en Europe, en Amérique, en Asie et bien sûr en Belgique, où l'enseigne est présente dans plusieurs grandes villes.

Pour attirer les clients, IKEA ne vend pas seulement des produits, il propose une "expérience" complète : un magasin organisé comme un parcours, avec des pièces déjà aménagées, un restaurant et un coin jeux pour les enfants. L'entreprise communique aussi beaucoup sur l'écologie, en mettant en avant des matériaux plus durables et des efforts pour limiter le gaspillage d'énergie et de ressources.

Pour les jeunes consommateurs, IKEA est souvent le premier endroit où l'on choisit soi-même un bureau, une chaise de gaming ou des rangements pour sa chambre. Comprendre comment fonctionne cette entreprise permet aussi de mieux comprendre la place des grandes firmes dans l'économie mondiale et dans la vie quotidienne des familles belges.

² Article généré par Perplexity (2025) <https://www.perplexity.ai/>

Carte d'identité d'une multinationale

Nom complet de l'entreprise ou du groupe	IKEA
Pays d'origine	Suède
Types de biens/services	Meubles et objets pour la maison
Date de création	1943
Nombre de pays dans lesquels elle est présente	Plus de 60 pays
Engagements	Proposer des produits pratiques et au prix le plus bas possible Utiliser des matériaux plus durables et faire des efforts pour limiter le gaspillage d'énergie et de ressources.

Pour mettre en évidence les causes et conséquences de la délocalisation, vous pouvez partir d'un cas concret comme, par exemple, « les chocolats Mignonettes ». Cette société, initialement implantée en Belgique, a déménagé sa production en Pologne.

Cet exemple vous permettra de mettre en évidence la notion de délocalisation ainsi que ses causes et conséquences via les questions suivantes. Celles-ci feront émerger des représentations chez les élèves. Elles permettront de dégager les causes et les conséquences de la délocalisation.

1. Comment nomme-t-on ce phénomène qui consiste à déplacer la production d'un produit d'un pays vers un autre :
 - ☐ Migration
 - ☒ Délocalisation
 - ☐ Déménagement
 - ☐ Mondialisation
2. Pourquoi des entreprises décident-elles de déménager leur production dans un autre pays ?
 - ☒ Les salaires sont moins élevés dans certains pays.
 - ☒ Elles cherchent à se rapprocher de nouveaux clients.
 - ☐ Elles souhaitent offrir plus de vacances à leurs employés.
 - ☒ Dans certains pays, les règles sont moins strictes (environnement, sécurité...).
 - ☒ Elles veulent être plus proches des matières premières (éléments nécessaires à la fabrication).
 - ☒ Les taxes peuvent être plus basses dans d'autres pays.
 - ☐ Elles n'aiment pas le nouveau gouvernement de leur pays d'origine.
3. Dans le cas précis des Mignonettes, quelles sont les conséquences de ces délocalisations ? coche les affirmations qui sont exactes.
 - ☒ Les ouvriers belges peuvent perdre leur emploi.
 - ☐ La Belgique devient plus riche grâce à la délocalisation.
 - ☒ Les produits deviennent moins chers à fabriquer.
 - ☒ La Pologne gagne de nouveaux emplois.
 - ☐ Les produits sont automatiquement de meilleure qualité.
 - ☐ Le transport des Mignonettes de Pologne en Belgique n'a pas d'impact sur l'environnement.

Voici un tableau de synthèse (causes et impacts) dont vous pourrez vous inspirer.

Pourquoi les entreprises délocalisent-elles leur production ?	<ul style="list-style-type: none">• Pour payer moins cher les salaires.• Pour réduire le coût de fabrication des produits (eau électricité, matières premières, ...)• Pour se rapprocher de nouveaux clients.• Pour trouver des travailleurs qui ont des compétences spéciales (textile, électronique, ...)• Pour profiter de règles moins strictes concernant notamment la qualité des produits• Pour profiter de taxes moins importantes• ...
Quels sont les impacts économiques et sociaux de ces délocalisations ?	<ul style="list-style-type: none">• Pour les entreprises : elles dépensent moins d'argent (coût du travail et des matières premières) et augmentent ainsi leur bénéfice• Pour les travailleurs : les emplois peuvent disparaître dans le pays de départ. Dans le pays d'arrivée, de nouveaux emplois apparaissent mais parfois avec des conditions de travail difficiles.• Pour les consommateurs : les produits peuvent être moins chers, mais parfois de moins bonne qualité.• Pour l'État du pays de départ : les taxes (impôts) perçues auprès des entreprises vont diminuer• ...

Vous pouvez commencer ou terminer la situation par une activité plus ludique consistant à faire déguster aux élèves à l'aveugle des biens alimentaires produits par des entreprises locales et multinationales (Lays/Lucien, Coca-Cola/Ritchie, Côte d'Or/chocolat local, Haribo/confiserie locale ...) et demander le produit qu'il choisirait.

L'objectif de cette activité est de les faire réfléchir sur l'influence de la marque et les conséquences économiques, sociales et environnementales de leurs choix de consommation.

6. Structuration des apprentissages

Ce temps de structuration ne doit pas se limiter à une simple liste de vocabulaire, à des savoirs déclaratifs ou à un renvoi vers une fiche-outils ou conceptuelle.

Clore un moment d'apprentissage fait pleinement partie du processus d'apprentissage. En effet, revenir aux objectifs annoncés en début de séance permet à l'élève de prendre conscience de ce qu'il a acquis et de se projeter vers l'évaluation.

L'objectivation des apprentissages constitue un moment privilégié pour identifier, parmi ce qui a été observé, entendu ou réalisé lors des activités, les notions, connaissances, stratégies ou règles essentielles à retenir. Ainsi, la structuration des apprentissages contribue à leur consolidation tout en mettant l'accent sur ceux qui seront évalués.

Le tableau suivant a pour but de structurer les savoirs, savoir-faire et compétences en formation économique et sociale dans le cadre de cette situation d'apprentissage. Les différentes sections peuvent être remplies par le professeur et/ou les élèves en cours ou en fin de situation d'apprentissage. Il est recommandé d'utiliser des phrases courtes et précises ou des mots-clés.

Ce que j'ai appris comme savoir(s)	
Exemples de multinationales et caractéristiques principales	Être capable de définir le concept de multinationale, d'en donner des exemples et d'en dégager les caractéristiques principales
Délocalisation, causes et impacts	Être capable d'identifier parmi quelques exemples, ce qui relève du concept de délocalisation, de citer 3 raisons qui expliquent ces délocalisations et d'identifier, parmi plusieurs propositions les impacts de celles-ci (sur l'entreprise qui délocalise, sur les travailleurs, sur les consommateurs et sur l'Etat)
Ce que j'ai appris à faire (savoir-faire)	
Dégager différentes informations dans un document relatif à une multinationale	Être capable d'identifier, dans un document, différentes informations afin de réaliser la carte d'identité d'une multinationale (nom ou groupe, pays d'origine, types de biens/services, date de création, nombre de pays dans lesquels elle est présente, engagements)

7. Ressources

[T'as capté : les multinationales](#)



[Une délocalisation, c'est quoi ?](#)



[Les multinationales](#)



[La délocalisation](#)



[Qui s'en bat l'éco : la relocalisation](#)



[La face cachée de Shein](#)

