



Şişelenmiş Hayat

Belgesel film

Urs Schnell

Süre: 90 dk.

İsviçre gösterim tarihi: 26 Ocak 2012

Özet

Sıradan suyun milyar dolarlık bir ticarete nasıl dönüştürüleceğini biliyor musunuz? İsviçre’de bu beceriyi mükemmeliğe ulaştıran bir şirket var: Nestlé. Bu şirket küresel şişelenmiş su ticaretinde dünyaya hükmediyor.

İsviçreli gazeteci Res Gehringer para kazandıran bu fenomeni araştırdı. Ancak Nestlé “yanlış zamanda yanlış film” olduğu bahanesiyle birlikte çalışmayı reddetti. Hal böyle olunca, Gehringer, ABD, Nijerya ve Pakistan’da bu hikayeyi araştırmak için keşif gezisine çıktı. Onun şişelenmiş su dünyasına yaptığı bu yolculuk gezegenimizdeki en güçlü gıda ve içecek şirketinin plan ve stratejilerini ortaya çıkarıyor.



Film

Dünya nüfusu endişe verici bir seviyede artmaya devam ederken, su da giderek az bulunan ticari bir metaya dönüşüyor. “Şişelenmiş Hayat”, bu kar getiren milyar dolarlık pazarın lideri Nestlé şirketine odaklanarak patlama yaratan şişelenmiş su ticaretini belgelendiriyor. Şu an Nestlé, aralarında Perrier, San Pellegrino ve Vittel’in de bulunduğu dünya çapında 70’den fazla şişelenmiş su markasını kontrolünde bulunduruyor.

Nestlé’nin yalnızca yıllık şişelenmiş su satışı 10 milyar İsviçre frangı civarındadır. Ancak İsviçreli gazeteci Res Gehriger’in bu belgesel film için araştırma yaparken farkına vardığı üzere şirket su işinden bahsetmek istemiyor. Nestlé yönetimi tüm röportaj, yardım ya da bilgilendirme isteklerini reddetti. Fakat Gehriger ısrarcı oldu ve şirketin uluslararası faaliyetlerinin ne kadar çelişkili ve çatışma yüklü olduğunu keşfetti.

ABD’de su savaşı



Sudan para elde edebilmek ve satış yapabilmek için, öncelikle ona sahip olmak zorundasınız. Nestlé olayında da ABD’nin birçok bölümünde açık ara en büyük pazar olan gelişen şişelenmiş su ticaretinde uygulanan bu. Toprak satın alma ya da kiralama hakkı elde eden herkesin dilediği kadar su kullanmasına izin veriliyor. Maine kırsalında Nestlé birçok su hakkı ve kaynağı satın aldı. Her sene

tankerlerle devasa şişeleme fabrikalarına taşınan milyonlarca küp su çıkartıyor. Fryeburg, Newfield ve Shapleigh kasabalarında gazeteci Res Gehriger güçlü bir halkla ilişkiler danışmanı, avukat ve lobici ordusuyla Nestlé’nin yerel karşıtları nasıl baskı altına almaya çalıştıklarına tanıklık etti.

Nestlé’nin büyüme stratejisi

“Şişelenmiş Hayat” Nestlé’nin şişelenmiş su ticaretinde küresel büyüme stratejisi üzerinde kritik bir noktaya odaklanıyor. Şirket, Birleşik Devletler’de ve Avrupa’da genel olarak orjinaline uygun bir biçimde kaynak suyu satıyor. Ancak şirket, gelişmekte olan ülkelerde başka bir yol takip ediyor: Nestlé Pure Life. Bu ürün arındırılmış ve Nestlé mineral karışımı ile zenginleştirilmiş yeraltı suyudur. Nestlé Pure Life, tüm yaşamı boyunca bir Nestlé adamı, eski CEO ve şu an Yönetim Kurulu Başkanı olan Peter Brabeck’in buluşu.

Test pazarı Pakistan

Res Gehriger'in araştırması onu Nestlé Pure Life ürününün deneme piyasası olan Pakistan'a götürdü. Şirket onun Pakistan'daki üretim tesisine girişine izin vermedi. Fakat Gehriger fabrika duvarlarının dışındaki yaşantıda bir şeyler görmeyi başardı. Bitişikteki kasabada yeraltı suyu seviyesi büyük oranda azalmıştı ve kasabanın kaynak suyu da pis kokulu bir çamurdan ibaretti.



Nestlé Pure Life dahiyanne bir ticaret konsepti. Özellikle de gelişmekte olan dünyada. Kamusal su temininin başarısız olduğu ya da çökmeye yakın olduğu Pakistan gibi ülkelerde şirket gururla, güvenli ve sağlığa faydalı şişelenmiş su alternatifini takdim ediyor. Fakat tüketicilerin ezici çoğunluğu için bu ulaşamayacakları pahalı bir alternatif. Örneđin, milyonlarla ifade edilen bir nüfusa sahip olan, Afrika/Nijerya'nın mega metropolü Lagos'ta suyun her daim bir bedeli vardır. Yařam kaynağı olan suya herkesin para ödemek zorunda olması senaryosu Lagos'ta acı bir gerçektir. Gecekondularda yaşam mücadelesi veren aileler düşük bütçelerinin yarısını bidonlarca suya harcıyorlar. Peki ya üst sınıf? Onlar Nestlé Pure Life satın alıyorlar.

Su ticaretinin aklanması



Nestlé imaj geliştirmeye büyük öncelik tanır. Ve söz konusu olan suysa, bu işi özel olarak Peter Brabeck yapar. CEO olarak – ve daha çok 2005 te yönetim kurulu başkanı olduktan sonra – “kurumsal sosyal sorumluluk” ve “ortak değer yaratmak” gibi asil iddialar üzerinden iletişim stratejileri geliştirdi. Kutsal bir felsefe, peki ama uygulanıyor mu?

Bu filmin araştirmasında gazeteci Res Gehriger üzüntü verici ve aydınlatıcı bir sonuca ulaşıyor: Geleceğin küresel su pazarına tahakküm etmek amacıyla bir şirketin dünya çapındaki kaynaklarda hak elde etme gayesi.



Başroldekiler & Alıntılar

Peter Brabeck

Başkan, Nestlé S.A.

CEO Nestlé S.A. 1997-2008



Şirketin bir 140 yıl daha ayakta kalmasını sağlayacak yegane faktör nedir diye, hep merak etmişimdir. Ve hep aynı sonuca varıyorum – su.

Su olmadan şirketimizin ve ortaklarımız için süreklilik söz konusu değil. Bu bizim esas önceliğimiz olmalı. Tüketici ihtiyaçlarına hizmet etme ve sürekli büyüme noktasında suya olan sürekli erişim kilit rol oynamakta.

Suyun bir bedeli olmalı.

Yine çok önemli olan bir diğer konu da şirketin imajının nasıl olduğu. İnsanların Nestlé'nin şirket başarısı hakkında ve şirketin (topluma karşı) sorumluluklarına dair ne düşündüklerini dünya çapında sürekli denetliyoruz.

Maude Barlow

Su Eski Üst Düzey Danışmanı, Birleşmiş Milletler



Nestlé yırtıcı bir su avcısı. Yeryüzündeki en son temiz suyu arıyor.

Su krizi belki de zamanımızın en acil ekolojik ve insan tehdidi. Her yıl su nedeniyle, HIV virüsü, trafik kazaları ve savaş nedeniyle ölenlerden daha fazla çocuk yaşamını yitiriyor.

Shelly Gobeille

Üretici



Suyumuzu istiyorlar ve suyumuzu kar elde etmek için istiyorlar. Ve ödedikleri paranın galon başına bir peniden az olması çok şaşırtıcı. Ve sonuçta, sınırlı bir yönetimin olduğu küçük kırsal alanlara geliyorlar, ürkütücü taktiklerini kullanıyorlar. Milyar dolarlık bir şirketi alt edemezsiniz.

Howard K. Dearborn

Girişimci – Fryeburg, Maine/ABD

Ellerini yıkadıkları ve tuvalette kullandıkları suyu Nestlé kaynak suyu diye satıyorlar.

Denise L. Carpenter

Hemşire ve Çiftçi – Newfield, Maine/ABD

Su bir ihtiyaçtır, ticari mal değildir. Bu yüzden bazı arkadaşlarla ve komşularla birlik olarak burada, bu kasabaya Nestlé'nin gelip geniş ölçekte su çıkarmasını durdurmaya çalışıyoruz.

John Harris

Başkan ve CEO – Nestlé Su

Pure Life markası on yıl önce yoktu. Ve sıfırdan bugünkü ulaştığı nokta inanılmaz bir öykü. Nestlé'nin sahip olduğu en önemli markalardan biri.

Büyüyeblememizin nedenlerinden biri de bir tüketici değeri sunabilmemiz. Dünyanın değişik yerlerinde kaliteli su. Ve bu çok iyi karşılandı.

Bu değeri dünyanın daha geniş coğrafyalarına, daha çok yerine ulaştırmak istiyoruz. Büyümenin devam edeceğini düşünüyoruz.

Aynı zamanda (Pure Life) bize kar getiren bir marka ve portföyümüzdeki bir elmas.

Ahmad Rafay Alam

Avukat, Lahore Yüksek Mahkemesi



Son 15 yılda olup bitenler benim hatırladığım, gördüğüm ve tanıklık ettiğim kadarıyla içme suyunun değişimi ve ticari hale gelmesiydi. Bunu Nestlé'nin yaptığını söyleyemem. Başka faktörlerin de bir araya gelmesiyle gerçekleşen bir durum. Nestlé sahneye çıktı ve Pure Life içme suyu sunmaya başladı. Aniden Coke, Pepsi ortaya çıktı ve ardından korkunç derecede eski ve çökmek üzere olan hijyen otoritesi yüzünden hepsi de "temiz" su

üreten yerel işlenmiş su ağı oluştu. Daha sonra siz farkında olmadan, nereye giderseniz gidin bir şişe su istediğinizde, 15 rupi ödemek zorundasınızdır.

Su tabakası seviyemiz düşüştü. Türlü sebeplerden ötürü yenilenebilir su tabakamız yok ve sonuç olarak Lahore'da içme suyu elde edebilmek için daha derinlere doğru kazmaya devam ediyoruz. Ancak gelecekte bu kaynak tükenecek.

Sabiha Khan

Nestlé Tüketici Araştırmaları Eski Çalışanı – Pakistan

İyi su elde etmek için yüzeyin daha derinlerine inmek daha iyidir. Ayrıca bu sürekli kaliteli su elde etmenizi sağlar. Eğer daha sığ yüzeyden su çıkarırsanız saflığını yitirmiş ve çok kirli olacaktır.

Bu yüzden daha derinlere inmek tavsiye edilebilir bir durumdur.

Umar Hayat

Eski Belediye Meclisi Üyesi – Bhati Dilwan/Sheikupura, Pakistan



Bana göre Nestlé suyumuzu bizden aldı. Fabrikasına kendi çeşmesini yerleştirdi. Şimdi su çok kirli hale geldi. Su seviyesi önceden 100 fitteydi. Şimdi ise 300-400 fite düştü. Çok endişeliyiz.

Nestlé'den bir tulumba istedik. En azından duvardan geçen küçük bir boruyla bize su verebilirlerdi. Bu sayede tenekelerle su alabilirdik. Bize küçük bir jest yapabilirlerdi.

John Egbuta

UNICEF Danışmanı – Lagos, Nigeria

Bir şişe Pure Life 1 litre benzinden daha pahalı. Nijerya'da bir litre benzin 65 Naira eder. Yaklaşık 100 nairaya da bir şişe Nestlé su alırsınız.

Konu

NESTLÉ VE SU

Şirketin kurucusu 1843 yılından beri suyla uğraşiyor.

Henri Nestlé – bebekler için üretilen süt tozunun öncüsü – 1843 yılında Vevey’de Geneva gölünde bir su fabrikası kurdu. Boru suyundan mineral suyu elde ederek bunu yerel restoranlara pazarlıyordu. Emekli olduktan sonra Glion’da su kullanım haklarına da sahip olan bir rezidans satın aldı. Suyu ev ve geniş bahçeler için kullanıyor, artanını da yerel nüfusa veriyordu.

Nestlé elindeki tüm parayı Vittel’e, Perrier’e ve San Pellegrino’ya yatırıyor.

Nestlé 1969 yılında Societe Generale des Eaux Minerales de Vittel adında Fransız bir holdin satın aldı. Bu şirketin su dünyasına, özelde de şişelenmiş su ticaretine adım atmasıydı.

1976 yılında dünya Pazar lideri Perrier ABD pazarına girdi. Nestlé Perrier’in popüler gözyaşı damlası biçiminde şişelenmiş sularının dağıtımını devraldı. Perrier’in bu ürününün kısa sürede genç ve şehirli Amerika üzerindeki etkisini hayretle izledi.



Şişelenmiş su Coca-Cola ve Pepsi gibi tatlandırılmış içeceklerin karşısında çekici bir alternatif haline geldi. Susuzluk giderici, kalorisiz ve sağlıklı besin trendine uyuyordu. Satışlar yükseldi, şişelenmiş su endüstrisi genişledi.

1989 yılında Nestlé başkanı Helmut Maucher ve pazarlama müdürü Peter Brabeck dünya lideri olmak amacıyla önceliği şişelenmiş su üretimine verdiler. Nestlé, Perrier ile acı bir mücadeleye girişti ve Fransız şirketinin kontrolünü ele aldı. Perrier’in ele geçirilmesiyle aralarında Poland Spring’in de bulunduğu ABD’deki bir çok yerel marka da Nestlé’nin hakimiyetine geçti.

Nestlé 1997’de İtalyan San Pellegrino markasını da midesine indirdi.

Tüm dünya için tek bir su – Pure Life

Vittel, Perrier ve San Pellegrino tek bir özel kaynaktan gelen mineral sularıdır. Poland Spring, diğer yerel ABD markaları Nestlé tarafından doğal kaynak suyu olarak olarak tarif edilmektedir. Bu sular genellikle birbirinden uzak mesafede bulunan kaynaklardan gelmektedirler.

Mineral ve doğal kaynak suları ile esas olarak alım gücü yüksek ya da orta sınıf (gelişmiş ülkelerde) hedeflenmektedir.



Nestlé 1997 yılında özel bir mineral karışımı ile zenginleştirilmiş ve arındırılmış yeraltı suyundan yeni bir ürün geliştirmeye başladı. Bu suyun avantajı, dünyanın her yerinde aynı tat ile üretilebilmesi. Nestlé, Pure Life ürünü ile beraber daha geniş bir pazarı hedeflemeye başladı: gelişmekte olan ülkelerdeki tüketiciler. Bugün, Pure Life gezegende en çok satan şişelenmiş su durumundadır.

Yönetmenin notu:

“Yanlış zamanda, yanlış film.” Bu Nestlé’nin Kurumsal Medya İlişkileri Başkanı François Xavier Perroud’un 2007 yılındaki “Şişelenmiş Hayat” belgeseli için kendisine gittiğimizde verdiği tepki. Daha sonra Nestlé bu göreve bir başkasını atadı, ancak şirketin olumsuz pozisyonu değişmedi. Dünyanın en güçlü yiyecek-içecek şirketi milyar dolarlık su ticareti işinden bahsetmeyi reddediyor. Fakat biz yine de filmi çektik. İşte burada!

Urs Schnell, metin yazarı ve yönetmen.

URS SCHNELL – Yönetmen & Metin yazarı



1951, Bern doğumlu. Bern Üniversitesi mezunu. 1979 yılından bu yana muhabirlik ve bir yerel gazetede editörlük yapıyor. 1983 yılında özel bir radyo istasyonunun kurucusu ve yöneticisi. 1993’ten itibaren İsviçre Ulusal Televizyonu’nda TV yayını. Rusya, Fransa ve İspanya’da yaşamakta. Birkaç TV belgesel yönetmeni. 2006’dan bu yana DokLab şirketinin yapımcı ve yöneticisi.

Yönetmenin diğer filmleri

2011 Bottled Life – Nestlé’s Business with Water
Belgesel, 90 dk. ,Ocak 2012.

2008 Hooligans – Die dunkle Seite des Fussballs
Belgesel, 49 dk.

2006 Sweat for Blood / Doktor Rotschnauz setzt auf Beny
Belgesel, 50 dk.

2004 Die Jungs vom Berg – Erziehung durch Erlebnispädagogik
Belgesel, 52 dk.

2002 L’Homme Empereur
Belgesel, 52 dk.

2001 Penguin Man / Der Pinguinmann – Leben und Tod im Eis.
Belgesel, 52 dk.

RES GEHRIGER – Yazar & Araştırma



1965, Zrih doğumlu. 1992 itibaren İsviçre Yayın Őirketinde gazeteci. 2003'ten bu yana serbest alışan.

Filmlerinden bazıları

Goodall's Chimps – Charity Checker takes on Ape Legend (2008) – Belgesel, 30 dk.

The Bangui Connection (2008) – Belgesel, 27 dk. Finalist 31st International Wildlife Film

Festival with Best Conservation Message; Merit Award for Investigative Reporting.

Schlangen leiden fr die Luxusbranche – unterwegs in den Wldern Sumatras (2010) – Belgesel 16 dk.

Elephant meat – Report (2007) – Belgesel, 15 dk.

Tansanit – tuff biz with jems (2006) – Belgesel, 16 dk.

Les damns d'Uranium – Report on Uranium mining in Gabun (2004) – Belgesel, 11 dk.

Die Jarawa (2002) – Belgesel, 15 dk.

Oyuncular

PETER BRABECK
RES GEHRIGER
RUQUYA ABDI AHMED
BEKELE NEGASH
MAUDE BARLOW
EMILY FLETCHER
MICHAEL DANA
HOWARD K. DEARBORN
JOHN GOLDFALL
JOHN DILL
ANN WINN-WENTWORTH
EILEEN HENNESSY
SHELLY GOBEILLE
DENISE L. CARPENTER
JOHN HARRIS
AHMAD RAFAY ALAM
IQBAL MARSHAL GILL
SHANTEE CHANA KHOKHAR
SABIHA KHAN
EHSAN UL HAQUE
UMAR HAYAT
ZANIB BIBI
MUHAMAD SHAMUN DAGAR
JOHN O. EGBUTA
MARY SETONDJI
KELVIN OLAGEMJU KAYODE
GENE BERGOFFEN
JOHN V. JOHNSON
HANNAH WARREN
GLORIA GERRY
FRANC MANDUCA