



**Le G7 à Biarritz (23-25 août 2019)**

La France a accueilli en 2019 les 7 grandes puissances économiques mondiales (45 % du PIB mondial en 2019 contre 62 % en 1975). Ce sommet annuel, dont les pays émergents ne sont pas membres, aborde les grands enjeux mondiaux géopolitiques, économiques ou écologiques du moment.



**Touristes chinois à Paris**

En 2018, Paris a attiré 13 des 90 millions de touristes étrangers venus en France. Les touristes asiatiques viennent par exemple passer leur lune de miel dans « la ville romantique par excellence ».



# 4 Le rayonnement de la France dans le monde



**L'étude de cas**

- **Paris et l'Île-de-France**  
Rayonnement mondial et inégale attractivité p. 144 à 149

**Problématique 1**  
**Comment et sur quels territoires s'exerce le rayonnement de la France dans le monde ?** ... p. 150 à 155  
 ► Carte ► Cours 1 ► Exemple **Abu Dhabi**  
 L'internationalisation des musées français : le Louvre Abu Dhabi

**Problématique 2**  
**Quelles sont les inégalités d'attractivité des territoires français dans la mondialisation ?** ... p. 156 à 161  
 ► Carte ► Cours 2 ► Débat Comment les territoires ruraux sont-ils intégrés dans la mondialisation ?



## Étude de cas

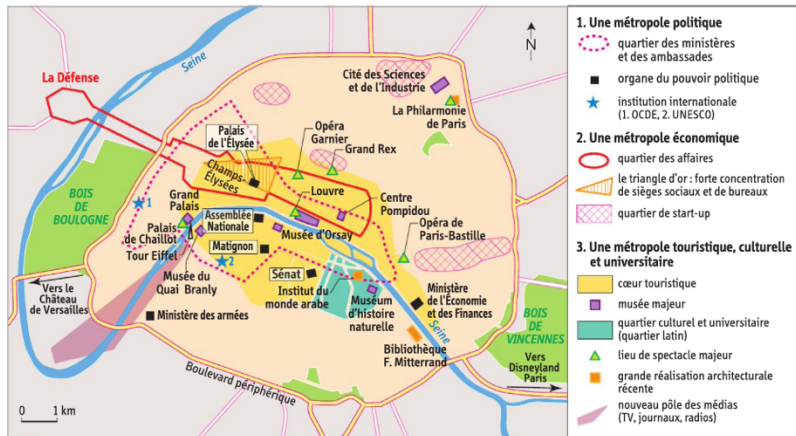
## PARIS ET L'ÎLE-DE-FRANCE

### Rayonnement mondial et inégale attractivité

Territoire français le plus attractif, l'Île-de-France, et particulièrement sa métropole Paris, rayonne à l'échelle internationale, la tour Eiffel symbolisant le pays tout entier. Le territoire francilien est néanmoins marqué par de fortes inégalités d'attractivité.

#### A Comment l'Île-de-France est-elle un vecteur majeur du rayonnement français ?

Vidéo+  
Paris vante ses atouts  
hatier-clic.fr/20qt402



#### 1 La concentration des fonctions de commandement



#### 2 Vladimir Poutine reçu à Versailles

Pour leur première rencontre le 29 mai 2017, le président français, Emmanuel Macron, reçoit le président russe, Vladimir Poutine, dans le faste du château de Versailles.

#### 3 Reconstruire Notre-Dame

Après l'incendie de la cathédrale Notre-Dame à Paris le 15 avril 2019, l'émotion et l'engagement à donner pour sa reconstruction ont été internationaux.

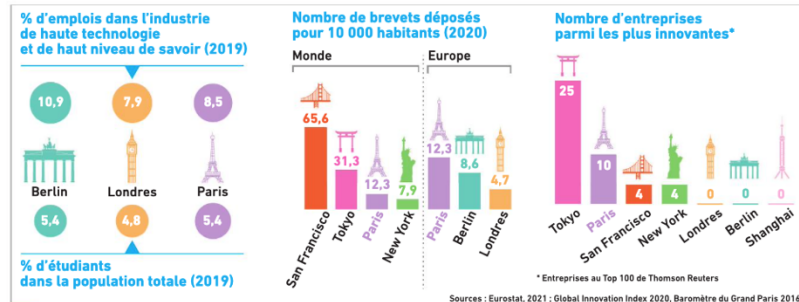
Donateurs	Promesses de dons (en euros)
Fondation Saфра (Brésil)	10 millions
Disney (États-Unis), dont le film <i>Le Bossu de Notre-Dame</i> en 1996 a été un succès mondial	4,4 millions
University of Notre-Dame (États-Unis)	90 000
Ville de Szeged (Hongrie)	10 000
17 000 personnes de 160 pays différents	1,6 million

D'après « Déjà 850 millions d'euros de dons promis pour la reconstruction de Notre-Dame de Paris », lemonde.fr, 19 avril 2019.



#### 4 Les Jeux olympiques 2024

« Paris a obtenu officiellement, le 13 septembre 2017, l'organisation des JO 2024. Elle compte mettre en scène ses sites emblématiques comme la Tour Eiffel (triathlon, marathon), les Champs-Élysées (cyclisme), le Château de Versailles (équitation) ou encore le Grand Palais (escrime). Un projet estimé à 6,6 milliards d'euros, un chiffre inférieur aux dernières éditions grâce à l'existence de la plupart des infrastructures. » (« JO-2024 : Paris décroche l'organisation des Jeux olympiques », l'express.fr)



#### 5 Paris face aux métropoles mondiales

##### PARCOURS 1 Lire et comprendre les documents

- Doc. 1** Quel statut particulier la métropole parisienne a-t-elle en France ? Décrivez la place spécifique qu'il lui confère dans le rayonnement de la région Île-de-France et surtout de la France.
- Doc. 2, 3 et 4** Comment comprenez-vous l'expression « sites emblématiques » (doc. 4) ? Montrez comment ces sites participent au rayonnement de la France.
- Doc. 3** Pourquoi la réaction à l'incendie de la cathédrale Notre-Dame de Paris est-elle un symbole du rayonnement international de Paris et même de la France ?
- Doc. 5** Comment évaluer le rayonnement de Paris face aux autres métropoles mondiales ?

**BILAN DU PARCOURS 1 OU 2** • Montrez que l'Île-de-France et sa métropole Paris sont des vecteurs du rayonnement de la France à l'étranger.

##### PARCOURS 2 Identifier les ressources d'une situation géographique

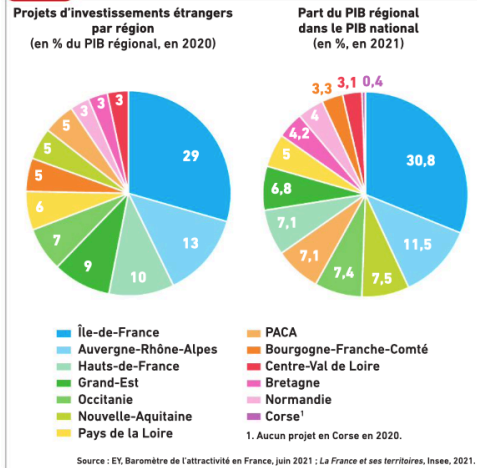
Décrivez le rayonnement de Paris et de l'Île-de-France en complétant le tableau suivant.

	Rayonnement		
	politique	économique	culturel
Doc. 1			
Doc. 2			
...			



## B Pourquoi l'Île-de-France est-elle le territoire le plus attractif du pays ?

ACTUALISATION 2022



### 1 Un territoire d'investissements

<p><b>1<sup>re</sup> région économique d'Europe</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Un marché de <b>506 millions</b> de consommateurs européens</li> <li>Le plus grand bassin d'emplois de France avec <b>11,9 millions</b> d'habitants</li> </ul>	<p><b>Des entreprises florissantes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>816 000</b> entreprises en Île-de-France, des activités industrielles traditionnelles aux secteurs de <b>hautes technologies</b></li> <li><b>1<sup>re</sup> région</b> pour le développement des <b>start-up</b> en Europe de l'Ouest</li> </ul>
<p><b>Un véritable creuset d'innovation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>100 000</b> chercheurs et le plus grand nombre de brevets de hautes technologies en Europe</li> <li><b>1<sup>re</sup> région</b> d'Europe pour ses capacités et ses dépenses en <b>R&amp;D</b></li> </ul>	<p><b>Une accessibilité exceptionnelle</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>3</b> aéroports internationaux</li> <li><b>3</b> ports le long de la Seine : Paris, Rouen et Le Havre</li> <li>Grand Paris Express : projet de nouveau métro avec <b>205 km</b> de lignes et <b>72</b> stations</li> </ul>
<p><b>Une région pleine de talents</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>La plus grande concentration d'<b>étudiants</b> de l'enseignement supérieur en Europe</li> <li>Des <b>établissements scientifiques</b> et des écoles de commerce de renommée mondiale</li> <li><b>20 %</b> d'étudiants étrangers</li> </ul>	<p><b>Un héritage culturel unique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Un grand nombre de <b>musées</b> : le Louvre, le musée d'Orsay, le centre Pompidou...</li> <li>Des lieux typiques connus de tous (la Tour Eiffel, les quais de Seine, le canal Saint-Martin, les célèbres cafés...)</li> </ul>

Source : Agence d'attractivité et de promotion internationale de la région Île-de-France

### 3 Les atouts de l'Île-de-France

### 2 Des start-up dynamiques

« Franck Margain, Président de Paris Région Entreprises, a rencontré les décideurs économiques des principaux pays participant au Salon international de l'innovation (2019) : "Ce salon est un véritable tremplin pour l'attractivité internationale et le développement économique de notre région. En quelques jours, c'est une reconnaissance internationale et gagnante pour les innovations présentées par les 130 start-up franciliennes, ce qui se traduit ensuite pour elles par des accords de partenariats, des levées de fonds ou des contrats signés. Et plus globalement et profondément, cette reconnaissance stimule l'attractivité de l'Île-de-France et étaye concrètement nos démarches de coopération avec les plus grandes régions économiques du monde. Aujourd'hui, je me réjouis de poursuivre et développer les échanges initiés entre notre région et les Pays-Bas, l'Allemagne, le Canada, le Chine, le Royaume-Uni, Singapour, Israël et le Japon" ».

« Rayonnement des territoires de l'Île-de-France au CES 2019 » investparisregion.eu, 2019.

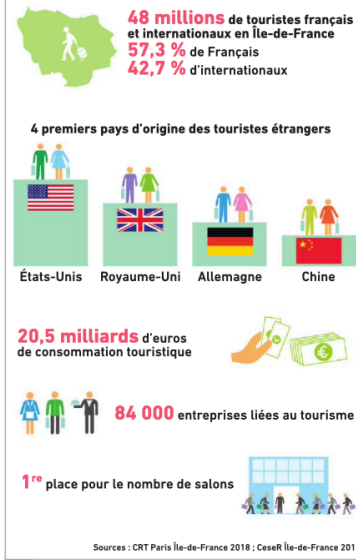


### 4 Paris, lieu de tournage de films étrangers

Bollywood (1 600 films produits en moyenne par an) s'intéresse de plus en plus à Paris comme lieu de tournage. Sorti en 2016, *Befikre*, avec l'une des grandes stars du cinéma indien, Ranveer Singh, y est presque entièrement tourné, Paris devenant l'un des personnages du film indien.

Vidéo  
hatier-clic.fr/20q4403

Info  
Covid et tourisme en Île-de-France  
hatier-clic.fr/22q4402



### 5 Le tourisme en Île-de-France en 2017

#### PARCOURS 1 Lire et analyser les documents

- Doc. 1** Mesurez l'attractivité de l'Île-de-France par rapport aux autres régions françaises.
- Doc. 1 et 3** Quels sont les critères qui permettent de mesurer l'attractivité mondiale de l'Île-de-France ? Quels sont ceux qui expliquent sa place par rapport aux autres régions françaises ?
- Doc. 2 et 3** Comment se manifeste l'attractivité économique de l'Île-de-France à travers le doc. 2 ? Quels éléments du doc. 3 vous permettent de comprendre le nombre et le dynamisme des start-up franciliennes ?
- Doc. 3 et 5** Présentez le poids du tourisme en Île-de-France et montrez son rôle dans l'attractivité de la région à l'échelle internationale.
- Doc. 3 et 4** Peut-on parler d'une attractivité culturelle de l'Île-de-France ? Justifiez votre réponse.

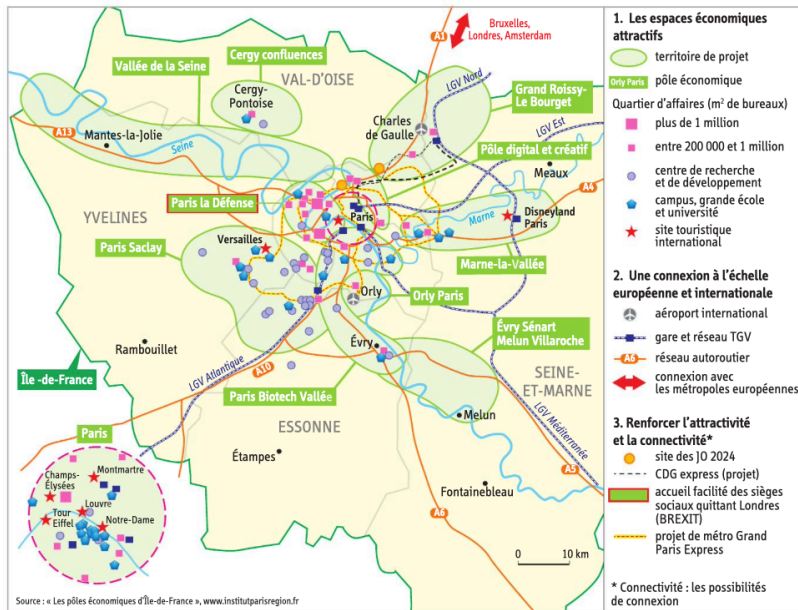
#### PARCOURS 2 Présenter à l'oral une argumentation géographique

Relevez les critères permettant de mesurer et de valoriser l'attractivité de la région Île-de-France puis préparez une courte argumentation orale pour persuader un acteur économique d'y installer son activité.

**BILAN DU PARCOURS 1 OU 2** Montrez que l'Île-de-France est le territoire français le plus attractif aux échelles nationale, européenne et internationale.



## C Quelles sont les inégalités d'attractivité en Île-de-France ?



Aménager pour renforcer l'attractivité

### PARCOURS 1 Lire et analyser la carte

- 1 Décrivez et localisez les différents espaces économiques attractifs en Île-de-France.
- 2 Montrez que la connectivité est importante pour l'attractivité d'un territoire.
- 3 Localisez les territoires qui ne sont pas attractifs. D'après vous présentent-ils des points communs ? Vous pouvez utiliser vos connaissances de 1<sup>er</sup> (la métropolisation en France).
- 4 Quel est le rôle des aménagements en projet représentés sur la carte ? Dans quelle mesure permettent-ils de diminuer les différences d'attractivité des territoires franciliens ?

### PARCOURS 2 Mettre en relation des faits de localisations différentes

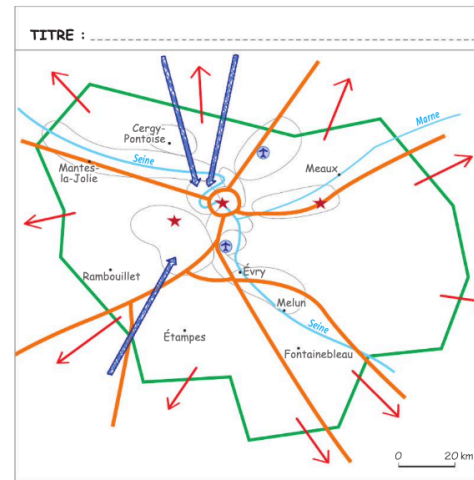
Comparez l'attractivité d'Étampes, de Marne-la-Vallée et de Paris. Vous présenterez leurs espaces économiques, les aménagements pour renforcer leur attractivité économique et leur connexion internationale.

BILAN DU PARCOURS 1 OU 2 • Décrivez les inégalités d'attractivité en Île-de-France.

### Compléter le croquis

Bilan à compléter  
hatier-clic.fr/2024/04/

+ prof  
Bilan interactif/corrige



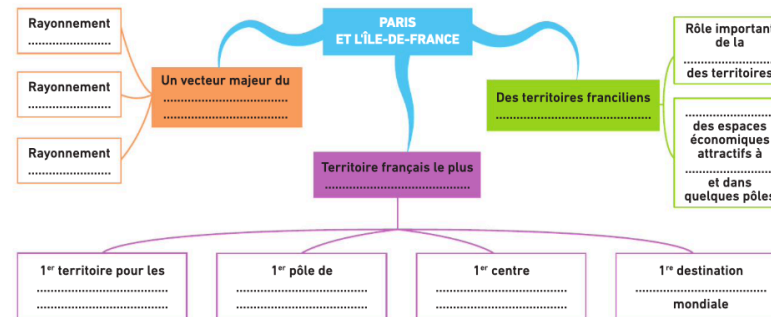
1. Construisez une légende à partir des trois parties de l'étude de cas.
2. Classez tous les éléments suivants dans les trois parties :
  - Aéroport international, porte d'entrée des flux internationaux
  - Paris, capitale politique de la France
  - Territoires du tourisme international, très attractifs
  - Île-de-France, premier territoire économique français
  - Flux d'IDE
  - Territoires moyennement ou faiblement attractifs
  - Flux de touristes internationaux
  - Autoroute et TGV, voies d'accès des flux européens
  - Territoires les plus attractifs
  - Paris et l'Île-de-France, un territoire au rayonnement culturel mondial
  - Quartiers d'affaires de rang international
3. Attribuez un figuré à chaque élément.

4. Certains figurés se trouvent sur le croquis, vous devez donc les repérer et leur associer un élément de votre légende. Associez par exemple l'un des figurés ci-contre au rayonnement, l'autre à l'attractivité.

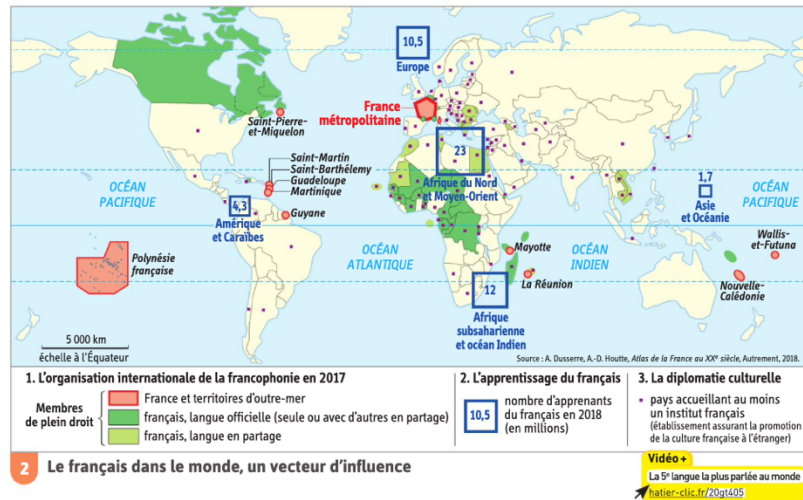
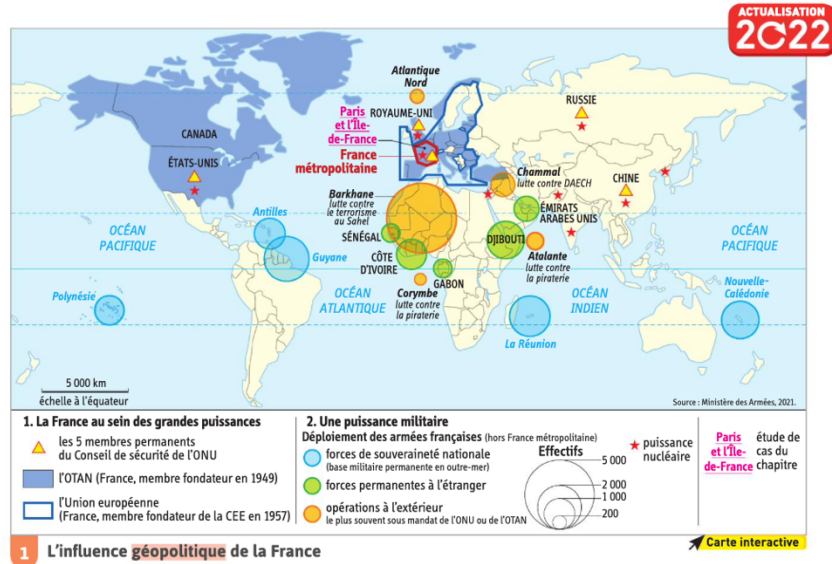


### Compléter la carte mentale

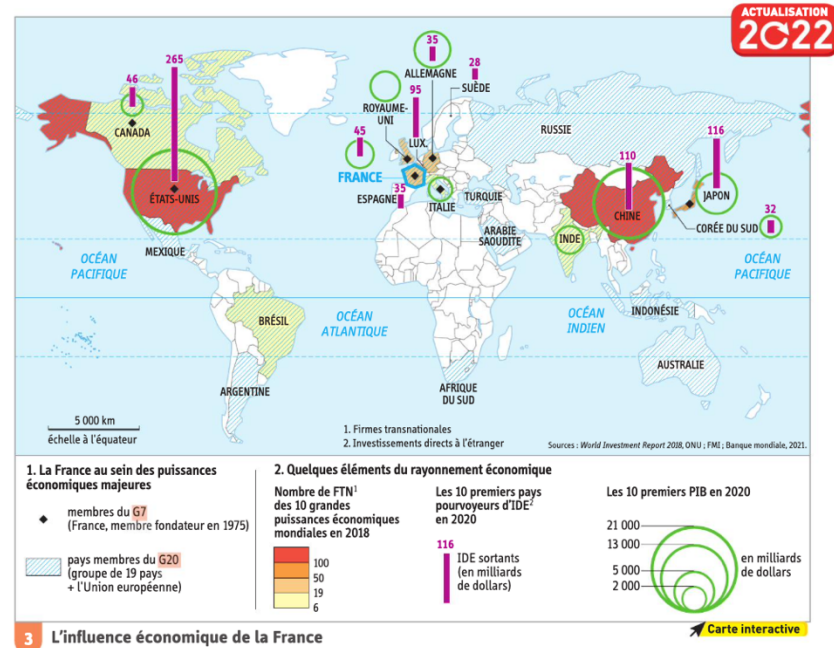
Complétez la carte mentale ci-dessous avec les mots et expressions suivants : attractif, concentration, connexion, culturel, économique, IDE (investissements directs étrangers), inégalement attractifs, d'innovation, Paris, politique, quartiers d'affaires, rayonnement français, touristique.



# Le rayonnement de la France



## Problématique Comment et sur quels territoires s'exerce le rayonnement de la France dans le monde ?



### Activités

#### Lire et comprendre les cartes

- Carte 1** Quels sont les éléments qui permettent d'affirmer que la France a un rayonnement politique ?
- Carte 1** Quels sont les atouts et les faiblesses de la puissance militaire française ? (N'oubliez pas de tenir compte des différents types de territoires français.) Comment participe-t-elle au rayonnement de la France ?
- Carte 1** Que pouvez-vous en déduire sur l'influence géopolitique de la France ?
- Carte 2** Quels sont les territoires où le français est langue officielle ? Où sont localisés les apprenants du français dans le monde ? Avancez des éléments d'explication de ces localisations.
- Carte 2** Montrez que l'influence du français est différenciée dans le monde.
- Carte 3** Quels sont les éléments du rayonnement économique français ?

- Carte 3** Mesurez ce rayonnement en le comparant à celui des États-Unis et de l'Allemagne. Quelles limites du rayonnement économique français pouvez-vous en déduire ?

#### Mettre en relation des faits de localisations différentes

- Cartes 1, 2 et 3** Rédigez un court texte qui présente les facettes du rayonnement de la France à l'étranger.
- Cartes 1, 2 et 3** Dans un tableau à trois colonnes, comparez les rayonnements politique, militaire, économique de la France, des États-Unis, de la Chine et de l'Allemagne.

**VOCABULAIRE**

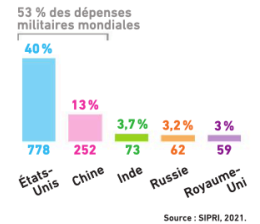
**Géopolitique** : qui concerne les enjeux et les rivalités de pouvoir sur les territoires.

# La France dans le monde, un rayonnement différencié

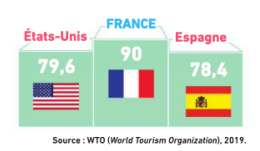
Problématique 1 Comment et sur quels territoires s'exerce le rayonnement de la France dans le monde ?

Podcast du cours  
haller-clic.fr/20n1406

## 1 Les 5 premiers budgets militaires en 2020 (en % des dépenses mondiales et en milliards de dollars)



## 2 Les 3 premiers pays touristiques en 2018 (en millions de touristes internationaux)



### VOCABULAIRE

**Accord de Paris** : accord conclu lors de la COP21 (Paris 2015), pour apporter une réponse globale au changement climatique, notamment contenir la hausse moyenne de la température à 2 °C.

**APD (Aide publique au développement)** : ensemble des dons et des prêts accordés par les États aux territoires en développement.

**FTN (firmes transnationales)** : entreprises dont les activités se déploient dans plusieurs pays.

**IDE** : voir p. 158

**Multilatéralisme** : politique qui privilégie la coopération entre les États dans les relations internationales.

**ZEE** : voir p. 54.

## A. Une influence géopolitique mondiale

- Le rayonnement de la France s'exerce d'abord sur le plan politique. Membre permanent du Conseil de Sécurité de l'ONU, la France appartient à toutes les instances politiques mondiales. Elle défend le **multilatéralisme** et peut s'affirmer contre une autre puissance mondiale. Elle est à l'initiative d'engagements internationaux comme l'**Accord de Paris** sur le climat en 2015.
- Le rayonnement politique français s'appuie sur une armée présente dans le monde entier et sur sa capacité nucléaire. Les forces françaises pré-positionnées sur tous les continents grâce aux territoires ultramarins et à des accords signés avec des États (Émirats Arabes Unis) peuvent être déployées rapidement. La France reste néanmoins une puissance militaire secondaire face aux États-Unis ou à la Chine.
- La France est également le cinquième contributeur mondial à l'**APD**. Elle accorde dons, prêts et assistance technique à de nombreux pays en développement, souvent d'anciennes colonies.

## B. Une puissance économique mondiale

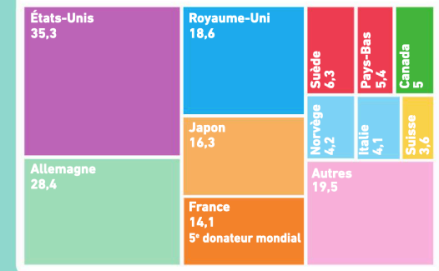
- La France est la sixième puissance économique mondiale en 2018. Son rayonnement économique est porté par ses firmes transnationales (**FTN**), actives dans les secteurs de l'énergie (Total), de la banque ou de l'automobile. Parmi les 500 premières FTN mondiales, 28 sont françaises. Leur internationalisation s'illustre par les flux d'**IDE** : la France est ainsi le 3<sup>e</sup> pourvoyeur d'IDE dans le monde.
- Cependant la croissance des pays émergents et de leurs FTN (100 chinois parmi les 500 premières en 2018) explique la diminution du poids des entreprises françaises. Par ailleurs, le rayonnement économique français est très fort dans l'Union européenne, première puissance commerciale mondiale, mais plus modeste dans le reste du monde.
- Posséder la deuxième **ZEE** mondiale permet à la France d'en exploiter les richesses de plus en plus convoitées. Plus de 2 millions de Français installés à l'étranger participent aussi au rayonnement économique. Détenant des emplois souvent qualifiés, ils exportent une image positive du pays.

## C. Un rayonnement culturel international

- Le rayonnement culturel passe d'abord par la langue : le français, langue officielle dans les instances internationales, est parlé par 274 millions de personnes dans plus de 70 pays (5<sup>e</sup> rang mondial). Les 500 lycées français à l'étranger (accueillant 60 % d'élèves étrangers) et 800 alliances françaises (dans 133 pays) concourent au rayonnement du français et de la culture française. Le français recule néanmoins face à l'anglais et a un rayonnement différencié selon les régions du monde.
- La culture française reste une référence mondiale. Son cinéma est l'un des rares capables de se confronter à l'hégémonie américaine. Des architectes, comme Jean Nouvel, ont une renommée internationale.
- L'art de vivre à la française (gastronomie, mode, luxe) contribue au rayonnement culturel du pays. Son rôle n'est pas négligeable dans l'attractivité touristique de la France, première destination mondiale des touristes (90 millions en 2018) ou dans la croissance de l'accueil des étudiants étrangers (4<sup>e</sup> rang mondial).

## GÉOgraphique

### 1 LES CONTRIBUTEURS À L'APD EN 2020 (en milliards de dollars)



### 2 LES 10 PREMIÈRES FTN FRANÇAISES EN 2021

Entreprise	Rang mondial	Chiffre d'affaires (en milliards de dollars)
Axa (assurances)	46	128 Mds
Total (énergie)	52	120 Mds
Crédit Agricole (banque)	93	83 Mds
Carrefour (grande distribution)	96	82 Mds
BNP Paribas (banque)	97	81 Mds
Électricité de France (EDF) (énergie)	105	79 Mds
Engie (énergie)	152	63 Mds
Société Générale (banque)	203	52 Mds
Christian Dior (luxe)	210	51 Mds
Vinci (construction)	214	50 Mds

### 3 LES ENTREPRISES FRANÇAISES À L'ÉTRANGER (Implantation dans les 10 premiers pays d'accueil, en % du total)

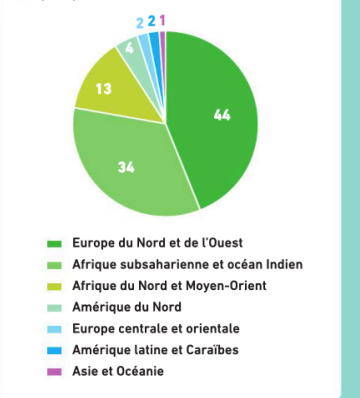


### 4 LES ÉTUDIANTS INTERNATIONAUX EN FRANCE EN 2019

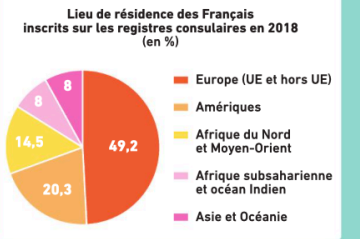
La France, 4<sup>e</sup> pays pour l'accueil des étudiants internationaux

Rang	Pays d'origine (en 2018-2019)	Nombre d'étudiants	Part (en %)
1	Maroc	41 729	12
2	Algérie	30 196	9
3	Chine	28 436	8
4	Italie	14 692	4
5	Tunisie	13 025	4

### 5 LES FRANCOPHONES DANS LE MONDE EN 2018 (en %)



### 6 LES FRANÇAIS À L'ÉTRANGER



Source : OCDE, 2020 ; Fortune Global 500, 2021 ; lepatiljournal.com, baromètre Prames-Banque Populaire, 2018 ; Campus France, 2020 ; Observatoire de la langue française, 2019 ; France Diplomatie, les chiffres-clés 2018 du registre consulaire.



Exemple

Problématique 2  
**ABU DHABI (EAU)**

Article  
La réussite du Louvre Abu Dhabi  
hatier-clic.fr/22g404

## L'internationalisation des musées français : le Louvre Abu Dhabi

Vidéo+  
hatier-clic.fr/20g407



**2019 : Centre Pompidou (Shanghai)**  
Depuis novembre 2019, le centre Pompidou-Shanghai West Bund, conçu par l'architecte D. Chipperfield, peut accueillir plus d'une vingtaine d'expositions



**2019 : Canal-Centre Pompidou (Bruxelles)**  
Le pôle culturel Canal-Centre Pompidou, dont les travaux ont débuté à l'automne 2019, est implanté à Bruxelles dans un ancien garage conçu en 1937



**2017 : Louvre (Abu Dhabi)**  
300 œuvres prêtées par 12 institutions muséales françaises jusqu'en 2026



**2015 : Centre Pompidou (Malaga)**  
Ouvert en 2015 pour une durée de 5 ans, El Cubo permet de montrer au public de Malaga 90 œuvres issues de la collection du centre Pompidou



**2009 : Musée Rodin (Salvador de Bahia)**  
En 2009, le musée Rodin a prêté, pour une durée de 4 ans, 62 œuvres du sculpteur



**2006 : Louvre (Atlanta)**  
En 2006, le High Museum d'Atlanta (États-Unis) a concédé, pour une durée de 3 ans, une aile de son bâtiment au musée du Louvre



Source : MC / DICOM, 2017.

**1 La stratégie d'internationalisation des musées français**

**2 Les musées français, nouveau soft power**

« Après le Louvre Abu Dhabi, une antenne du Centre Pompidou à Shanghai. Comme eux, nombreux sont aujourd'hui les musées tricolores, devenus des marques à part entière, à exporter un savoir-faire mondialement reconnu. Ou comment la culture française réinvente sa façon de rayonner à l'international. Des tournées triomphales des chefs-d'œuvre des musées Picasso et Marmottan Monet à travers le monde, des expositions itinérantes "clé en main" proposées par les musées du quai Branly, d'Orsay ou du MuCEM sur les cinq continents, une aile du Louvre à Atlanta, un musée Rodin à Salvador de Bahia, un Centre Pompidou éphémère à Malaga... Selon Françoise Nyssen, ministre de la Culture, cette forme de "diplomatie culturelle" est "une formidable passerelle entre les pays et un vecteur de rayonnement pour nos collections nationales". »

« Les musées français, soft power en force », letsogfrance.fr, 20 mars 2018.

**VOCABULAIRE**

**Internationalisation** : développement des activités d'une entreprise ou d'une institution au-delà de son territoire national par l'exportation directe mais aussi par les investissements ou la mise en place de filiales à l'étranger.

**Soft power** : capacité d'un État à en influencer un autre ou à s'imposer à lui comme modèle sans utiliser la force mais par des moyens culturels, idéologiques, diplomatiques...



**3 Un bâtiment de prestige**

Inauguré en 2017, le musée du Louvre Abu Dhabi a été construit par Jean Nouvel, architecte français de renommée internationale, récompensé en 2008 par le prix Pritzker, la plus haute distinction mondiale en architecture.



**4 L'exportation du savoir-faire du Louvre**

« Pour la création du premier musée universel dans le monde arabe, Abu Dhabi a souhaité s'associer au savoir-faire français. Le Louvre Abu Dhabi est le fruit d'un accord signé le 6 mars 2007 entre les Émirats Arabes Unis et la France, qui a entraîné un transfert de compétences sans précédent entre deux pays autour de la naissance d'un musée [...]. Le nouveau musée n'est en rien une copie du Louvre à Abu Dhabi, mais une institution originale, conçue comme un musée universel, ayant vocation à célébrer l'histoire commune de l'humanité à travers différentes cultures et civilisations. Le musée du Louvre participe à sa création par la formation des personnels, par son expertise en termes d'acquisitions et de projet scientifique, la création d'expositions et le prêt d'œuvres pour les 15 années à venir. Il lui associe également son nom pour une durée de 30 ans. »

Communiqué de presse sur l'ouverture du Louvre Abu Dhabi, 8-12 novembre 2017.

**5 Un facteur d'attractivité**

Le Louvre Abu Dhabi est entré dans le classement des 100 premiers musées mondiaux au bout d'un an de fonctionnement ; le Louvre est le musée le plus fréquenté au monde en 2018.

	Le Louvre Abu Dhabi	Le Louvre
Visiteurs en 2018, en millions	1	10,2
% de visiteurs étrangers	60 %	75 %
Touristes dans le pays en 2018, en millions	10,3	90

**PARCOURS 1 Lire et comprendre les documents**

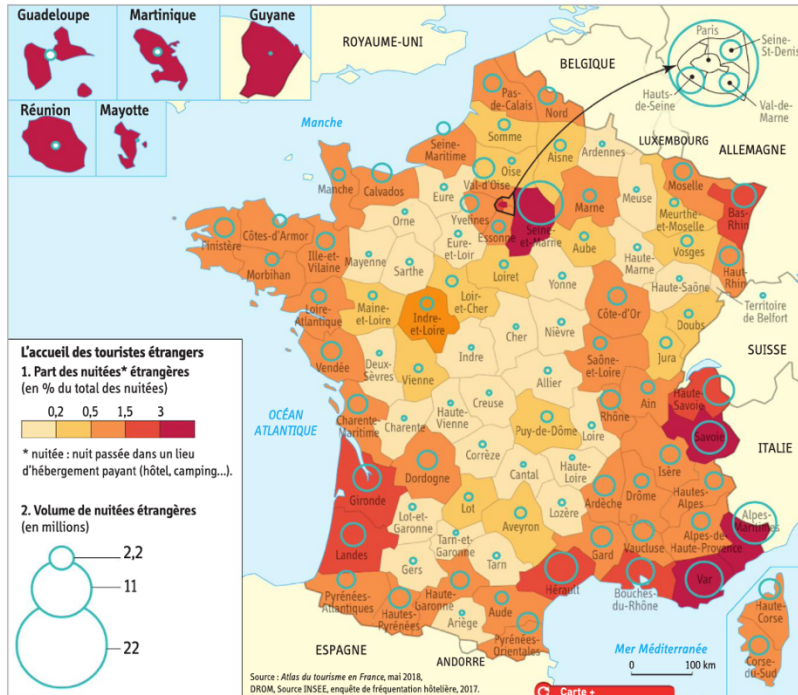
- Doc. 1 et 2** Quelles sont les différentes formes du rayonnement du Louvre et plus généralement des musées français à l'étranger ?
- Doc. 1 et 2** Pourquoi parle-t-on d'internationalisation des musées français ?
- Doc. 2** Justifiez le titre de ce document.
- Doc. 3 et 4** Relevez les différents éléments qui motivent le choix par Abu Dhabi d'un partenariat avec la France.
- Doc. 4 et 5** Quel profit les Émirats Arabes Unis tirent-ils du Louvre Abu Dhabi ?

**PARCOURS 2 Construire une argumentation**

Expliquez l'affirmation suivante : Le Louvre Abu Dhabi, un élément de soft power pour la France mais aussi pour les Émirats Arabes Unis.

**BILAN DU PARCOURS 1 OU 2** Montrez que le Louvre Abu Dhabi participe au rayonnement culturel de la France dans le monde.

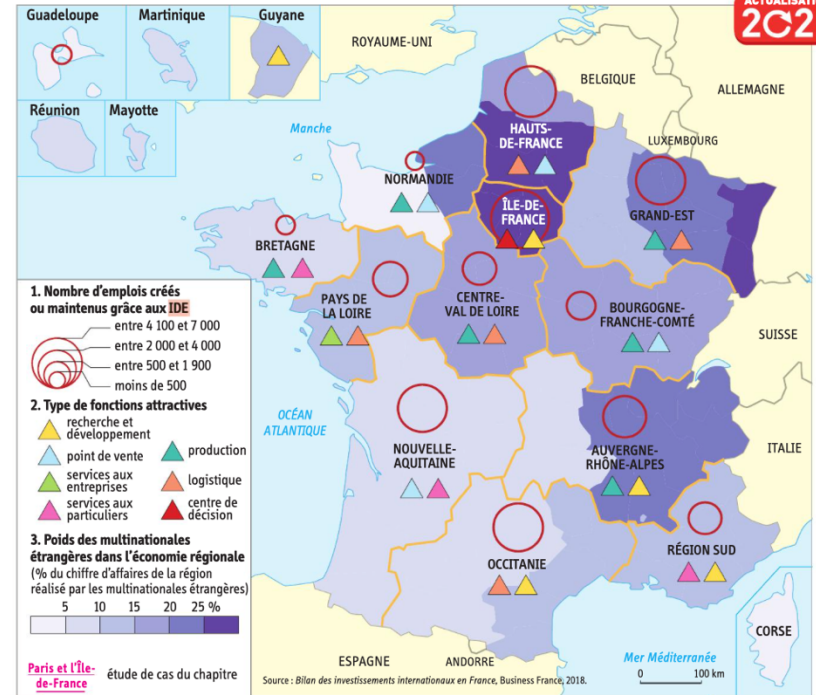
## L'inégale attractivité des territoires



1 L'attractivité touristique des territoires français

Carte interactive  
L'impact de la covid sur la fréquentation hôtelière  
halier-clit.fr/22q1401

## Problématique 2 Quelles sont les inégalités d'attractivité des territoires français dans la mondialisation ?



2 L'attractivité économique des territoires français

Carte interactive

### Activités

#### Lire et comprendre les cartes

##### Carte 1

- Où sont localisés les départements qui accueillent le plus de touristes étrangers (nombre de nuitées) ? Ceux qui en accueillent le moins ?
- Comment expliquez-vous l'attractivité des premiers ? Vous pouvez vous aider de la carte des espaces du tourisme en France étudiée en classe de première.  
**Rappel de 1<sup>re</sup>**  
halier-clit.fr/20q1408
- Peut-on parler d'**attractivité différenciée du territoire** français pour le tourisme international ? Justifiez votre réponse.

##### Carte 2

- Quelles sont les régions où la part du chiffre d'affaires réalisé par les entreprises étrangères est la plus élevée ? Correspondent-elles aux régions qui ont le plus d'emplois créés ou maintenus en 2017 grâce aux IDE ?
- Qualifiez l'attractivité économique de l'Île-de-France à l'aide de tous les critères.
- Quels sont les territoires qui vous paraissent les moins attractifs ? Justifiez votre réponse.

#### Pratiquer d'autres langages

- Carte 1** Transformez la carte 1 en schéma à partir d'un hexagone, en ne gardant que trois classes qualifiant la part des nuitées étrangères dans le total des nuitées.
- Décrivez et qualifiez l'inégale attractivité des territoires français en complétant le tableau ci-dessous.

	Accueil de touristes étrangers	Chiffre d'affaires des entreprises étrangères	Nombre d'emplois créés ou maintenus grâce aux IDE	Type de fonctions attractives
Île-de-France				
DROM				
Hauts-de-France				
Bretagne				
Auvergne				

#### VOCABULAIRE

**Attractivité différenciée des territoires** : capacité d'attirer des activités économiques dynamiques et compétitives qui varie selon les territoires et leurs caractéristiques (bonne connexion/isolation, urbain/rural, niveau d'éducation de la population active...).

IDE : voir p. 158



# Des territoires inégalement attractifs

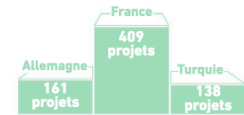
**Problématique** Quelles sont les inégalités d'attractivité des territoires français dans la mondialisation ?

**Podcast du cours**  
hater-clic.fr/20qt409

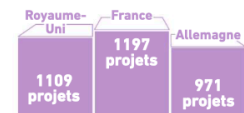
**Rappel de 1<sup>re</sup>**  
L'archipel métropolitain mondial  
La typologie des métropoles  
hater-clic.fr/20qt410

**La France : 1<sup>re</sup> destination européenne pour les IDE** 2022

**a. Projets industriels**



**b. Tous les types de projets**



Source : EY, Baromètre de l'attractivité en France, juin 2021.

**VOCABULAIRE**

**Attractivité** : capacité d'un territoire à attirer des activités économiques ou de nouveaux habitants.

**Délocalisation** : voir p. 42.

**IDE (Investissements directs à l'étranger)** : capitaux investis par une entreprise dans un pays étranger.

**Métropole** : ville qui exerce des fonctions de commandement et d'attraction sur une région.

**NDIT (Nouvelle division internationale du travail)** : spécialisation des économies nationales dans des activités productives dans le cadre de la mondialisation.

**Recherche et développement** : travaux de recherche menés dans une entreprise pour la conception, la mise au point de nouveaux projets.

**Reconversion** : mutation des activités d'un territoire.

**A. Mondialisation et recomposition territoriale**

Dans le contexte de la mondialisation, le tissu économique des territoires français a été recomposé, révélant leur inégale attractivité. La mondialisation a entraîné des délocalisations industrielles qui se sont traduites par la crise d'espaces productifs anciennement industriels (Lorraine, Nord) peinant à se reconverter et à retrouver une attractivité.

La mondialisation a renforcé la spécialisation de tous les territoires, agricoles, industriels ou tertiaires, touchés aussi par l'accroissement des flux de marchandises, de capitaux ou d'hommes. Les 90 millions de touristes étrangers et leur forte concentration spatiale ont ainsi un impact sur les territoires touristiques.

La mondialisation a induit une concurrence mondiale entre les territoires et les a hiérarchisés, par exemple par la NDI. La concurrence s'exerce entre les métropoles françaises et celles des autres pays. Paris est en rivalité avec Londres ou New York pour attirer le plus d'IDE ou d'activités de commandement, le nombre de sièges sociaux de FTN étant un bon révélateur de la hiérarchie de ces métropoles.

**B. Paris, métropole gagnante**

Seule métropole globale française, Paris a bénéficié de la mondialisation plus que tout le reste du territoire français (Rappel de 1<sup>re</sup>).

Les activités économiques de conception, de recherche et développement ou de finance y sont très fortement concentrées, en particulier à La Défense, premier quartier d'affaires européen en nombre de sièges sociaux d'entreprises étrangères. L'Île-de-France s'impose comme la première région française à attirer des investissements étrangers avec plus de 30 % des projets de recherche et développement étrangers en France en 2018. Les étudiants étrangers sont attirés par la concentration de grandes écoles et d'universités. Les touristes étrangers séjournent forcément à Paris.

Les territoires franciliens sont cependant marqués par de fortes inégalités intra-métropolitaines, certains espaces de banlieue ou périurbains restant à l'écart de la mondialisation.

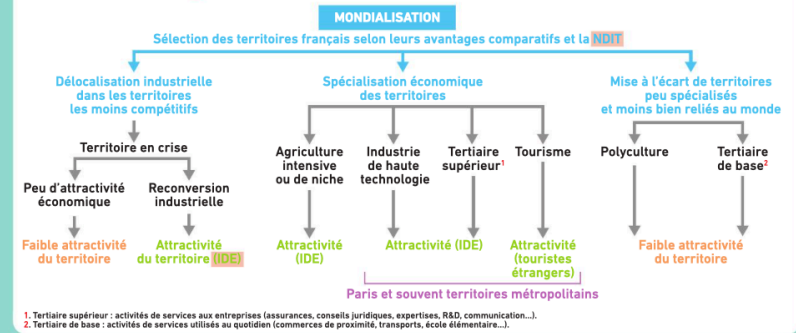
**C. Les autres territoires**

Certains territoires, ancrés dans la mondialisation, sont attractifs. Les métropoles à influence européenne (Rappel de 1<sup>re</sup>), comme Lille ou Lyon, possèdent des quartiers d'affaires attractifs et commandent des zones où les investissements étrangers industriels sont majeurs. Les espaces de production industrielle (aéronautique à Toulouse ou Cosmetic Valley près de Chartres) ou agricole très spécialisés (viticulture en Champagne), ou les espaces de tourisme international (Côte d'Azur), sont inscrits dans les réseaux européens ou mondiaux.

D'autres territoires apparaissent comme des espaces oubliés de la mondialisation : les villes petites ou moyennes, surtout localisées dans un arc de la Normandie à la Lorraine et au centre de la France; les espaces ruraux non spécialisés et/ou en zone de montagne; les territoires ultramarins qui cumulent les handicaps de l'isolement et de l'éloignement des grands flux de la mondialisation.

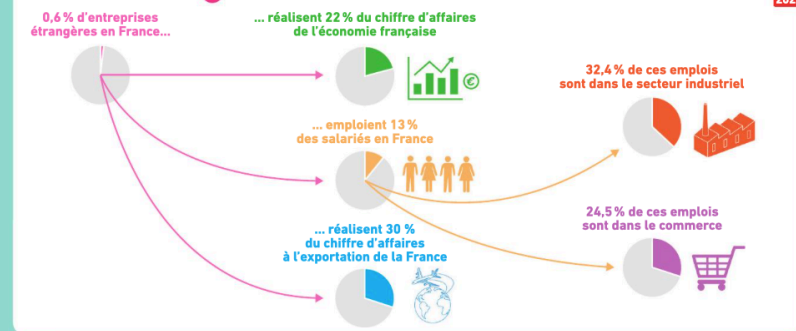
**GÉOgraphique**

**1 LA MONDIALISATION ET L'INÉGALITÉ DES TERRITOIRES**

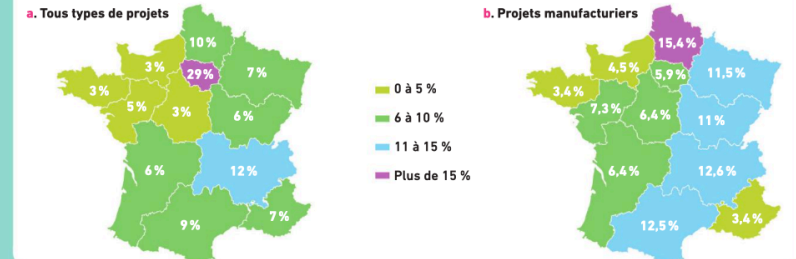


<sup>1</sup> Tertiaire supérieur : activités de services aux entreprises (assurances, conseils juridiques, expertises, R&D, communication...)  
<sup>2</sup> Tertiaire de base : activités de services utilisés au quotidien (commerces de proximité, transports, école élémentaire...)

**2 LE POIDS DES ENTREPRISES ÉTRANGÈRES EN FRANCE EN 2019**



**3 LA RÉPARTITION DES IDE PAR RÉGION EN 2019 (en % du total)**



Sources : INSEE, 2021 ; Baromètre de l'attractivité en France, EY, juin 2020.

## Débat



# Comment les territoires ruraux sont-ils intégrés dans la mondialisation ?

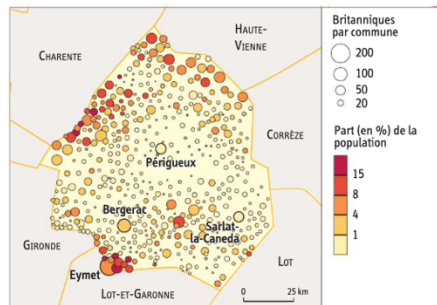
▲ De nombreux Britanniques se sont installés en Dordogne, à tel point que le surnom de « Dordogneshire » est apparu.

Si les territoires métropolitains sont des espaces privilégiés de la mondialisation, cette dernière n'exclut pas les territoires ruraux. Après avoir analysé les documents, vous débattrez du degré d'intégration des territoires ruraux à la mondialisation et des formes qu'elle prend.

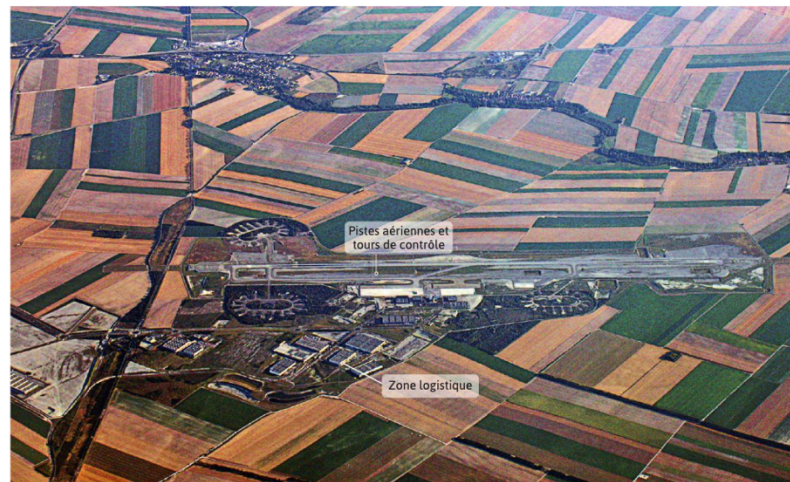
**COUP DE POUCE**  
 • mobilisez vos connaissances sur les espaces ruraux multifonctionnels étudiés en classe de première ;  
 • relevez dans les documents les facteurs d'intégration des espaces ruraux : la localisation et donc la connexion, les types d'activités productives, leur dynamisme et leurs acteurs étrangers, la densité et l'attractivité de ces territoires.

### 1 La Dordogne, espace résidentiel anglais

« À partir des années 1980, la Dordogne, territoire rural vide et peu développé, devient attractive pour des populations aisées. [...] Il s'agit d'une transformation des handicaps (paysages abandonnés, polyculture en crise) en atouts (nature préservée, produits du terroir). Cette attractivité passe par la construction d'un terroir sur lequel s'appuie agriculture (productions haut de gamme comme la truffe ou le foie gras) et agrotourisme, le tout valorisé par du marketing territorial. Le paysage agricole traditionnel se transforme : des vergers bien ordonnés remplacent des parcelles de polyculture. Des infrastructures de loisirs voient le jour comme l'immense golf sur la commune de Lachapelle-Auzac, destinées à attirer des populations aisées, souvent britanniques. Ce golf, créé en 1984, est racheté par les Anglais en 1995 et inaugure un parcours international et 75 bungalows en 2004. Il montre comment un espace du vide peut devenir un espace résidentiel attractif pour une population aisée. »



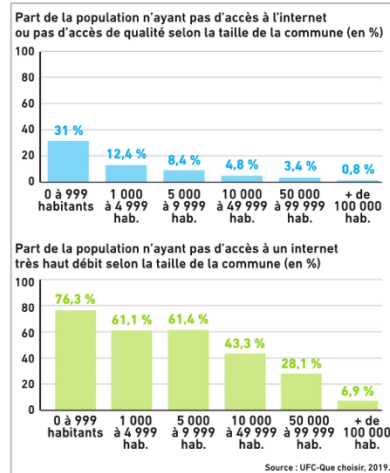
O. Chapperon, « La Nouvelle-Aquitaine prisée par les Britanniques », *Le Populaire du centre*, 18 octobre 2017



### 2 Une plate-forme multimodale en zone rurale

Avec 60 000 passagers en vols charters et 8 000 tonnes de marchandises transportés en 2018 contre 110 000 passagers et 17 000 tonnes en 2017, l'aéroport de Vatry dans la Marne, à 147 km de Paris, peine à se développer.

### 3 Le haut débit en France en 2019



### 4 Espaces viticoles et mondialisation

« Aujourd'hui le vignoble chinois est plus grand en surface que le vignoble français et produit 12 millions d'hectolitres. Les États-Unis ou encore l'Argentine sont de sérieux concurrents sur ce marché. Cette concurrence à l'échelle mondiale ne cesse de s'accroître du fait de l'amélioration de la qualité globale du vin mais aussi en raison des conditions d'exploitation parfois plus avantageuses (coût de la main-d'œuvre ou du foncier plus faibles), ou encore du fait des flux mondialisés permettant d'acheminer du vin du monde entier à moindres frais. [...] Face à cette forte concurrence internationale, les territoires de la vigne voient leur organisation bouleversée. En Champagne, dans le Bordelais ou en Bourgogne, les prix des terres viticoles s'envolent, contrairement au vignoble du Languedoc où l'on arrache la vigne. [...] Ainsi 2 % du vignoble français appartient à des étrangers mais 41 % du vignoble bordelais est détenu par des étrangers. En transformant le vin en objet de luxe et de spéculation, la mondialisation renforce la hiérarchie des territoires de la vigne en France. »

Cédrick Allmang (dir.), *Mémento Géographie*, Paris, Vuibert, 2018.

## VOCABULAIRE

**Marketing territorial** : ensemble d'outils pour valoriser un territoire, renforcer son attractivité.

## LE SCHÉMA BILAN DU CHAPITRE

Schéma à compléter  
hatier-clac.fr/20gt&t1

+ prof  
Schéma corrigé

Un rayonnement mondial différencié	Des territoires inégalement attractifs
Une influence géopolitique mondiale .....	Mondialisation et recomposition des territoires .....
Une puissance économique mondiale .....	Paris, territoire gagnant .....
Un rayonnement culturel international .....	Les autres territoires .....

## RÉDIGER LA RÉPONSE À UNE QUESTION PROBLÉMATISÉE

Capacité  
Construire une argumentation

**SUJET** : Pourquoi peut-on dire que le rayonnement de la France dans le monde est international mais différencié ?

Voir méthode p. 302 à 305

### Analyser les termes du sujet

- Définissez « rayonnement » et repérez l'échelle à laquelle il s'exerce.
- Montrez ce que l'adjectif « différencié » introduit comme nuance.

### COUP DE POUCE

Enjeu : Le rayonnement ne s'exerce pas de la même manière ni avec la même intensité sur tous les territoires dans le monde, certains territoires étant beaucoup plus concernés.

### Argumenter

- Repérez les trois grands domaines dans lesquels la France rayonne à l'échelle internationale. Ils constitueront vos trois parties.
- Associez chaque exemple ci-dessous à la partie à laquelle il correspond. Puis poursuivez cet exercice avec d'autres exemples.

Partie 1 Rayonnement	Partie 2 Rayonnement	Partie 3 Rayonnement
.....	.....	.....

### Exemples :

- Le français, 5<sup>e</sup> langue parlée au monde et langue officielle dans les instances internationales
  - 500 lycéés français à l'étranger accueillant 60 % d'élèves étrangers
  - 4<sup>e</sup> rang mondial pour l'accueil d'étudiants étrangers
  - Organisation de la COP21 et signature des Accords de Paris en 2015
  - 28 FTN françaises parmi les 500 plus grandes mondiales
  - Forces françaises permanentes à l'étranger : Djibouti, Gabon, Côte d'Ivoire et Émirats Arabes Unis
  - 2<sup>e</sup> ZEE mondiale permettant d'exploiter des richesses halieutiques et sous-marines
- À l'aide des cartes pages 150-151, montrez quels sont les territoires sur lesquels les rayonnements géopolitique, économique ou culturel sont forts et ceux sur lesquels ils sont faibles. Vous pourrez ainsi aborder le caractère « différencié » du rayonnement dans chaque partie.
  - Rédigez votre réponse.

## CONFRONTER DEUX DOCUMENTS

**SUJET** : L'attractivité internationale de Paris

**Consigne** : Analysez l'attractivité internationale de Paris dans le contexte économique européen et mondial.

Capacité  
Procéder à l'analyse critique de documents selon une approche géographique  
Mettre un événement en perspective



**1** Publicité de La Défense (novembre 2016)

Traduction : « Si vous êtes fatigués du fog (le brouillard londonien), essayez donc les grenouilles (les Anglais désignent ironiquement les Français comme des grenouilles) !

### Lire et analyser le sujet et la consigne

- Définissez « attractivité ». À quelle échelle doit-elle être étudiée ?
- Quelles notions clef du cours doivent être mobilisées et définies d'après la consigne ?

### Lire et comprendre les documents

- Doc. 1** Quel type de quartier est illustré par l'affiche ? D'après vos connaissances, où est-il situé et comment se caractérise-t-il ?
- Comment l'attractivité de La Défense est-elle mise en valeur par l'affiche ? À qui cette affiche est-elle destinée et pourquoi ?
- Doc. 2** Quels sont les éléments de l'attractivité de Paris présentés dans le texte ? À quelles échelles cette attractivité est-elle décrite ?
- Pourquoi peut-on qualifier Paris de « ville-musée » ? Cette notion est-elle uniquement négative pour l'attractivité de Paris ?

**2** Paris, une capitale économique

« Paris classée capitale européenne de l'innovation ; Paris capitale des start-up... Grâce à la politique volontariste menée par la Ville, Paris enregistre des résultats économiques internationalement remarquables.

En dix ans, l'image de Paris a considérablement changé. La ville n'est plus considérée comme une ville « musée » mais davantage comme une capitale internationalement reconnue pour son dynamisme en matière économique et d'innovation. Une ville « branchée tech », avec plus de 10 000 start-up ; une ville qui attire les entreprises, crée de l'emploi, stimule la recherche et l'innovation et qui aide au développement des start-up. Mais aussi une ville qui cherche à ne laisser personne au bord du chemin en investissant dans la formation des Parisien-ne-s, notamment celles et ceux rencontrant le plus de difficultés, fidèle en cela à sa vocation de ville inclusive.

Preuve de cette mutation, durant la dernière décennie et plus particulièrement depuis 2014, Paris a fait un bond spectaculaire dans les classements internationaux des villes les plus attractives. »

« Une capitale économique internationale », www.paris.fr, 1<sup>er</sup> février 2019.

Voir méthode p. 300

### Confronter les deux documents

- Quel est le contexte politique évoqué par le doc. 1 ? Joue-t-il un rôle dans l'attractivité de Paris d'après le doc. 2 ?
- Quel est le rapport entre l'attractivité de Paris et son statut de métropole dans les deux documents ?

### Mettre en relation les documents avec ses connaissances

- Quelle est la nature des documents ? Qu'implique-t-elle dans la description de l'attractivité de Paris ?
- Quels éléments de l'attractivité de Paris ne sont pas présentés ?
- D'après vos connaissances, Paris est-elle une « ville inclusive » (c'est-à-dire qui n'exclut pas les personnes fragiles et pauvres) ? Pouvez-vous parler d'inégale attractivité de la métropole parisienne ?

Réaliser des productions graphiques dans le cadre d'une analyse

SUJET : L'attractivité touristique internationale de la Région Sud

Consigne : Réalisez le croquis présentant l'attractivité touristique, inégale sur le territoire régional, et les atouts de la Région Sud.

La deuxième région touristique française

« L'attractivité touristique de la Région Sud place celle-ci en deuxième position après l'Île-de-France. Sur les 31 millions de touristes en 2017, un cinquième provient de l'étranger, majoritairement du Royaume-Uni, des États-Unis et d'Allemagne. Les 2 millions de touristes d'affaires internationaux fréquentent surtout Nice, Cannes ou Monaco dont les aéroports forment le deuxième pôle aéroportuaire européen d'affaires.

La mise en valeur balnéaire de cette côte méditerranéenne qui date de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle a installé un chapelet de stations balnéaires – Nice, Cannes, Saint-Raphaël, Saint-Tropez, Le Lavandou et Hyères. Vers l'ouest, le littoral est moins attractif pour le tourisme à cause du pôle industrialo-portuaire de Fos-Marseille et des contraintes de la zone protégée de la Camargue. Marseille, la capitale régionale, accueille néanmoins le premier port croisiériste français avec 1,7 million de passagers en 2017. Des manifestations culturelles célèbres se déroulent aussi sur ce littoral comme le festival international de Cannes ou le carnaval à Nice. En dehors des 2 800 heures d'ensoleillement par an sur le littoral, l'accessibilité est l'un des atouts de l'attractivité touristique de la Région Sud. Les infrastructures majeures de transport (autoroute et LGV) longent le littoral entre Menton et Marseille et sont connectées à la vallée du Rhône, en direction de Lyon, puis Paris ; une branche dessert l'Espagne. L'aéroport de Nice, le deuxième aéroport international français, et dans une moindre mesure celui de Marseille, sont des portes d'entrée des touristes étrangers. Si toute la région bénéficie d'une image positive, son attractivité touristique reflète en partie son organisation régionale opposant le littoral et l'arrière-pays. De Fos-sur-Mer à Menton, le littoral concentre les plus fortes densités de population, les grandes villes et les activités les plus dynamiques et attire le plus de touristes étrangers. L'intérieur se scinde en deux zones très différentes, l'arrière-pays et les massifs alpins. Le renforcement des infrastructures de transport a permis aux stations d'hiver alpines de s'ouvrir à une clientèle européenne (en particulier les Italiens), tandis que l'arrière-pays est moins attractif, même s'il accueille ponctuellement des résidences secondaires de touristes européens. »

Véronique Ziegler, © Hatier, 2020.

Analyser le sujet et la consigne

- Définissez « attractivité touristique ».
- Repérez les trois parties de la consigne qui constitueront les trois parties de votre légende.

Sélectionner les informations du texte et bâtir la légende

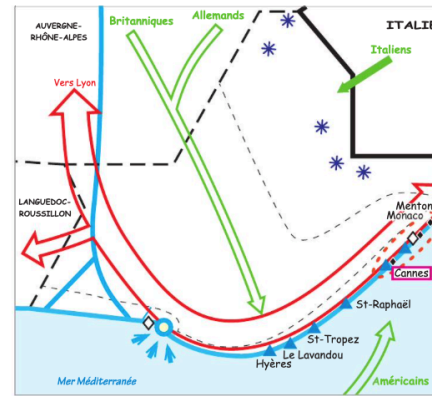
- Soulignez dans le texte les différents flux de touristes, les pôles du tourisme d'affaires ou de croisière afin de constituer votre première partie. Faites de même pour identifier les éléments cartographiables des parties 2 et 3.

- Quels éléments du texte allez-vous écarter du croquis ? Pourquoi ?
- Attribuez à chaque élément sélectionné un figuré pertinent. N'oubliez pas de faire varier sa taille en proportion de son importance si besoin.

Réaliser le croquis

- Reportez sur le fond de carte les éléments sélectionnés. Placez la légende en dessous et n'oubliez pas le titre.

Voir méthode p. 294



TITRE : \_\_\_\_\_

- |                                    |  |
|------------------------------------|--|
| ..... principaux flux de touristes | ..... pôle majeur du tourisme d'affaires |
| ..... flux secondaires             | ..... premier pôle                       |
- |                                 |  |
|---------------------------------|--|
| ..... fort ensoleillement       | ..... aéroport                         |
| ..... station balnéaire         | ..... aéroport d'affaires              |
| ..... station de sports d'hiver | ..... premier port                     |
| ..... manifestation             | ..... principaux axes de communication |
- |   |                                       |
|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> littoral balnéaire | <input type="checkbox"/> arrière-pays |
| <input type="checkbox"/> littoral           | <input type="checkbox"/>              |

Fond de croquis + prof  
hatier-clc.fr/20at412 Croquis interactif/corrige

ANALYSER UN TEXTE

SUJET : Le soft power français

Consigne : Montrez comment s'exerce le rayonnement culturel français à travers l'internationalisation des musées comme celui de Pompidou.

L'inauguration du Centre Pompidou Shanghai (novembre 2019)

« Le Centre Pompidou Shanghai abritera l'institution culturelle française sur 2100 m<sup>2</sup>, devenant ainsi la troisième antenne étrangère du Centre Pompidou, la première hors d'Europe. [...] Au-delà du rayonnement culturel français, dans le sillage du Louvre Abou Dhabi, cette vitrine est aussi une opportunité financière. Le Centre Pompidou percevra 1,4 million d'euros par an pendant cinq ans pour l'exploitation de sa marque, auxquels s'ajoutent 2,5 millions pour l'ensemble de ses prestations. Une somme non négligeable lorsqu'on se souvient que le budget de Beaubourg alloué aux acquisitions d'œuvres est de 2 millions d'euros. [...] Outre les marques prestigieuses et l'expérience française dans la mise en valeur des biens culturels, ces implantations chinoises permettent aux institutions françaises d'avoir un œil sur ce qui se passe dans l'empire du Milieu [...] "il faut être présent en Chine pour comprendre ce qui s'y passe, pour en faire partie. Il faut qu'on soit un acteur du jeu" affirme Serge Lavigne, le président du Centre Pompidou. »

Romain Herreros, « Macron inaugure le centre Pompidou Shanghai (et étend la toile culturelle française) », *Huffington Post*, 5 novembre 2019.

Lire et analyser la consigne

- Comment définissez-vous le rayonnement culturel français ? À quelle échelle doit-il être étudié ?

Lire et analyser le texte

- Où et dans quelles conditions s'installe le centre Pompidou ? Quelle sera alors son action ?
- Pourquoi peut-on dire que, comme le musée du Louvre (voir p. 154), il s'internationalise ?
- Comment le pouvoir politique français considère-t-il cet événement ?

Mettre en relation le texte et ses connaissances

- Comment définissez-vous le soft power ? Quel exemple en donne l'installation du centre Pompidou à Shanghai ?
- Pourquoi est-ce essentiel de toucher le public chinois ?
- Comment cette ouverture à Shanghai d'une antenne du centre Pompidou, situé à Paris, peut être un élément de l'attractivité de la France ?

Voir méthode p. 292

Autoévaluation

Évaluez votre maîtrise des exercices hatier-clc.fr/20at413

## Bac blanc

### TRANSPOSER UN TEXTE EN CROQUIS

**SUJET** : Les formes du rayonnement géopolitique de la France dans le monde

**Consigne** : Vous réaliserez un croquis présentant les éléments du rayonnement géopolitique de la France.

#### Le rayonnement géopolitique de la France

Voir méthode p. 294

« Pays de 67 millions d'habitants en 2019, qualifiée parfois de puissance moyenne, la France rayonne pourtant à l'échelle mondiale. Son influence géopolitique, héritière de son histoire, puissance diplomatique du XVIII<sup>e</sup> siècle et coloniale des XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles, est en effet mondiale.

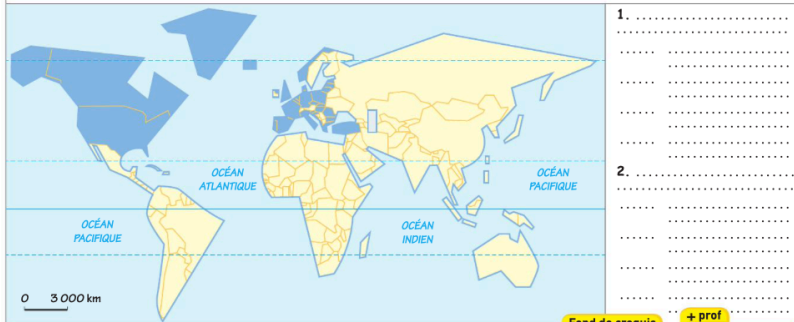
Appartenant aux 5 membres permanents du Conseil de Sécurité de l'ONU, la France est présente dans toutes les grandes organisations mondiales dans lesquelles elle fait entendre sa voix en français, langue officielle à l'ONU. Comme New York, Washington, La Haye et Genève, Paris est le siège d'institutions internationales telles l'UNESCO, l'OCDE ou l'OIF. La France organise des événements internationaux sur son territoire : elle a ainsi accueilli en 2019 le sommet du G7 dont elle est membre fondateur.

Elle fait partie du petit groupe des puissances nucléaires reconnues avec à ses côtés les États-Unis, le Royaume-Uni, la Russie, la Chine, Israël, l'Inde, le Pakistan et la Corée du

Nord, même si son budget militaire (3,5 % des dépenses militaires mondiales), le cinquième derrière l'Inde et l'Arabie Saoudite (entre 3,6 et 3,7 %), ne peut cependant se mesurer à celui de la Chine (14 % des dépenses militaires mondiales) ou surtout à celui des États-Unis (36 %). Ses forces de souveraineté nationale sont déployées en permanence en France métropolitaine et dans de nombreux territoires d'outre-mer (Polynésie, Antilles, Guyane, Réunion et Nouvelle-Calédonie). Des forces permanentes sont également déployées à l'étranger grâce à des accords passés avec d'anciennes colonies (Côte d'Ivoire, Djibouti, Gabon ou Sénégal) ou des partenaires plus récents (Émirats Arabes Unis). Ce positionnement lui permet d'intervenir rapidement sur des terrains éloignés de la France métropolitaine, même si la plupart du temps, elle n'intervient pas seule.

Véronique Ziegler © Hatier, 2020.

TITRE : .....



Fond de croquis [hatier-clitic.fr/20at414](https://hatier-clitic.fr/20at414) + prof Croquis interactif/corrige

## Bac blanc

### QUESTION PROBLÉMATISÉE

Voir méthode p. 302 à 305

**SUJET 1** : Comment caractériser et expliquer l'attractivité et le rayonnement de l'Île-de-France ?

**SUJET 2** : Comment s'exerce le rayonnement de la France dans le monde ?

**SUJET 3** : Pourquoi peut-on dire que l'attractivité des territoires français dans la mondialisation est inégale ?

## Bac blanc

### ANALYSER UN DOCUMENT

**SUJET** : L'attractivité touristique de la France

**Consigne** : Après avoir rappelé la nature du document et le public visé, présentez les éléments de l'attractivité touristique de la France en hiver et les différents territoires concernés.



« Les raisons de visiter la France en hiver : les tarifs bas des vols et des hôtels – Les marchés de Noël – Les bons petits plats d'hiver – Skier – Les cures thermales – La douceur méditerranéenne – Les soldes d'hiver »

## Bac blanc

### ANALYSER UN DOCUMENT

**SUJET** : Le rayonnement culturel français, un rayonnement international

**Consigne** : En vous appuyant sur le texte et vos connaissances, vous mesurerez le rayonnement culturel français, vous décrierez les moyens mis en œuvre pour le favoriser et ses limites.

Voir méthode p. 292

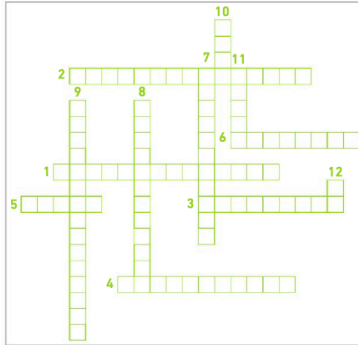
« L'influence d'un pays dans le monde ne se mesure pas seulement à la force de son économie, à sa puissance politique et stratégique, à sa place dans les institutions de gouvernance internationale. Elle repose aussi sur la capacité de séduction de ses idées, de ses savoirs, de sa culture et sur leur articulation avec les autres facteurs de puissance. [...] Ainsi, l'influence internationale de la France est sans commune mesure avec son poids économique ou démographique [...]. Avec la mise en place, le 1<sup>er</sup> janvier 2011, de l'Institut français, la France donne un nouvel élan à sa politique culturelle extérieure. [...] L'Institut français, opérateur dédié du ministère des Affaires étrangères pour la politique culturelle extérieure, a surtout pour vocation d'être le correspondant de plus de 150 instituts français dans le monde. Il va devenir la tête d'un réseau qui va progressivement viser à une unité dans l'action, un objectif crucial en période

de diminution des budgets de l'État [...] Tout d'abord à travers la mission, partagée avec les lycées français à l'étranger et les alliances françaises, de promotion et de diffusion de la langue française. [...] L'Institut français a reçu, dans le domaine scientifique et universitaire, une mission de diffusion des savoirs qui vient enrichir ses activités d'aide à la publication, à la traduction ou d'appui aux médiathèques. C'est une spécificité de la France qui défend, à travers le débat d'idées, la place de la création intellectuelle : notre pays se situe parmi ceux qui déposent le plus de brevets et publient le plus d'articles scientifiques. Il est également le cinquième pays d'accueil des étudiants étrangers. »

Ph. Lane, Professeur des Universités à l'Université de Rouen Normandie, Vice-Président « Relations Internationales », communication lors d'un forum franco-japonais à Tokyo, 26 mars 2018. [chmcc.hypotheses.org/2741](https://chmcc.hypotheses.org/2741)

## 1 Connaître le vocabulaire du thème

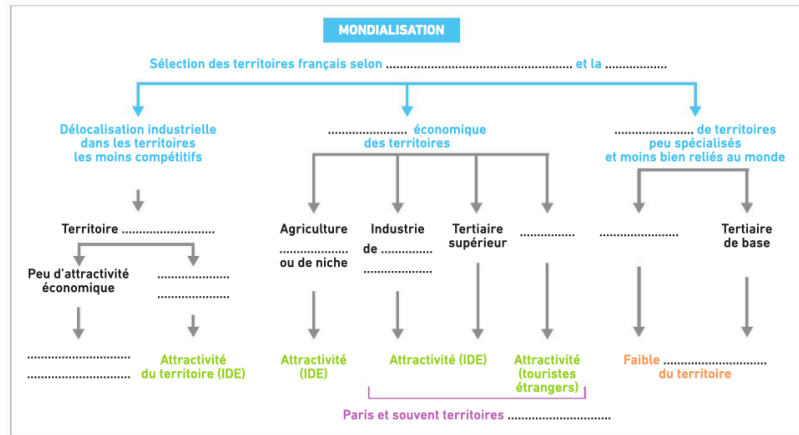
■ Complétez la grille de mots croisés.



1. Processus d'ouverture des économies nationales sur un marché devenu planétaire dans une dynamique de mise en relation.
2. Concentration accrue de la population et des fonctions de commandement au profit des plus grandes villes.
3. Zone de contact entre deux ensembles géographiques aux caractéristiques différentes. Elle peut générer des échanges, des influences réciproques ou des tensions.
4. Séparation des populations dans l'espace.
5. Association régionale d'Asie du Sud-Est.
6. Association régionale d'Amérique du Sud.
7. Processus d'incorporation d'un élément dans un autre, accompagné d'une transformation réciproque de ces éléments tendant vers l'unité.
8. Capacité à attirer dans une direction, vers un lieu ou une aire.
9. Concentration des hommes et des activités sur les littoraux.
10. Plate-forme de correspondances entre lignes internationales et/ou lignes intérieures aériennes.
11. Association réunissant le Canada, les États-Unis et le Mexique.
12. Association régionale européenne.

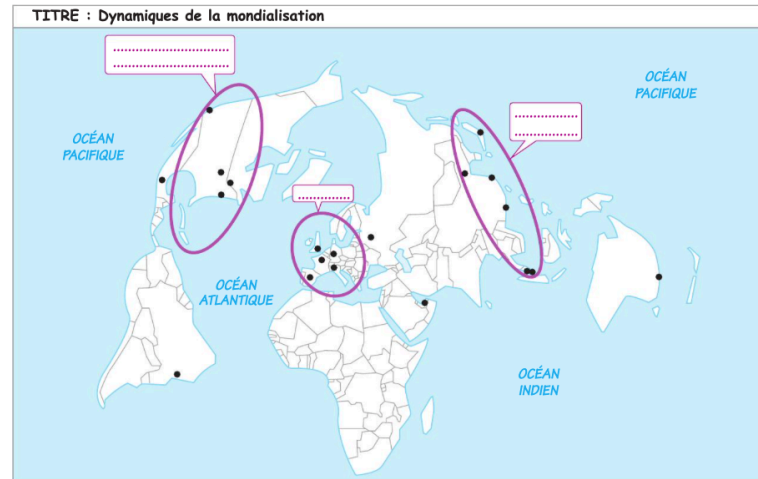
## 2 Compléter le schéma de la mondialisation et de l'inégale attractivité des territoires français

■ Complétez à l'aide des expressions suivantes le schéma : polyculture, métropolitains, reconversion industrielle, faible attractivité du territoire, leurs avantages comparatifs, spécialisation, intensive, haute technologie, tourisme, en crise, mise à l'écart, NDIT.



## 3 Se repérer dans l'espace

1. Nommez et placez sur le planisphère ci-contre, les 20 premières métropoles mondiales.
2. Nommez les grands pôles attractifs d'IDE.
3. Placez les façades maritimes les plus dynamiques dans la mondialisation.
4. Placez les principaux flux commerciaux et financiers dans la mondialisation.



## 4 Rédiger une argumentation montrant le rayonnement différencié de la France dans le monde

1. Sélectionner dans les expressions suivantes les titres de vos parties, sous-parties et arguments.

- 6<sup>e</sup> puissance économique mondiale
- 2<sup>e</sup> ZEE mondiale
- savoir-vivre à la française
- recul du français face à l'anglais
- rayonnement économique surtout européen
- rayonnement géopolitique international
- puissance militaire mondiale mais secondaire par rapport aux États-Unis ou à la Chine
- 28 FTN françaises dans les 500 premières
- le français, 5<sup>e</sup> langue parlée dans le monde
- forces françaises de projection
- rayonnement économique mondial
- 3<sup>e</sup> pourvoyeur d'IDE dans le monde
- rayonnement culturel international
- membre permanent du Conseil de Sécurité de l'ONU
- 5<sup>e</sup> budget militaire mondial
- 5<sup>e</sup> contributeur à l'APD
- 500 lycées français à l'étranger

2. Après avoir construit le plan détaillé, rédigez votre argumentation en utilisant également vos connaissances.

## Dynamiques territoriales, coopérations et tensions dans la mondialisation

### Des territoires inégalement intégrés

- Trois pôles majeurs jouent un rôle primordial dans la mondialisation. Mais le monde est de plus en plus multipolaire (rôle croissant des pays émergents). Les villes mondiales sont le cœur de ces pôles.
- Les espaces en marge de la mondialisation sont à l'écart des flux mondialisés.
- La mondialisation renforce les inégalités. Elle favorise la métropolisation, la littoralisation et la ségrégation socio-spatiale.

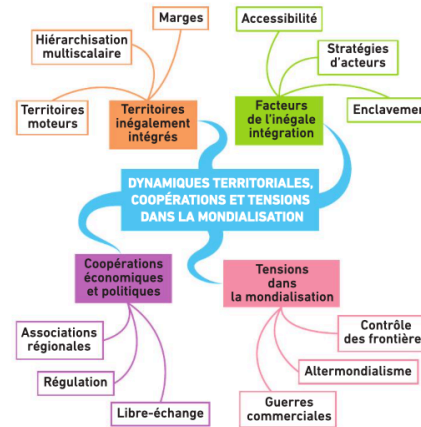
### Les facteurs de l'inégale intégration

- Les espaces dynamiques ont une forte accessibilité. Les villes mondiales concentrent des fonctions stratégiques et de commandement.

- Les espaces en marge cumulent les faiblesses. L'enclavement de certains pays est un facteur répulsif.
- La mondialisation est un processus mouvant. De nouvelles stratégies d'acteurs peuvent changer la situation d'un territoire.

### Les organisations de coopération

- Toutes les associations régionales veulent peser dans la mondialisation et favorisent le libre-échange par la levée des barrières douanières.
- Des organisations politiques cherchent à réguler la mondialisation et à limiter les inégalités.
- Malgré ces accords, les tensions économiques et politiques restent importantes.



### NOTIONS-CLÉS

Attractivité  
Intégration territoriale

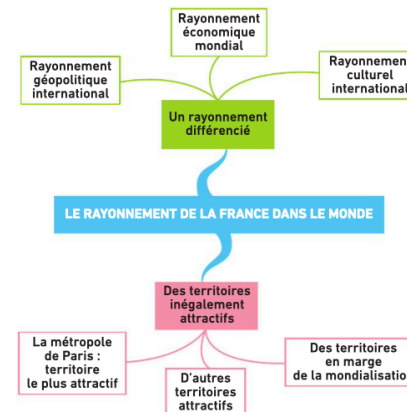
## Le rayonnement de la France dans le monde

### La France dans le monde, un rayonnement différencié

- L'influence géopolitique de la France est mondiale. Puissance politique présente dans toutes les instances internationales majeures, la France est également une puissance militaire dont les forces sont pré-positionnées sur tous les continents (rôle des DROM).
- Sixième puissance économique mondiale en 2018, la France a un rayonnement économique différencié, essentiellement européen, et est concurrencée par les économies émergentes.
- Le rayonnement culturel de la France est international grâce au français, 5<sup>e</sup> langue la plus parlée dans le monde, mais aussi à son réseau de lycées français ou d'alliances déployés dans le monde entier. La culture ou l'art de vivre à la française participent aussi à ce rayonnement.

### Des territoires inégalement attractifs

- Dans le contexte de la mondialisation, avec les phénomènes de métropolisation et de Nouvelle division internationale du travail (NDIT), les territoires français se sont recomposés : délocalisation, reconversion, concentration d'activités et spécialisation des territoires. Ils possèdent ainsi une attractivité inégale.
- La métropole de Paris, qui a bénéficié le plus de la mondialisation, est le territoire le plus attractif. La Défense est le premier quartier d'affaires européen et la région Île-de-France la première région française à attirer IDE et étudiants étrangers. L'attractivité des territoires franciliens est cependant très différenciée.
- Les autres territoires français sont très inégalement attractifs, des métropoles à influence européenne, points d'ancrage de la mondialisation, aux territoires en marge de la mondialisation.



### CHIFFRES-CLÉS



PIB des États-Unis en 2020 (1<sup>er</sup> rang mondial) : 20 893 746 millions de dollars (M\$)  
 PIB de la Chine en 2020 (2<sup>e</sup> rang mondial) : 14 722 730 M\$  
 PIB des Tuvalu en 2020 (dernier rang mondial) : 48 M\$  
 46 PMA en 2021  
 New York : 113 milliardaires et 1,8 million de pauvres

### France

1<sup>er</sup> pays touristique en 2019 en millions de visiteurs  
 7<sup>e</sup> budget militaire mondial en 2021  
 2<sup>e</sup> ZEE mondiale  
 5<sup>e</sup> puissance économique mondiale en 2021, 5<sup>e</sup> PIB mondial en 2021  
 2,5 millions de Français installés à l'étranger en 2021  
 Français, 5<sup>e</sup> langue la plus parlée au monde