



Anneaux Olympiques sur la place du Trocadéro, Paris (Septembre 2017)
 Paris vient d'être désignée pour organiser les Jeux Olympiques de 2024. Les J.O. sont l'évènement le plus médiatisé, à l'échelle planétaire. Le patrimoine architectural de Paris servira de toile de fond à de nombreuses épreuves.

**Question
France**



6

La France : un rayonnement international différencié et une inégale attractivité dans la mondialisation

REPÈRES La France : quel rayonnement ? quelle attractivité ? p. 158

ÉTUDE DE CAS L'Île-de-France, une attractivité mondiale p. 160

ÉTUDE DE CAS La France à Djibouti, un rayonnement international contesté? p. 164

COURS 1 France : un rayonnement international à plusieurs facettes p. 166

COURS 2 France : une attractivité inégale dans la mondialisation p. 168

CARTES FRANCE La France : quelle présence et quelle influence dans le monde? p. 170

DOSSIER La langue française, vecteur du rayonnement international de la France p. 172

DOSSIER • LA FRANCE AU QUOTIDIEN •
 Paris : ville olympique en 2024 p. 174

RÉVISER ET S'ÉVALUER p. 176

SUJETS BAC E3C p. 178

PODCAST **ActuGéo**



« Plus de 10 millions de visiteurs au Louvre : le musée s'insère dans le monde contemporain »

2^e, Journal, France culture, 2019.

www.lesannales.fr/gauche-32

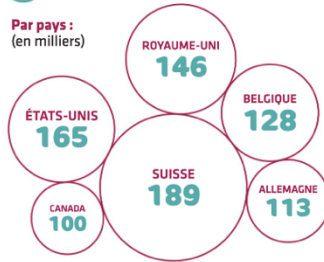


La France: quel rayonnement ?

Un rayonnement à plusieurs facettes

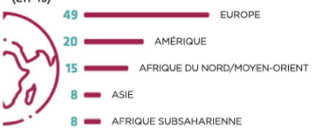
1 LES FRANÇAIS DE L'ÉTRANGER EN 2018 (1,8 million)

Par pays : (en milliers)

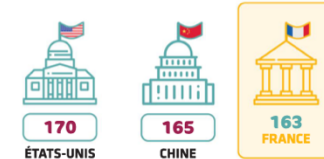


Source : Ministère des Affaires étrangères, 2018.

Par continent : (en %)

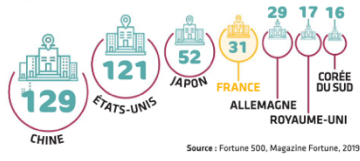


2 NOMBRE D'AMBASSADES DANS LE MONDE



Source : Statista, 2019.

3 NOMBRE D'ENTREPRISES DANS LE TOP 500 MONDIAL (en 2018)



Source : Fortune 500, Magazine Fortune, 2019.

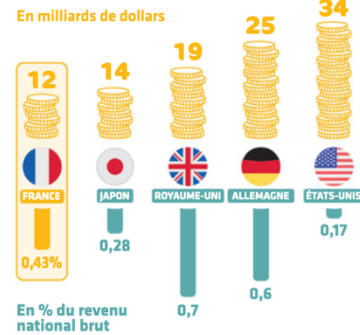
4 COMMERCE MONDIAL DE MARCHANDISES

Rang mondial et part de la France dans les exportations



Source : OMC (Organisation mondiale du commerce), 2019.

5 AIDE PUBLIQUE AU DÉVELOPPEMENT (en 2018)



En % du revenu national brut

Source : OCDE, 2018.

quelle attractivité ?

NOTIONS

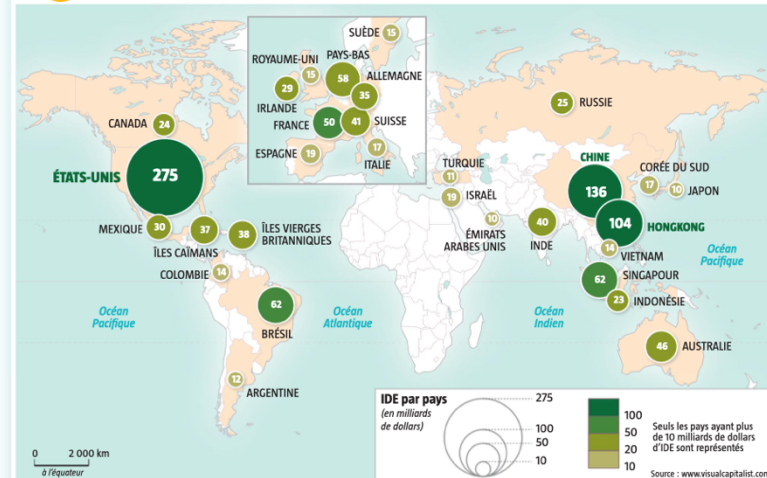
Attractivité : capacité d'un pays à attirer des personnes, des capitaux, des entreprises en raison de son dynamisme, de son modèle politique, culturel ou économique.

Rayonnement : influence exercée par un pays à l'extérieur de ses frontières en raison de son pouvoir et de son prestige. Cette influence peut être politique, économique ou encore culturelle.

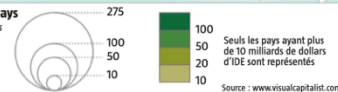
France

Une inégale attractivité

6 LES INVESTISSEMENTS DIRECTS À L'ÉTRANGER



IDE par pays (en milliards de dollars)



Source : www.visualcapitalid.com

7 NOMBRE D'ÉTUDIANTS ÉTRANGERS DANS LE MONDE (par pays en milliers, en 2016)



Les principaux pays d'origine des étudiants étrangers français

40	31	30	13	13	11
Maroc	Algérie	Chine	Tunisie	Italie	Sénégal

Source : UNESCO, 2016.

8 LES PAYS LES PLUS TOURISTIQUES DU MONDE en 2017

	FRANCE	ÉTATS-UNIS	ESPAGNE
Nombre de touristes (en millions)	87	82	76
Recettes touristiques (en milliards de dollars)	61	211	68

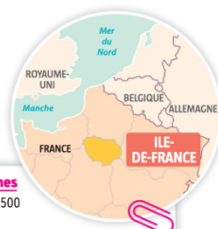
Source : OMT, 2017.

S'approprier les repères

- Citez les domaines où s'exerce le rayonnement de la France.
- Identifiez les deux types de flux qui témoignent de l'attractivité de la France.
- Présentez les points forts et les limites du rayonnement et de l'attractivité français.

ÉTUDE DE CAS

L'Île-de-France, une attractivité mondiale



REPÈRES

La région la plus peuplée d'Europe

- 12,1 millions d'habitants dans 8 départements, autour de Paris
- 1017 habitants au km² (119 pour la France)

1^{re} région économique d'Europe

- 31% de la richesse nationale
- 4,6% de la richesse de l'Union européenne

Une région qui attire les capitaux et les hommes

- 3^e ville mondiale pour l'accueil des sièges sociaux des 500 plus grandes FTN*

- 1,6 million d'étrangers (13,7% de la population)
- 22 millions de touristes étrangers
- 117 000 étudiants étrangers

Un pôle technologique et scientifique majeur

- 8 pôles de compétitivité
- 115 000 chercheurs en Recherche et Développement (1^{er} rang européen)

A L'attractivité d'une région métropolitaine mondiale



1 La «Paris Fashion Week»

Marque déposée, la «Paris Fashion Week» désigne l'ensemble des défilés qui ont lieu à Paris deux fois par an pour la femme et deux autres fois pour l'homme. Elle intervient en clôture du «Fashion month», après celle de New York, de Londres et de Milan car elle est la plus prestigieuse. La «haute couture», créée à Paris par le couturier Charles Frederick Worth en 1855, est une appellation française juridiquement protégée.

VIDÉO

«Paris, première destination mondiale pour le tourisme d'affaires» 3'03", CCI ParisIAD, 2019.
www.lanmsm.fr/geotia-23

2 Un rayonnement culturel mondial

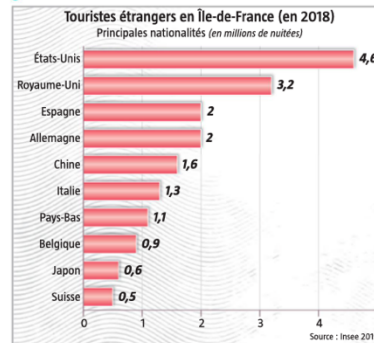
La région Île-de-France rassemble près de la moitié des emplois des fonctions culturelles de la France. Au niveau mondial, Paris propose une offre des plus denses et les plus variées sur la scène culturelle. Elle devance ses principales rivales en nombre de galeries d'art, de salles de cinéma, de salles de concert. Elle arrive juste après New York pour le nombre de théâtres et après Londres pour le nombre de musées.

Elle fait preuve d'un regain de dynamisme avec les réouvertures du Musée Picasso et de la Monnaie de Paris en 2014, ainsi que par l'inauguration de la Fondation Louis Vuitton dans le bois de Boulogne et de l'inauguration récente de la Philharmonie.

Les lieux d'exposition (le Grand Palais...), les hauts lieux du patrimoine (Versailles, Fontainebleau...), les événements de la mode (*Fashion Weeks*) ou de l'art (Foire internationale d'art contemporain) contribuent à faire de l'Île-de-France un des pôles culturels planétaires.

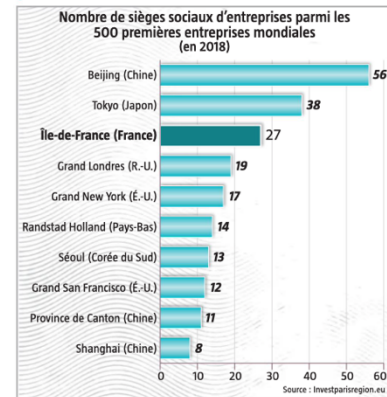
Eric Janin (dir.), *Les 18 régions françaises*, © Ellipses, 2017.

4 Une destination touristique mondiale



France

3 Une attractivité économique majeure



5 Les 10 raisons d'investir en Île-de-France

1. Un pôle d'affaires majeur en Europe
2. Des entreprises florissantes
3. Un véritable creuset d'innovation
4. Une offre immobilière de classe mondiale
5. Une accessibilité exceptionnelle
6. Une région pleine de talents
7. Des projets ambitieux de développement urbain
8. Un vaste réseau de transports
9. La 1^{re} destination touristique au monde
10. Un héritage culturel unique

Investparisregion.eu, 2019.

ITINÉRAIRE 1

QUESTIONNER LES DOCUMENTS

- 1 Quels sont les grands atouts de l'Île-de-France? (**Repères p. 160, doc. 2 et 5**)
- 2 Quels sont les marqueurs de l'attractivité internationale de l'Île-de-France? (**Repères p. 160, doc. 1, 3 et 4**)
- 3 Avec quels espaces l'Île-de-France est-elle en compétition? (**doc. 1, 2 et 3**)

ITINÉRAIRE 2

CLASSER DES INFORMATIONS

Dégagez les différents facteurs d'attractivité de l'Île-de-France en les classant dans le tableau.

Humains	Économiques	Culturels

L'Île-de-France, une attractivité mondiale

B Conforter l'attractivité de l'Île-de-France

6 Assurer le marketing territorial de la région Île-de-France



Depuis 2013, l'Île-de-France possède sa marque de territoire destinée à l'international : « Paris Region, Source of Inspiration ». Une initiative destinée à fédérer les différents acteurs locaux et à mieux valoriser l'image et l'attractivité de la première région européenne au plan économique et de la première région touristique mondiale.

Le code de la nouvelle marque se compose d'un icotype, « le rayonnement capital », symbolisé par huit bâtonnets colorés représentant les huit départements, autour de la forme suggérée en réserve de la tour Eiffel, du logotype « Paris Region » (dénomination pour l'international), et enfin de la signature « Source of Inspiration ».

Extrait du dossier de presse, Paris Region, Source of Inspiration, 2013.

7 Élaborer des stratégies d'aménagement

Les pouvoirs publics n'ont pas toujours compris à temps les défis de la mondialisation : absence de stratégie globale, décisions dispersées et sans cohérence, potentiels mal accompagnés, complexité administrative. Le futur de la région Île-de-France fait polémique entre l'État et la vision « régionale » du conseil régional d'Île-de-France. Ce dernier a fixé des axes stratégiques d'intervention dans la logique d'une écorégion¹ : réduction des écarts entre les territoires, choix d'une urbanisation plus concentrée, amélioration de la qualité de l'eau et de l'air, évolution des pratiques agricoles vers plus de diversité.

L'État dénonce un projet peu ambitieux de la Région Île-de-France pour promouvoir la croissance régionale, accéder à l'excellence économique et attirer une population active en adéquation avec les besoins. Les territoires majeurs de la Défense, Roissy, Saclay² seraient bridés.

Vincent Adoumie (dir.), *Les Nouvelles Régions françaises*, © Hachette Supérieur, 2018.

¹ Région gérée selon les principes de l'écologie et du développement durable.
² Trois pôles économiques majeurs franciliens : la Défense (CBD), Roissy (hub), Saclay (cluster).



8 Soutenir l'innovation: Station F, le plus grand incubateur de startups au monde

Installé dans les anciennes Halles Freyssinet à Paris (13^e arrondissement) et inauguré en 2017, Station F est un campus de startups et d'entreprises innovantes. L'objectif est d'accueillir, de soutenir les startups et de leur permettre de se développer dans un environnement innovant et ouvert à l'international.

ITINÉRAIRE 1

QUESTIONNER LES DOCUMENTS

- Quel est l'intérêt de créer une marque internationale de la région Île-de-France? (doc. 6)
- Quelles stratégies d'aménagement opposent la Région et l'État pour conforter l'attractivité de l'Île-de-France dans l'avenir? (doc. 7)
- Quels sont les effets attendus de la création de Station F? (doc. 8)

ITINÉRAIRE 2

SYNTHÉTISER DES INFORMATIONS

Quelles actions peuvent contribuer à renforcer l'attractivité de l'Île-de-France? (doc. 6, 7 et 8)

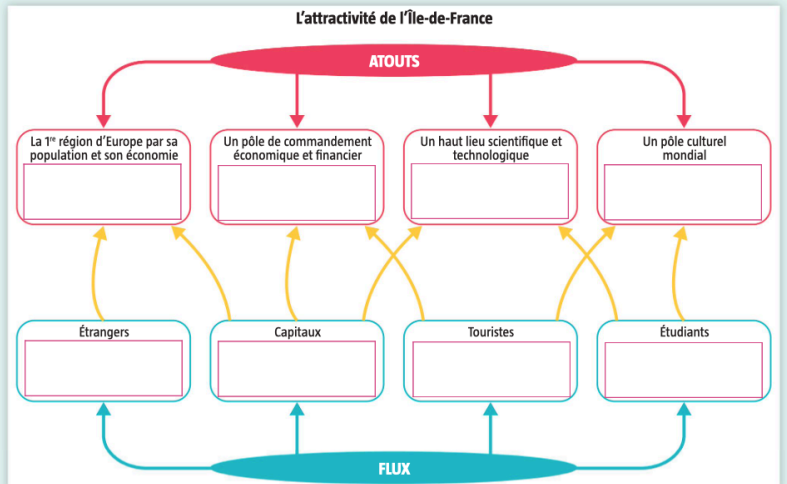
BILAN

France

SCHÉMA BILAN

Complétez le schéma.

SCHEMA Version interactive PDF www.liemini.fr/geotite-30



PDF Plan détaillé à compléter www.liemini.fr/geotite-31

L'ESSENTIEL

Complétez le plan avec des exemples.

- Une attractivité mondiale...
 - Une concentration d'hommes et de richesses
Ex: _____
 - Une région qui attire de nombreux flux humains
Ex: _____
- ... due à de multiples atouts...
 - D'importantes infrastructures Ex: _____
 - L'importance des fonctions métropolitaines
Ex: _____
- ... mais qui doit être confortée
 - Par des actions de marketing territorial
Ex: _____
 - Par de grands aménagements
Ex: _____
 - Par le soutien à l'innovation
Ex: _____

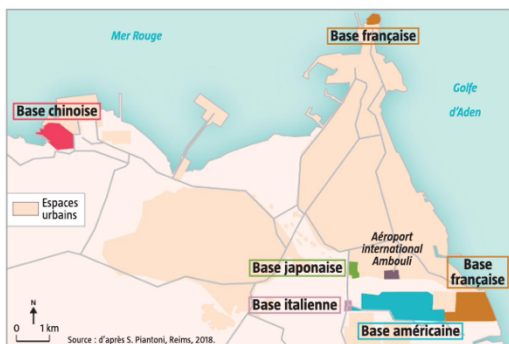
France

Mise en perspective à l'échelle de la France

- Quels sont les facteurs d'attractivité de la France?
Repères p. 159 Cours 1 p. 166 ActuGéo p. 167
- Quels types de territoires ont une forte attractivité en France?
Cours 2 p. 168
- Par quels moyens peut-on soutenir l'attractivité des territoires?
ActuGéo p. 167 Dossier p. 174

La France à Djibouti, un rayonnement international contesté ?

- La République de Djibouti est un petit pays de 23 200 km² de la Corne de l'Afrique, à l'entrée de la mer Rouge, entre l'océan Indien et le canal de Suez.
- Indépendante depuis 1977, Djibouti n'entretient plus de liens exclusifs avec la France. L'influence de la Chine au sein de ce territoire est grandissante.



Bases	Date de création	Nombre de militaires	Bases	Date de création	Nombre de militaires
États-Unis	2002	3 600	Japon	2011	180
France	1969	1 450	Italie	2012	90
Chine	2017	400	Espagne	2008	50

1 Djibouti, un haut lieu de bases militaires



2 Une base militaire stratégique de la France

Avec 1 450 hommes sur place, les Forces françaises stationnées à Djibouti (FFDJ) représentent encore la première base de prépositionnement de l'armée française.

Ces forces visent en premier lieu à accroître la capacité de projection de l'armée, à la fois en volume et en rapidité. Depuis la base aérienne de Djibouti, les chasseurs français sont à quelques minutes du Yémen, de la Somalie, et à portée de bases utilisées en Jordanie et aux Émirats Arabes Unis. Les FFDJ sont également un point d'appui pour les forces navales passant de la mer Rouge à l'océan Indien.

En deuxième lieu, les FFDJ assurent, dans le cadre du traité franco-djiboutien renouvelé en 2011, la défense du territoire djiboutien.

En troisième lieu, elles sont positionnées au point stratégique du détroit du Bab-el-Mandeb, par lequel transite la quasi-totalité du trafic commercial entre l'Asie et l'Europe.

Enfin, la base de Djibouti offre à l'armée française un laboratoire ou terrain d'entraînement sans comparaison en raison des conditions climatiques proches des milieux arides et semi-arides auxquels l'armée française est souvent confrontée.

Alain Henry de Frahan, *asafrance.fr*, 2 juillet 2018.

3 Présence militaire française à Djibouti

Djibouti offre une situation géopolitique et géostratégique majeure pour la France.

4 Le Président Macron à Djibouti

C'est avec un brin d'ironie qu'Ismaïl Omar Guelleh¹ a salué le retour d'un président français à Djibouti pour la première fois depuis dix ans : « Je n'ai jamais perdu espoir que la France puisse renforcer ses investissements à Djibouti. »

Pendant que Paris et Djibouti se tournaient le dos, les Chinois sont arrivés. Ils ont déversé des milliards de dollars pour financer des infrastructures, notamment le port. Emmanuel Macron leur propose un contre-modèle : « Je ne voudrais pas que des investissements internationaux d'une nouvelle génération conduisent à réduire la souveraineté de nos partenaires historiques ou à fragiliser leur économie dans la durée. Parce que le bon investissement, c'est celui qui permet de donner du travail et d'améliorer le cadre de vie au quotidien. »

Tout le contraire des Chinois donc aux yeux d'Emmanuel Macron. Pas sûr cependant que le président djiboutien soit prêt à tourner le dos aux Chinois : « Nous avons discuté avec le président Macron pour renforcer un cadre propice à l'investissement pour les sociétés européennes, françaises ou d'ailleurs, ou même chinoises. Nous ne sommes pas abandonnés. » Une façon de signifier que Paris est, pour Djibouti, un partenaire commercial comme les autres.

Anthony Lattier, *RFI.fr*, 12 mars 2019.

1. Président de la République de Djibouti.

ARTICLE
Quand Djibouti se rêve en hub logistique
Le Point, 6 juillet 2018.
www.lepoint.fr/gesite-13



5 La plus grande zone franche* d'Afrique

Entre 2000 et 2016, la part de la France dans les exportations de Djibouti est passée de 60 à 16 %, celle de la Chine de 1 à 10 %.



6 Djibouti, un maillon essentiel sur les nouvelles routes de la Soie

Courrier international, 2018.

Djibouti est à la fois la porte d'entrée sur l'Afrique de l'Est et une étape stratégique vers l'Europe.

ITINÉRAIRE 1

QUESTIONNER LES DOCUMENTS

- 1 Qu'apporte à la France sa présence à Djibouti ? (*doc. 2 et 3*)
- 2 Pourquoi d'autres États possèdent-ils une base militaire à Djibouti ? (*doc. 1*).
- 3 Dans quel autre domaine Djibouti est-elle attractive ? Quel bénéfice la France en tire-t-elle ? (*doc. 4 et 5*)
- 4 Pourquoi la Chine devient-elle si active à Djibouti ? (*doc. 4, 5 et 6*)

Mise en perspective à l'échelle de la France

- 1 La puissance militaire, composante du rayonnement international de la France **Cours 1** p. 166 **Carte 3** p. 171
- 2 La part de la France dans le commerce mondial régresse **Cours 2** p. 168 **Carte 1** p. 170

ITINÉRAIRE 2

RÉALISER UNE SYNTHÈSE

Dégagez les aspects du rayonnement de la France à Djibouti et ses limites actuelles.



COURS

France: un rayonnement international à plusieurs facettes

1

Quelles formes le rayonnement de la France prend-il dans le monde ?

PODCAST

Cours 1

www.lesimmi.fr/gaetle-34



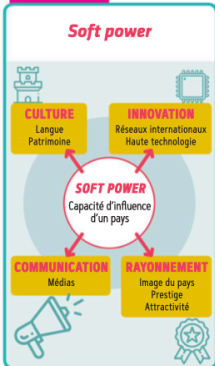
DÉFINITIONS

Aide publique au développement (APD) : ensemble de dons et de prêts préférentiels effectués par un pays développé vers les pays en développement. Selon l'ONU, cette aide devrait atteindre 0,7 % du revenu national brut du pays.

Capacité de projection : ensemble des moyens qui permettent d'acheminer une force militaire loin de son lieu habituel de stationnement pour exécuter une mission.

* Lexique p. 316

LA NOTION EN SCHÉMA



A La France au cœur des flux de l'économie mondiale

En 2018, la France est la 6^e puissance économique mondiale par le PIB¹, le 7^e exportateur mondial de marchandises, le 4^e pour les services. Elle est le 3^e pôle mondial émetteur d'investissements directs à l'étranger (IDE) après les États-Unis et la Chine. Plusieurs FTN* françaises sont des leaders mondiaux dans leur secteur d'activité comme L'Oréal, LVMH, Michelin.

Malgré ces points forts, la part de la France dans le commerce mondial régresse depuis 20 ans. Elle est peu présente sur les marchés émergents, son commerce est avant tout tourné vers l'Europe, zone de faible croissance et ses exportations reposent sur un petit nombre de grandes entreprises. Le commerce extérieur français est lourdement déficitaire (60 milliards d'euros en 2018).

→ Repères p. 158 • Carte 1 p. 170

B Une influence géopolitique encore forte

La France garde de son passé de grande puissance une influence politique et diplomatique mondiale. Elle est membre permanent du Conseil de sécurité de l'ONU², disposant donc d'un droit de veto, et membre initial du groupe des pays les plus riches du monde (G7³ et G20⁴). Elle possède le troisième réseau d'ambassades dans le monde. Elle est aussi le siège de grandes organisations internationales et membre fondateur de l'Union européenne.

La France demeure également une puissance militaire importante, dotée d'une force de dissuasion nucléaire et d'une réelle capacité de projection. L'armée française est présente à l'étranger sous forme de bases, de flottes et de missions sous mandats internationaux. La France est également le 3^e exportateur mondial d'armement. L'aide publique au développement est aussi une manière d'affirmer son influence géopolitique : en 2018, la France est, en volume, le 5^e donateur mondial (0,43 % de son RNB⁵). L'aide humanitaire passe aussi par les ONG⁶ de renommée mondiale comme Médecins Sans Frontières.

→ Étude de cas p. 164 • Cartes p. 171

C Un soft power culturel vivace

Le rayonnement culturel de la France s'appuie sur des valeurs qui se veulent universelles dont la référence symbolique est la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen de 1789. Il se nourrit d'un riche patrimoine que ce soit en matière de littérature, de cinéma, de musique, de peinture, d'architecture. Des institutions comme le Louvre ou le Centre Pompidou ouvrent des musées à l'étranger. Plus largement, l'art de vivre à la française, le luxe, la gastronomie participent à son soft power.

La France est aussi présente sur tous les continents par sa langue. On dénombre 300 millions de francophones dans le monde selon l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF), qui regroupe 88 États. Outre cet acteur central, d'autres vecteurs contribuent à la diffusion de la langue et de la culture française : les 96 instituts français, l'Alliance française, le réseau des établissements scolaires français à l'étranger, RFI, TV5 Monde et France 24 dans le domaine audiovisuel. Le français régresse cependant face aux langues autochtones et à la montée de l'anglais comme langue de communication mondiale.

→ ActuGéo p. 167 • Dossier p. 172



ActuGéo

France

Un art de vivre à la française ?



2 L'art de vivre à la française au cinéma

L'art de vivre à la française s'épanouit au cinéma. Dans les films français, on cuisine, on prend son temps et le soleil, on contemple la pluie qui tombe doucement sur les vignes, on se balade cheveux au vent... Des scènes inspirées par les paysages, le savoir-faire et les terroirs des régions de France. On ne résiste pas à l'envie d'imiter Guillaume Canet et sa bande de copains lorsqu'ils investissent le bassin d'Arcachon pour des balades sur l'Océan Atlantique ; ou Isabelle Huppert, attablée dans un bistro, qui lance un « on commande ? » comme s'il s'agissait d'une question de vie ou de mort ; ou Gérard Depardieu et Benoît Poelvoorde qui rient aux éclats avant de faire un sort aux meilleurs vins (à moins que ce ne soit l'inverse)...

Entre les Alpes, la région de Bordeaux, la Bourgogne, la côte Atlantique, la Côte d'Azur ou la Provence... C'est un peu tout ça, l'art de vivre en France. Et ce n'est pas seulement du cinéma.

« L'art de vivre à la française fait son cinéma ! », France.fr, mai 2019.

1 L'art de vie à la française, un apprentissage à Kiev (Ukraine).

Affiche de l'Institut français d'Ukraine, institutfrancais-ukraine.com.

« Que vous soyez particulier ou professionnel, venez découvrir l'inimitable art de vivre à la française », une formation de 20 heures dispensée pendant cinq semaines.

QUESTIONS

- Comment définir l'art de vivre à la française ? Comment est-il diffusé ?
- Pourquoi l'art de vivre à la française participe-t-il au rayonnement français à l'échelle internationale ?

Recherche

Cherchez d'autres acteurs de diffusion de cet art de vivre dans le domaine économique.



MÉMORISER SON COURS

L'ESSENTIEL

- L'économie française demeure une des plus importantes du monde.
- La France garde de son passé un grand poids diplomatique et militaire.
- La France reste une référence en termes de culture à l'échelle mondiale.

CHIFFRES CLÉS

- France : 6^e puissance économique du monde
- 300 millions de francophones dans le monde

LE TEST

- Donnez des exemples de grandes entreprises françaises présentes dans le monde.
- Citez des organismes qui contribuent à la diffusion du français dans le monde.

Comment l'attractivité de la France dans le monde se traduit-elle ?

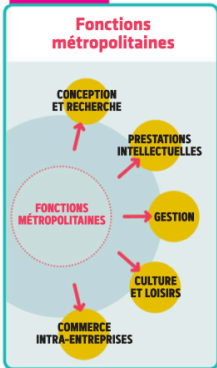
DÉFINITIONS

Investissement direct à l'étranger (IDE) : mouvement international de capitaux réalisé par une FTN pour créer, développer une filiale à l'étranger ou contrôler une entreprise étrangère.

Tourisme d'affaires : déplacement individuel ou en groupe dont le but est professionnel. Il implique au moins une nuitée hors du domicile, des activités et consommations de services liées aux voyages et séjours.

* Lexique p. 316

LA NOTION EN SCHEMA



PODCAST
Cours 2

www.lesminis.fr/gaetle-18



ActuGéo

Le groupe allemand Knauf s'installe en Moselle

ARTICLE

« Illange : inauguration de l'usine Knauf Insulation »
Franceinfo.fr, 2019.
www.lesminis.fr/gaetle-18



1 L'usine Knauf à Illange (Moselle)

Le groupe allemand Knauf Insulation a implanté son nouveau site de production de laine de roche dans la région Grand Est, sur la zone économique d'Illange (Moselle) en 2019. Il a investi 110 millions d'euros dans cette installation qui occupe 13 hectares et emploie 120 salariés, auxquels s'ajouteront trois à quatre fois plus d'emplois indirects et induits.

2 Pourquoi choisir la Moselle ?

« La situation géographique du site, implanté au bord de l'A31, a convaincu puisqu'il va permettre à l'entreprise de se renforcer sur le marché français qui est en plein essor, mais aussi d'exporter ses produits vers l'Allemagne et le Benelux. [...] À noter que les matières premières nécessaires à la fabrication de la laine de roche sont livrées par la voie fluviale » indique Yann Ditsch, directeur général de Knauf Insulation France. Il souligne également que « la Moselle est un territoire d'excellence industrielle et que le terrain répondait bien sûr au cahier des charges de l'entreprise ; il était préparé pour recevoir ce type d'investissement industriel ».

Batiweb.com, 12 novembre 2019.

QUESTIONS

- 1 Pourquoi la situation d'Illange a-t-elle intéressé le groupe allemand Knauf ?
- 2 Quels sont les autres facteurs de l'attractivité de la Moselle à l'origine de l'implantation de l'usine allemande ?

Recherche

Cherchez un autre exemple d'entreprise étrangère qui a choisi de s'installer en France et donnez les raisons de son implantation.

A Une terre d'accueil des capitaux étrangers

La France demeure attractive aux yeux des investisseurs étrangers: elle est la 8^e destination mondiale des flux d'IDE cumulés. Ainsi, les filiales d'entreprises étrangères jouent un rôle considérable en France: elles emploient plus de 13% des salariés, assurent plus de 30% des exportations du pays, génèrent 20% de l'activité du secteur Recherche et Développement.

Les capitaux étrangers sont notamment présents dans les plus grandes entreprises françaises: en 2019, ils détiennent 45% du capital des entreprises du CAC 40^e. Des entreprises étrangères prennent le contrôle d'entreprises françaises: en 2014, le secteur énergie d'Alstom est devenu américain (General Electric). Le Club Med, le Louvre Hotels Group sont passés sous pavillon chinois en 2015.

→ ActuGéo p. 169 • Cartes p. 171

B Un pays qui attire les hommes

La France a une longue tradition de terre d'accueil. La population française a été façonnée par des vagues successives d'immigration, mais la France n'est plus un pays de destination privilégié au sein du système migratoire international. Les populations immigrées se concentrent dans les principales aires urbaines françaises et particulièrement en région parisienne.

En revanche, la France est une destination privilégiée des étudiants étrangers. Elle se place en 3^e position derrière les États-Unis et le Royaume-Uni. Héritage historique, 40% des étudiants proviennent du continent africain. La France demeure la 1^{re} destination touristique mondiale avec près de 90 millions de visiteurs étrangers en 2018. Elle bénéficie de sa position centrale en Europe occidentale d'où l'importance du tourisme de transit. Ses atouts sont multiples: longues façades littorales, vastes domaines montagneux, variété des paysages, richesse patrimoniale et culturelle. Mais cette attractivité est très sélective: les touristes étrangers privilégient la Côte d'Azur, les Alpes du Nord et, en premier lieu, Paris.

→ Repères p. 159

C Les métropoles, au cœur de l'attractivité du pays

Les métropoles sont les lieux privilégiés de réception des flux de capitaux comme des flux humains. Elles bénéficient de leur position centrale dans les réseaux de transport et de la concentration des fonctions métropolitaines, activités de commandement et de services dont ont besoin les entreprises.

Plusieurs métropoles françaises accueillent les sièges d'organisations supranationales. Paris abrite les sièges de l'UNESCO et de l'OCDE*. Le siège d'INTERPOL (Organisation internationale de police criminelle) est installé à Lyon et le Parlement européen à Strasbourg.

Les métropoles possèdent un niveau d'équipements permettant l'organisation d'événements internationaux qu'ils soient sportifs (JO 2024, divers championnats d'Europe ou du monde), culturels ou politiques (COP21 au Bourget en 2015). La capacité hôtelière est aussi déterminante (Festival de Cannes, G7 à Biarritz en 2019). L'organisation de congrès internationaux s'accompagne de l'essor du tourisme d'affaires dont Paris est un pôle mondial.

→ Études de cas p. 160 • Dossier p. 174



MÉMORISER SON COURS

L'ESSENTIEL

- ▶ La France est un pays attractif pour les capitaux étrangers.
- ▶ Le tourisme est une ressource majeure pour la France.
- ▶ L'attractivité est inégale selon les territoires et se concentre dans les grandes métropoles.

CHIFFRES CLÉS

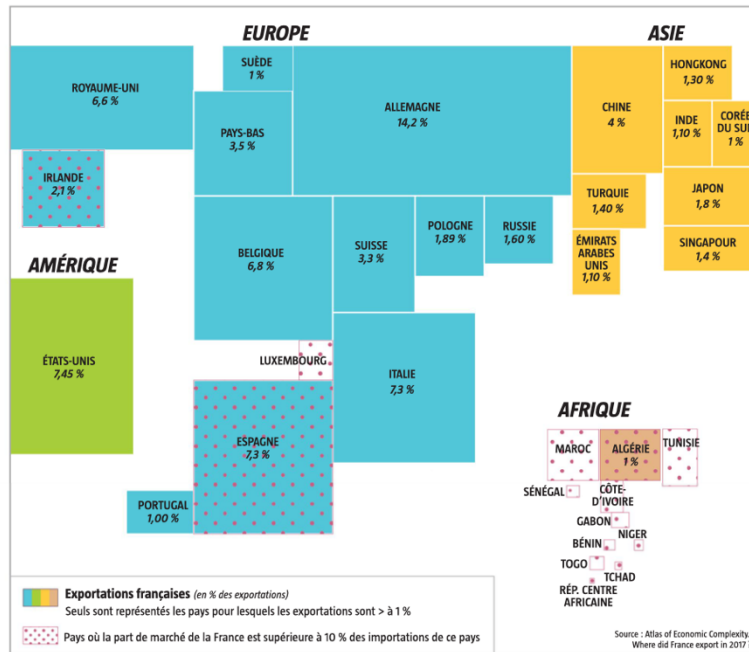
- ▶ **45%**: part des capitaux étrangers dans le capital des entreprises du CAC 40.
- ▶ **89,4 millions**: nombre de touristes étrangers en France en 2018.

LE TEST

- ▶ Donnez des exemples d'événements mondiaux récents ou à venir se déroulant en France.
- ▶ Citez les principaux atouts touristiques de la France.

La France: quelle présence et

1 Les exportations françaises dans le monde



ITINÉRAIRE 1

QUESTIONNER LES CARTES

CARTES 1 ET 2

- Où la France exporte-t-elle le plus dans le monde ? Où a-t-elle le plus de poids ?
- Dans quelles parties du monde la francophonie est-elle présente ? Comment l'expliquer ?

CARTE 3

- À quel type de territoires correspondent les forces de souveraineté ?
- Où les forces françaises sont-elles présentes ? Comment expliquer cette inégale présence militaire ?

CLASSER LES INFORMATIONS

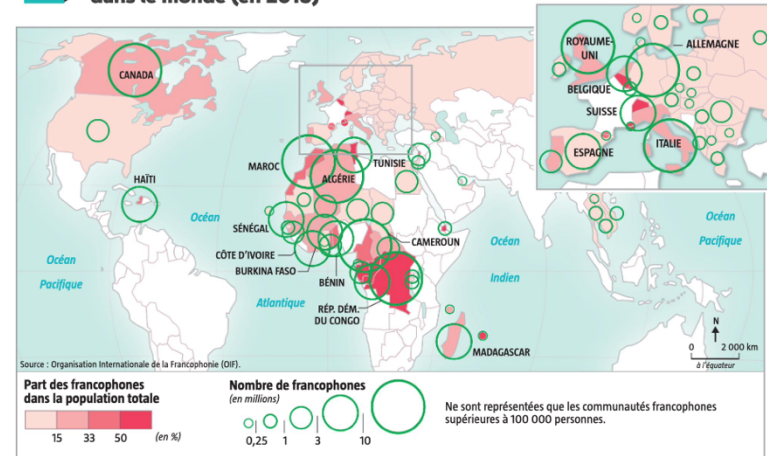
Complétez le tableau à partir d'exemples de pays et d'ensembles continentaux.

Exportations françaises notables	Place importante de la langue française	Forte présence militaire française (et dans quel cadre)
.....
.....

quelle influence dans le monde ?

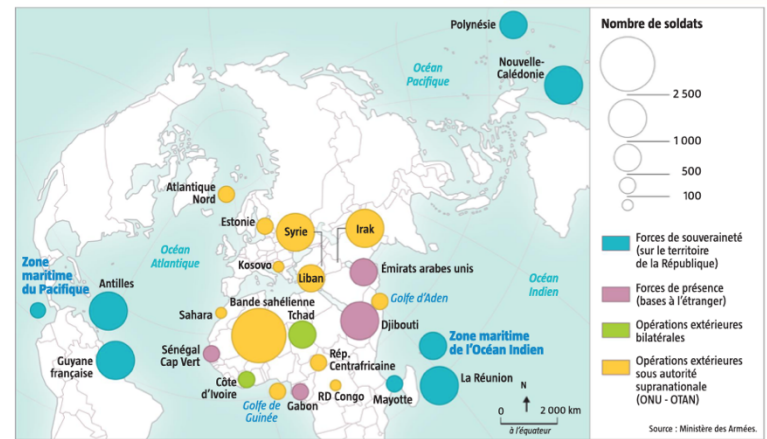
2 La langue française dans le monde (en 2018)

CARTES INTERACTIVES
Cartes 2 et 3
www.francofrance.fr/poste-3



3 L'engagement militaire français dans le monde (en 2019)

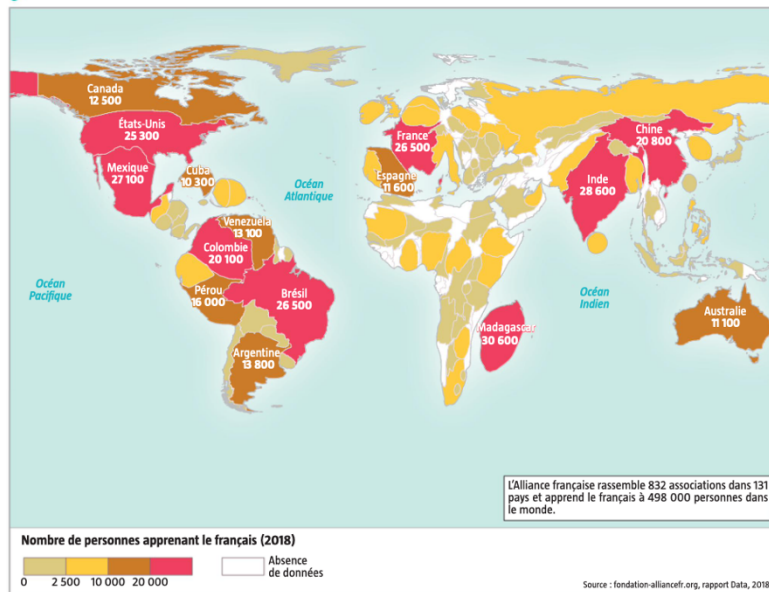
ARTICLE
« Qui parle français dans le monde ? »
Organisation internationale de la francophonie, 2020.
www.oif.fr/oeuvres-38



La langue française, vecteur du rayonnement international de la France

- Le français est la 6^e langue parlée au monde avec près de 300 millions de locuteurs.
- L'organisation internationale de la francophonie, créée en 1970, œuvre à sa promotion, tout comme un ensemble de réseaux francophones d'enseignement, de culture et de communication.

1 L'Alliance française, un réseau mondial



2 TV5 Monde, 1^{er} chaîne mondiale en français

Présent dans 198 pays et auprès de 364 millions de foyers, TV5 Monde est l'un des plus grands réseaux mondiaux de télévision avec 8 chaînes généralistes régionalisées et 2 chaînes thématiques. [...] TV5 Monde diffuse le meilleur des programmes de l'audiovisuel francophone sous-titrés en 13 langues (allemand, anglais, arabe, chinois traditionnel et

simplifié, coréen, espagnol, japonais, néerlandais, roumain, russe, vietnamien et français). La chaîne de la francophonie propose une couverture plurielle de l'actualité mondiale, une très grande variété de programmes au sein d'offres numériques et un dispositif pédagogique numérique pour apprendre et enseigner le français avec ses programmes.



3 Quelle place pour le français sur internet ?

Dessin de Kat, « Les médias francophones face à la révolution numérique », undessinparjour.wordpress.com, 2013.

5 Les établissements d'enseignement français à l'étranger (en 2019)

Régions	Nombre	Répartition (principaux pays)
Europe	109	Espagne : 22 Allemagne : 15 Royaume-Uni : 14
Afrique	180	Maroc : 41 Sénégal : 13 Madagascar : 22 Égypte : 12 Tunisie : 15
Amérique du Nord	53	États-Unis : 46
Amérique centrale et du Sud	39	
Asie	52	Chine : 9 Inde : 4
Moyen-Orient	80	Liban : 50
Océanie	7	
Total	520	

pour 350 000 élèves : 126 000 français et 224 000 étrangers.

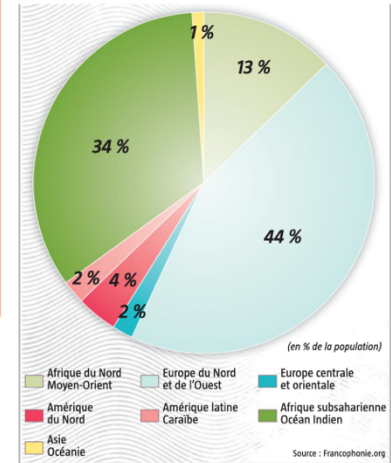
Ministère de l'Éducation nationale (JD du 7 juillet 2019)

Construire une argumentation

Sélectionnez des informations pour illustrer les trois idées suivantes.

1. La diffusion de la langue française dans le monde. (doc. 1, 2, 4 et carte 1 p. 170)

4 Les francophones dans le monde (en 2018)



6 Une nouvelle école au lycée Massignon, Abu Dhabi

Au cours de la cérémonie inaugurale, Jean-Yves Le Drian, ministre français des affaires étrangères, a salué la dynamique de développement de l'enseignement français aux Émirats Arabes Unis. « La croissance du réseau scolaire français aux Émirats reflète l'ambition du gouvernement pour l'enseignement français à l'étranger : doubler le nombre d'élèves dans les écoles françaises d'ici à 2030 » a-t-il déclaré.

Dans le discours de clôture de sa visite officielle, prononcé à l'université Sorbonne Abu Dhabi, le ministre s'est dit heureux d'avoir visité les « trois épicentres » du partenariat culturel franco-émirien, à savoir le Louvre Abu Dhabi, la Sorbonne Abu Dhabi et le lycée Louis-Massignon, lequel a également été qualifié de « lieu emblématique de notre coopération ».

Agence pour l'enseignement français à l'étranger (AEFE), aefe.fr, 30 octobre 2019.

Paris: ville olympique en 2024

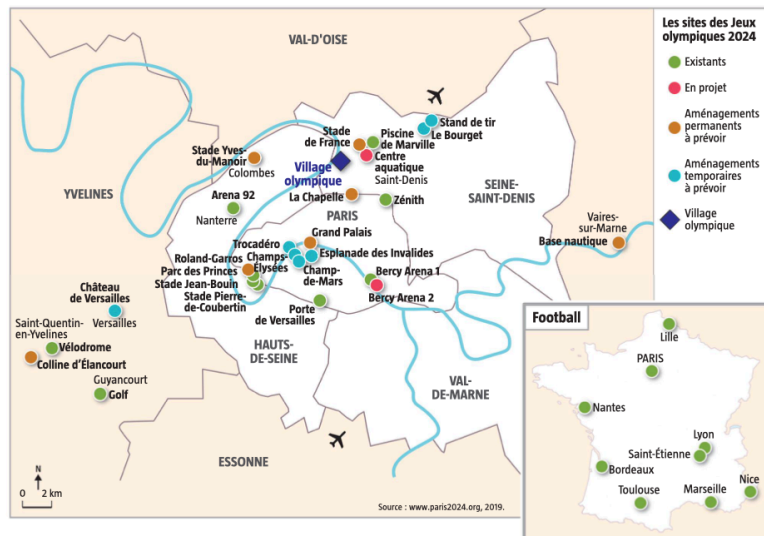
Les Jeux olympiques 2024 concourent-ils au rayonnement de Paris et de la France à l'international ?

1 L'ÉVÉNEMENT

- Les Jeux olympiques de Paris 2024 seront organisés du 26 juillet au 11 août 2024. Paris sera la deuxième ville à célébrer les Jeux olympiques d'été pour la troisième fois, à cent ans d'écart (1900, 1924 et 2024), avant Los Angeles (1932, 1984 et 2028).
- Le projet Paris 2024 s'appuie sur 95 % de sites déjà existants ou temporaires pour un budget annoncé de 6,6 milliards d'euros.
- L'emblème choisi associe trois symboles iconiques qui renvoient au sport, aux Jeux et à la France: la médaille d'or, la flamme olympique et paralympique, et Marianne.

2 LES AMÉNAGEMENTS

Les sites des Jeux olympiques de 2024



3 LES PRINCIPAUX ACTEURS

- **Le Comité international olympique (CIO):** organisation créée par Pierre de Coubertin en 1894, pour réinstaurer les Jeux olympiques antiques, et organiser cet événement sportif tous les quatre ans. Depuis 1981, c'est une ONG à but non lucratif dont le siège est à Lausanne.
- **Le Comité d'organisation des J.O. de Paris 2024 (COJO):** présidé par Tony Estanguet.
- **La Société de livraison des ouvrages olympiques (SOLIDEO):** établissement public présidé par la maire de Paris, Anne Hidalgo.
- **Le gouvernement français:** représenté par Jean Castex, délégué interministériel aux Jeux olympiques et paralympiques de 2024.
- **Les sponsors:** entreprises qui doivent apporter 1,2 milliard d'euros au budget des J.O.

4 LA FRANCE AU QUOTIDIEN

La maire de Paris et un opposant témoignent



ANNE HIDALGO,
maire de Paris, cheffe de file de la candidature

Elle a codirigé la candidature de Paris pour les J.O. 2024 sous le jour d'un modèle économique plus sobre et d'une nouvelle exigence environnementale pour la ville de Paris et à l'échelle planétaire.

« L'agenda 2020 nous a permis de concevoir des jeux sobres, durables, des jeux qui utilisent tout ce qui existe déjà, qui accélèrent les transformations de nos villes. Une ambition sincère, transmettre aux générations futures une planète propre, respirable. Les villes savent que la première urgence est de relever le défi climatique avec un objectif majeur, la transition écologique. Les Jeux olympiques et paralympiques en constituent un accélérateur par le sport et par les valeurs olympiques. »

Discours devant les membres du Comité international olympique, Lima, 13 Septembre 2017.



FRÉDÉRIC VIALE membre du collectif « Non aux J.O. 2024 à Paris »

« Non aux J.O. 2024 à Paris » est une association de citoyens opposés à la tenue des J.O. 2024. Ils ont lancé un appel à référendum pour faire annuler la candidature de Paris.



« Les Jeux olympiques sont ruineux: ils l'ont toujours été, ils le seront encore. Par exemple, les coûts de sécurité ne sont pas budgétés (à Londres, ils ont été de l'ordre de 1 milliard d'euros). Des infrastructures sportives sont imputées à d'autres budgets pour masquer la réalité des coûts, comme celui du Grand Paris Express, et ils exploseront pour terminer à temps les travaux pharaoniques nécessaires à ce type d'événements. Alors que l'Arena 1 est déjà déficitaire, une Arena 2 est prévue dans le parc de Bercy et verra en plus le saccage d'un parc à Paris.

Avant même le lancement effectif de l'opération, on arrive déjà à un dépassement de 5 milliards d'euros minimum. Cinq milliards qui seront épongés par des impôts supplémentaires qui grèveront les finances de la ville et de la région Île-de-France pour une génération entière – comme

cela a été le cas à Montréal, qui a mis trente ans pour se sortir de ses dettes, comme cela a été le cas pour Athènes, Pékin, Londres. Tout cela pour quoi? Pour une «fête» de quinze jours, fête qui, de surcroît, sera celle des sponsors.

Les Jeux olympiques seront un désastre écologique. Qui essaie-t-on de dupes en faisant croire que le déplacement de plus de trois millions de personnes n'entraînera pas de pollutions? Les Jeux olympiques sont un scandale démocratique. Les populations ne sont ni consultées ni informées. Comme à chaque fois, le CIO, organisateur des Jeux, exige du pays hôte une loi d'exception qui mettra entre parenthèses, le temps des Jeux, les règles de droit social, environnemental, de l'urbanisme et de la propriété intellectuelle. »

Tribune, Le Monde, 10 Juillet 2017.

Contextualiser

- 1 Quelle est la nature de l'événement ?
- 2 Quels aménagements sont nécessaires ?
- 3 Quelles conséquences sont espérées? Redoutées?

Analyser les témoignages

- 4 Montrez l'opposition des deux points de vue concernant la tenue des J.O. 2024 à Paris.

Faire le bilan

À partir des témoignages, montrez à quelles conditions les J.O. 2024 à Paris pourraient être un élément de rayonnement international de Paris et de la France.

6. La France : un rayonnement international différencié et une inégale attractivité dans la mondialisation

Je mémorise l'essentiel de la question

► FICHE DE RÉVISION : à reproduire et à compléter.

PDF
Fiche de révision à télécharger
www.liesminis.fr/goutte-43

IDÉE 1 Un pays influent dans plusieurs domaines

1 La puissance militaire et diplomatique

- La France détient une puissance nucléaire et une capacité de projection de son armée dans le monde.
 - Elle bénéficie d'un droit de veto au conseil de sécurité de l'ONU et du 3^e réseau d'ambassades.
- Citez les bases militaires françaises à l'étranger: ...

2 Le rayonnement économique et culturel

- La France joue un rôle économique moteur dans la mondialisation.
- Citez des chiffres montrant sa puissance économique: ...
- Elle possède également un *soft power* culturel.
- Donnez trois exemples: ...

3 Limites et concurrences

- La France est trop peu présente dans les pays émergents, à forte croissance.
- Elle fait face à la concurrence de l'anglais comme langue internationale.

IDÉE 2 Une attractivité inégale dans la mondialisation

1 Un pays qui attire les IDE...

- La France demeure fortement attractive pour les investisseurs étrangers.
- Citez des exemples de FTN: ...

2 ... et les hommes...

- La France accueille migrants, étudiants étrangers et de nombreux touristes.
- Donnez un chiffre et citez les principales régions touristiques: ...

3 ... principalement dans les métropoles

- Les plus grandes villes polarisent les flux humains et de capitaux.
 - Elles concentrent également les grandes infrastructures et l'organisation des événements internationaux.
- Donnez trois exemples: ...

SCHEMA
Version interactive PDF
www.liesminis.fr/goutte-44

► SCHEMA : à reproduire et à compléter par des exemples.



Je vérifie et réinvestis mes connaissances

EXERCICES INTERACTIFS
Vérifier ses connaissances et corrigés
www.liesminis.fr/goutte-45



1 Définir les mots-clés

Expliquez les mots suivant en vous aidant du chapitre.

- Attractivité du territoire • Capacité de projection • Droit de veto à l'ONU
• Francophonie • IDE • Soft power

2 Analyser des affirmations

Répondez vrai ou faux pour chaque affirmation et justifiez votre réponse.

- La France possède le 3^e réseau d'ambassades au monde.
- La France possède un droit de veto à l'ONU.
- La France est la 6^e économie mondiale (PIB).
- 60% des étudiants étrangers présents en France proviennent du continent africain.
- La France est la 1^{re} destination touristique mondiale avec 90 millions de visiteurs en 2018.

<input type="checkbox"/>	Vrai	<input type="checkbox"/>	Faux
<input type="checkbox"/>	Vrai	<input type="checkbox"/>	Faux
<input type="checkbox"/>	Vrai	<input type="checkbox"/>	Faux
<input type="checkbox"/>	Vrai	<input type="checkbox"/>	Faux

3 Comprendre les enjeux de la question à partir d'une photographie



Répondez aux questions

- Pourquoi le groupe Louis Vuitton a-t-il choisi Singapour comme lieu privilégié d'implantation de ses points de vente en Asie ?
- Comment la présence de cette marque de luxe en Asie témoigne-t-elle du rayonnement économique et culturel de la France à l'échelle mondiale ?
- Quels autres groupes français permettent d'assurer le rayonnement économique et culturel de la France ?

Rédigez une conclusion

- Pourquoi cette photographie symbolise-t-elle l'importance du rayonnement culturel international de la France à l'échelle mondiale ?
- Cette boutique, présentée par le groupe LVMH comme « un temple du luxe et des arts », est la 5^e boutique de la marque implantée à Singapour depuis 1979.

Je révise autrement

VIDÉO-WEB
« Les investissements chinois en France : opportunité ou menace stratégique ? »
3'08", LCI-TFI, 26 mars 2019.
www.liesminis.fr/goutte-46



Sélectionnez, dans le reportage, les informations les plus importantes à partir des pistes suivantes.

- De multiples investissements chinois sur le sol national.
- Un intérêt marqué pour les innovations technologiques françaises.
- La volonté de l'État français de préserver ses intérêts stratégiques.

Capacités
 ▶ Savoir lire, comprendre et critiquer des documents
 ▶ Produire un écrit construit et argumenté

Sujet

Le rayonnement international de la France

En analysant les documents, montrez que la France connaît un rayonnement international diversifié. Vous indiquerez aussi les limites du rayonnement international français.

1 La France et l'Asie

La France est le seul pays européen militairement présent dans l'océan Pacifique.

Les forces armées en Nouvelle-Calédonie et en Polynésie française comptent 2500 hommes dont la mission est la protection de la ZEE et des territoires français, mais aussi les activités de coopération régionale et la lutte contre les trafics. Ces forces bénéficient, pour ce faire, de partenariats soit bilatéraux, soit dans le cadre de l'Union européenne, avec la Chine, le Japon, la Corée du Sud, l'Inde, l'Indonésie, Singapour, la Malaisie, le Vietnam, la Nouvelle-Zélande et l'Australie. Au cours de la dernière décennie, la France a accéléré son engagement en Asie-Pacifique. On parle ainsi, à partir de 2013, d'une présence française en Asie, à l'instar de la présence américaine. **La diplomatie française s'est rapidement efforcée de trouver une voie permettant d'éviter toute compétition avec Washington.**

Au-delà de la réaffirmation de cet engagement politico-stratégique, ce sont les aspects diplomatiques,

économiques et commerciaux qui sont mis en avant. La France mise aussi sur ses capacités de *soft power*. L'enseignement du français a connu une progression importante au cours des dernières années sur le continent asiatique. Dans de nombreux pays, il est enseigné comme deuxième langue avec le soutien du ministère français des affaires étrangères. L'Inde (un million d'étudiants apprennent le français), la Chine (10000 étudiants), représentent un enjeu majeur.

Le *soft power* français en Asie-Pacifique s'appuie aussi, dans sa dimension commerciale, sur la qualité des produits ; l'industrie du luxe, en particulier, y connaît un essor considérable. Il se décline également sous la forme de l'affirmation d'un mode de vie français et du développement des échanges culturels. Sur ce point, la francophonie pèse encore de tout son poids, en assurant des relais de diffusion de la production culturelle française.

Barthélémy Courmont, *Diplomatie, Grands dossiers*, avril-mai 2018.

— Conseil —
 Notez les définitions de «ZEE» et de «soft power».



2 École de Mamou en Louisiane (États-Unis)
 Le Figaro, 25 décembre 2019.

ÉTAPE 1 Analyser le sujet et la consigne

5 min

- À quelle question du programme le sujet se rapporte-t-il ? Que recouvre l'expression « rayonnement international » ?
- Dans quels domaines le rayonnement international d'un pays peut-il s'exercer ?

ÉTAPE 2 Étudier les documents

25 min

- Quelle est la source du document 1 ? À quel ensemble géographique se rapporte-t-il ?
- Sélectionnez et relevez, au brouillon, les informations essentielles données par le document. Pour vous aider, répondez aux questions suivantes :
 - Comment la puissance géostratégique de la France se matérialise-t-elle dans la zone Asie-Pacifique ?
 - Quels sont les autres domaines qui permettent à la France de rayonner dans cette région ?
- Notez pourquoi le passage surligné en jaune montre une limite importante du rayonnement géostratégique de la France.
- Localisez et décrivez la photographie 2. Quel témoignage apporte-t-elle ?
- Comparez les documents et montrez qu'ils évoquent des formes différentes du rayonnement de la France dans le monde.
- Portez un regard critique sur les documents.

— Conseils —
 > Montrez que les territoires d'Outre-mer sont un relais important de la puissance militaire française en Asie.
 > Citez des exemples concrets d'industrie du luxe qui assurent une diffusion du mode de vie français.

Le document 2 permet-il d'analyser l'importance de la place de la francophonie aux États-Unis ? et de rendre compte de la perte de vitesse du français face à la diffusion internationale de l'anglais ?

— Conseil —
 Notez que le document 2 correspond à une région très spécifique des États-Unis (lien historique de la Louisiane avec la France).

ÉTAPE 3 Rédiger la réponse au sujet

30 min

Organisez la réponse en trois paragraphes à partir des pistes suivantes.

- 1^{er} paragraphe
La France, une puissance présente en Asie dans les domaines : géopolitique, économique et culturel
- 2^e paragraphe
La diffusion de la francophonie à l'échelle mondiale
- 3^e paragraphe
Les limites du rayonnement international de la France

— Conseil —
 Reportez-vous aux cartes France p. 171 pour localiser les territoires de la francophonie dans le Monde.

Utilisez les mots de vocabulaire suivants :

- 1^{er} paragraphe : présence militaire • territoires d'outre-mer • enjeux géostratégiques • ZEE • alliances militaires • *soft power* • industries du luxe • mode de vie
- 2^e paragraphe : francophonie • anciennes colonies • liens historiques (Louisiane, Québec) • réseaux • Alliance française
- 3^e paragraphe : puissance secondaire • hégémonie des États-Unis • marginalisation de la langue française • domination de l'anglais.

Capacités

- Réaliser des productions graphiques
- Transposer un texte en croquis

Sujet

À partir du texte, réalisez un croquis correspondant au sujet suivant : « La France, une présence et un rayonnement international ».

La présence de la France dans le monde se traduit par l'usage du français dans plus de cinquante pays. Hors d'Europe, la francophonie rassemble des pays comme le Canada ou Madagascar, et un nombre important de pays d'Afrique du Nord, de l'Ouest et du Centre, mais aussi d'Indochine. À cela s'ajoute la présence d'établissements culturels : parmi les plus récents, on peut citer le Louvre Abu Dhabi ou le centre Pompidou à Shanghai.

La présence de la France dans le monde se révèle aussi par ses territoires ultramarins. De la Polynésie à Wallis-et-Futuna et la Nouvelle-Calédonie, en passant par les Terres australes et antarctiques, les Antilles, la Réunion, Mayotte ou encore Saint-Pierre-et-Miquelon, la France est au cœur des mers et océans.

La France détient également un rôle géopolitique. Sa place au conseil de sécurité de l'ONU lui

confère un poids éminent tandis que ses forces militaires sont aujourd'hui engagées au Sahel (opération Barkhane, 4 500 militaires) ou en Syrie et en Irak (1 500 militaires).

La France, pays attractif, est au centre des flux liés à la mondialisation. Flux migratoires en provenance essentiellement d'Afrique ; flux de touristes dont les grands pôles de départs sont l'Europe, les États-Unis et l'Asie (Chine, Japon, Inde, Corée du Sud) ; flux financiers lisibles au travers des investissements étrangers (IDE) et dont les pays émetteurs sont les mêmes que les pôles émetteurs de touristes.

L'attractivité de la France s'explique certes par sa place économique dans le monde, mais aussi par le rôle de ses grandes métropoles, notamment Paris, métropole mondiale.

© Éditions Magnard, 2020

ÉTAPE 1 Lire le sujet et le texte d'accompagnement



- Quel est le thème du sujet ? À quelle question du programme se rapporte-t-il ?
- Que faut-il comprendre par l'expression : « présence et rayonnement international » ?

Conseils

- > Lisez attentivement le texte et listez, au brouillon, les informations à cartographier correspondant à chacun des thèmes surlignés en jaune dans le texte.
- > Listez, au brouillon, la nomenclature qui doit figurer sur le croquis. Ex: Abu Dhabi, Shanghai...

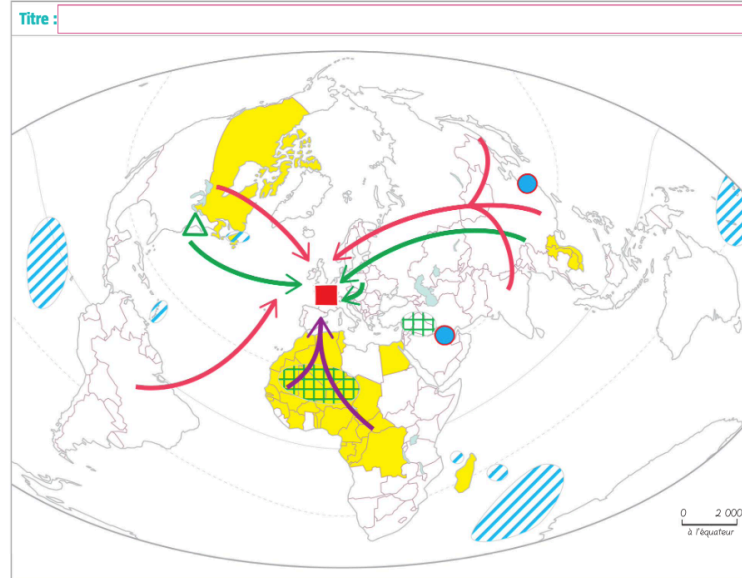
ÉTAPE 2 Organiser la légende et choisir les figurés



- Observez la légende du croquis. Combien de rubriques comporte-t-elle ?
- Répartissez les informations du tableau entre les deux rubriques suivantes : 1. La France, une présence planétaire ; 2. La France au cœur des grands flux de la mondialisation

Flux de touristes	Grands musées français à l'étranger	Flux migratoire
Métropole mondiale	Pays francophone (hors Europe)	Territoires ultramarins
IDE (investissements directs étrangers)	Siège permanent à l'ONU	Intervention militaire

- Quels types de figurés faut-il utiliser pour représenter les informations surlignées en jaune dans le tableau ? → Utilisez le langage cartographique au rabat arrière du manuel.



Rubrique 1		Rubrique 2	
	<input type="text"/>		<input type="text"/>
	<input type="text"/>		<input type="text"/>
	<input type="text"/>		<input type="text"/>

ÉTAPE 3 Réaliser le croquis



- Reproduisez ou téléchargez le croquis et sa légende et complétez-les.
 - Reportez la nomenclature sur le croquis (noms figurant dans le texte) et donnez un titre à votre croquis.
 - Vérifiez que le croquis possède tous les attributs d'un bon croquis.
- Aidez-vous de la méthode p. 14.

Capacités

- Utiliser une approche géographique pour construire un argumentaire
- Produire un écrit construit et argumenté

Sujet

La France dans la mondialisation : quel rayonnement international ?

ÉTAPE 1 Comprendre la question et cerner la problématique



- À quel thème et à quelle question du programme le sujet se rapporte-t-il ? Que faut-il comprendre par l'expression : « rayonnement international » ?
- Formulez la problématique de la question en utilisant les mots et expressions suivants :

Mondialisation • pays attractif • rayonnement international multiforme

— Conseil —

Utilisez la problématique pour rédiger par exemple la phrase d'introduction de la réponse.

ÉTAPE 2 Mobiliser les connaissances et organiser la réponse



- Reproduisez et complétez le tableau en mobilisant les informations et exemples tirés de vos connaissances et du chapitre.

La France, une puissance économique	La France, un rôle géopolitique	La France, une présence culturelle
→ Utilisez l'EDC p. 160.	→ Utilisez l'EDC p. 164.	→ Utilisez le dossier p. 172.
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

- Regroupez les informations du tableau en deux thèmes :

1. La France un rayonnement international à plusieurs facettes ; 2. La France, un pays très attractif

ÉTAPE 3 Rédiger la réponse à la question problématisée



— Conseil —

Pistes pour rédiger la réponse

Phrase d'introduction — La France occupe une place importante dans la mondialisation, à la fois par sa présence et son attractivité. Quels sont les différents aspects du rayonnement et de l'attractivité de la France dans le monde ?

1^{er} paragraphe — Un rayonnement international à plusieurs facettes

2^e paragraphe — Un pays très attractif

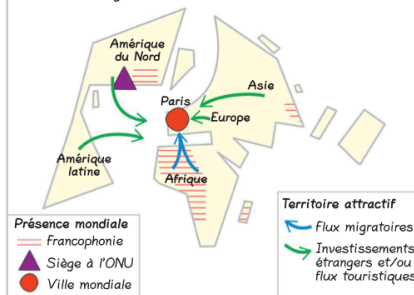
Phrase de conclusion — Face aux grandes puissances, la France affirme sa place dans la mondialisation grâce à une influence qui a des aspects différents.

Utilisez les mots de vocabulaire suivants :

mondialisation • IDE • puissance économique • influence diplomatique et militaire • aide publique au développement • rayonnement culturel • soft power

Joignez à votre réponse un schéma illustrant quelques informations importantes de votre argumentation.

Schéma : Le rayonnement international de la France



Question problématisée

Sujet 1

Le rayonnement international de la France : des atouts, des limites ?

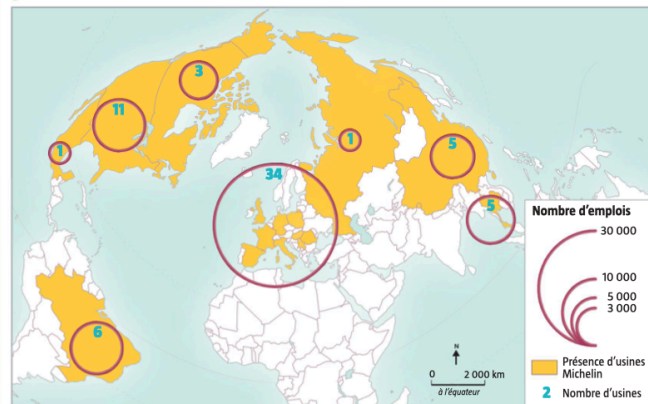
Analyse de documents

Sujet 2

La France dans la mondialisation

En analysant les documents, montrez dans quelle mesure ils traduisent tous les aspects de la place qu'occupe la France dans le monde.

1 Michelin dans le monde



2 Le rayonnement de la France dans le monde

Le rôle de la France dans la géopolitique mondiale se double d'un rayonnement culturel et touristique. Première destination mondiale pour les visiteurs étrangers, Paris est aussi un lieu de culture et de création artistique comme en témoignent ses nombreux musées, ses salles de spectacle et monuments qui participent à l'attractivité de la capitale.

La francophonie, c'est-à-dire l'ensemble des régions francophones de la planète, est également un vecteur de rayonnement entretenu au travers de l'Organisation internationale de la francophonie. La présence d'un grand nombre de personnes expatriées est un facteur aussi de rayonnement. Il est le résultat de la présence d'entreprises et de représentations diplomatiques et militaires françaises partout dans le monde et il entretient l'existence de réseaux francophones en matière d'enseignement et de culture.

Eloïse Libourel, *Géographie de la France*, © Armand Colin, 2017.