

## G6 - LA FRANCE : UN RAYONNEMENT INTERNATIONAL DIFFÉRENCIÉ ET UNE INÉGALE ATTRACTIVITÉ DANS LA MONDIALISATION

Séance 1 : 1 heure

### Introduction

Doc. 1 page 156 : « Un rayonnement diplomatique dans un monde multipolaire : le G7 à Biarritz »  
Doc. 2 page 157 : « Le succès des firmes transnationales françaises de luxe dans les pays... »

- La tenue d'un sommet du G7 à Biarritz en France met en évidence à la fois le rayonnement diplomatique de la France et ses faiblesses : elle est concurrencée par d'autres grandes puissances.
- La France est une grande **puissance** (pays capable d'influencer d'autres pays grâce à des moyens pacifiques et/ou violents) économique, géopolitique et culturel dont le **rayonnement** (influence exercée par un État sur d'autres États) est mondial. Concurrencée, parfois en recul, la France développe diverses stratégies pour conserver son **attractivité** (capacité, pour un territoire, à attirer des flux étrangers vers lui) dans la mondialisation. Mais l'échelle nationale, tous les territoires français ne sont pas également intégrés dans la mondialisation.
- **Problématique : Comment la France cherche-t-elle à maintenir son rayonnement et son attractivité à l'échelle internationale ?**

### I. Un rayonnement international différencié

En s'aidant de la fiche d'objectifs, du plan de la leçon, du diaporama et du manuel scolaire, les élèves par groupe de trois) rédigeront l'intégralité de la leçon sous la forme de deux questions problématisées (qui correspondent à l'une des deux parties de la leçon).

**Question problématisée correspondant à la première partie de la leçon**

En quoi le rayonnement international de la France est-il différencié ?

**Point méthode : Effectuer des recherches dans un ouvrage et/ou sur un site Internet**

- trouvez des informations fiables : il faut vérifier les dates des données, la source de celles-ci pour savoir à qui on emprunte les informations...
- trie les informations que vous avez trouvées : il ne faut retenir que les informations en rapport avec le contenu à traiter
  - définissez le sujet au début de la recherche en vous demandant ce qu'il faut traiter
  - définissez le cadre spatial et temporel de la recherche pour éviter le hors-sujet

### A. Une grande puissance économique mondiale ?

Doc. vidéoprojeté : « Classement des économies selon le PIB en milliards de dollars... »

Doc. vidéoprojeté : « Les investissements directs à l'étranger »

Doc. vidéoprojeté : « Les dix premières FTN françaises en 2019 »

Doc. vidéoprojeté : « Nombre d'entreprises dans le top 500 mondial (en 2018) »

Doc. vidéoprojeté : « Commerce mondial de marchandises »

- La France est une puissance économique majeure : septième puissance économique mondiale, septième exportateur mondial de marchandises, quatrième pour les services. Elle est le troisième pôle d'**investissements directs à l'étranger** (investissements réalisés par une entreprise dans un pays étranger) au monde après les États-Unis et la Chine. Plusieurs **firmes transnationales** (entreprises dont la chiffre d'affaires annuel dépasse les 500 millions de dollars et dont au moins 25% de la production et des échanges sont réalisés à l'étranger) françaises sont des leaders mondiaux dans leur secteur d'activité comme L'Oréal, LVMH ou Michelin.
- Malgré ces points forts, la part de la France régresse dans le commerce mondiale depuis 20 ans : elle est peu présente dans les marchés émergents comme l'Inde ou le Brésil. Son commerce est avant tout tourné vers l'Europe, zone de faible croissance économique et ses exportations reposent sur un petit nombre de secteurs (aéronautique, viticulture...). De plus, le commerce extérieur français est lourdement déficitaire (60 milliards d'euros en 2018).

## B. Une influence géopolitique encore très forte ?

Doc. vidéoprojeté : « Le Conseil de sécurité des Nations unies »  
Doc. vidéoprojeté : « Le sommet du G7 à Biarritz en août 2019 »  
Doc. vidéoprojeté : « Le déploiement de l'armée française »  
Doc. vidéoprojeté : « Nombre d'ambassades dans le monde »  
Doc. vidéoprojeté : « Aide publique au développement (en 2018) »

- La France est membre permanent du Conseil de sécurité de l'ONU : elle dispose donc du droit de veto dans ce conseil et possède légalement l'arme nucléaire. La France est aussi membre du G7 et du G20, deux associations regroupant les pays les plus riches et développés de la planète. Elle possède le troisième réseau d'ambassades dans le monde, après les États-Unis et la Chine. Elle accueille aussi le siège de certaines organisations internationales (comme l'UNESCO ou l'OCDE à Paris) et est l'un des pays fondateurs de l'Union européenne.
- La France reste une puissance militaire majeure, dotée d'une force de dissuasion nucléaire et d'une réelle **capacité de projection** (moyens qui permettent d'acheminer une force militaire loin de son lieu habituel de stationnement pour exercer une mission). L'armée française est présente à l'étranger sous forme de bases, de flottes et de missions, essentiellement en Afrique subsaharienne et au Moyen Orient. La France est également le troisième exportateur mondial d'armement. L'**aide publique au développement** (dons et prêts effectués par un pays développé vers les pays en développement) affirme aussi l'influence de la France : en 2018, elle est le cinquième donateur mondial. L'aide humanitaire passe aussi par des **organisations non-gouvernementales** (associations à but non-lucratif défendant la santé, les libertés ou l'environnement) de renommée mondiale comme Médecins Sans Frontières.

## C. Un soft power culturel particulièrement vivace ?

Doc. 5 page 171 : « Le Louvre Abu Dhabi hors les murs, la première exposition... »  
Doc. vidéoprojeté : « La francophonie, un outil majeur de rayonnement »

- Le rayonnement culturel de la France se nourrit d'un riche patrimoine, que ce soit en matière de littérature (*Le Petit Prince*, huitième livre le plus vendu au monde), de cinéma (*Lucy* de Luc Besson), de peinture (Claude Monet) ou d'architecture (Tour Eiffel). Des institutions comme le Musée du Louvre ou le Centre Georges Pompidou ouvrent des musées à l'étranger (Louvre Abu Dhabi). Plus largement, l'art de vivre à la française, le luxe, la gastronomie participent au **soft power** (expression de Joseph Nye, professeur de relations internationales à Harvard, pour désigner les moyens pacifiques dont dispose un État afin d'influencer d'autres États).
- 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 qui regroupe 88 États. Cela fait du Français la cinquième langue la plus parlée au monde. D'autres vecteurs contribuent à la diffusion de la culture française : le réseau des lycées français à l'étranger, la station de radio RFI et les chaînes de télévision TV5 Monde et France 24. Mais la culture française est fortement concurrencée, notamment par la culture anglo-saxonne.

## II. Une inégale attractivité dans la mondialisation

En s'aidant de la fiche d'objectifs, du plan de la leçon, du diaporama et du manuel scolaire, les élèves par groupe de trois) rédigeront l'intégralité de la leçon sous la forme de deux questions problématisées (qui correspondent à l'une des deux parties de la leçon).

### Question problématisée correspondant à la première partie de la leçon

En quoi le rayonnement international de la France est-il différencié ?

#### Point méthode : Mobiliser des notions et des exemples au sein de la question problématisée

- remplacez toutes les notions de la fiche méthode au sein du développement de votre RQP : pensez à définir ces notions (voir les mots surlignés en jaune dans le manuel)
- pensez à mettre des exemples précis à la fin de chacun de vos paragraphes afin de rendre votre propos irréfutable et le plus concret possible :
  - o mentionnez des lieux en décrivant les phénomènes qui les affectent
  - o donnez des chiffres afin de montrer l'ampleur ou l'évolution d'un phénomène

### A. Une terre d'accueil pour les capitaux étrangers

Doc. 1 page 174 : « En 2019, la 5<sup>e</sup> place mondiale pour les IDE entrants »

Doc. 6 page 175 : « Les investisseurs étrangers dans la viticulture »

- La France est attractive aux yeux des étrangers : elle est le cinquième pays bénéficiant de la plus importante confiance des investisseurs étrangers en 2019 et la huitième destination mondiale d'investissements directs à l'étranger cumulés. Ainsi, les **filiales** (entreprises contrôlées par une société mère) étrangères jouent un rôle économique majeur en France : elles emploient plus de 13% des salariés français, assurent plus de 30% des exportations du pays et génèrent 20% de l'activité du secteur « Recherche & Développement » en France.
- Les capitaux étrangers sont notamment présents dans les plus grandes entreprises françaises : en 2019, elles détiennent 45% du capital des entreprises du **CAC 40** (ensemble des 40 plus importantes entreprises françaises cotées à la bourse de Paris). Des entreprises étrangères ont pris le contrôle d'entreprises françaises : en 2014, le secteur énergie d'Alstom est a été racheté par l'américain *General Electric* ; en 2015, le Club Med est passé sous pavillon chinois. Ces capitaux étrangers sont originaires des pays les plus développés (États-Unis, Allemagne...) mais aussi des puissances émergentes (Chine, Qatar...).

### B. Un pays qui attire migrants, étudiants et touristes

Doc. vidéoprojeté : « La France, cinquième destination des migrants »

Doc. vidéoprojeté : « L'immigration en France »

Doc. vidéoprojeté : « Les étudiants internationaux en France »

Doc. repère 2 page 167 : « Les 5 premières destinations mondiales »

- Avec environ 250 000 entrées annuelles d'**immigrés** (personnes ayant quitté leur pays d'origine et s'établissant dans un autre pays), la France reste une destination migratoire privilégiée en Europe et dans le monde. Elle est le cinquième pays qui accueille le plus d'immigrés. Les immigrés se concentrent dans les grandes métropoles, notamment Paris, sur les façades littorales, comme PACA, et dans les régions frontalières, comme l'Alsace.
- En revanche, la France est une destination privilégiée des étudiants étrangers. Elle se place en troisième position derrière les États-Unis et le Royaume-Uni. Héritage lié à la colonisation, 40% des étudiants étrangers venus en France sont originaires d'Afrique.
- Avec près de 90 millions de visiteurs étrangers, la France demeure la première destination touristique mondiale. Elle bénéficie de sa position centrale en Europe, d'où l'importance du **tourisme de transit** (forme de tourisme qui consiste à s'arrêter pour une courte durée au sein d'un trajet plus long). 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 Paris, la Côte d'Azur et les Alpes du Nord.

### C. Mais des territoires français inégalement attractifs

Doc. vidéoprojeté : « L'attractivité des métropoles vue par les investisseurs »

Doc. vidéoprojeté : « L'attractivité touristique des territoires français »

Doc. vidéoprojeté : « L'attractivité économique des territoires français »

- La métropole parisienne reste la plus attractive. Elle est la porte d'entrée de la France pour les investissements les plus stratégiques, comme ceux de la finance dont elle réalise 91% de l'activité. Paris attire aussi la majorité du **tourisme d'affaires** (ensemble des activités liées aux déplacements et aux séjours d'hommes d'affaires et visiteurs de congrès). De plus, elle se classe au premier rang mondial pour les congrès internationaux.
- L'attractivité des métropoles régionales demeure modeste et ciblée. Toulouse attire les IDE de l'aéronautique et Nice attire les flux touristiques. Grâce à sa position médiane en Europe, Lyon fait figure d'exception en accueillant des institutions (Interpol, Centre international de recherche contre le cancer) et des FTN étrangères (centre de formation du canadien Robotiq).
- La **compétitivité** (capacité d'une entreprise, d'un secteur d'activité ou d'un territoire à résister à la concurrence) des autres territoires reste ponctuelle : elle peut provenir d'une situation frontalière ou d'activités touristiques : les hôtels du Val de Loire attirent 1,4 million de nuitées étrangères grâce à la proximité des châteaux de la Loire et du zoo de Beauval. Ailleurs, dans les espaces ruraux, montagnards et ultramarins, l'attractivité est plutôt faible.

### Conclusion

- À l'échelle internationale, le rayonnement de la France est visible dans plusieurs domaines : commercial, financier, militaire, diplomatique, culturel... Mais ce rayonnement est parfois concurrencé et parfois en déclin. La France reste parmi les plus grandes puissances mais son rang décline.
- À l'échelle internationale, la France exerce une réelle attractivité pour de nombreux flux (financiers, humains...). Mais tous les territoires français ne sont pas également attractifs : la métropole parisienne est de loin l'espace le plus attractif et compétitif, suivie par les métropoles régionales. Les espaces ruraux, montagnards et ultramarins ont plus de mal à être attractifs.