Séquence proposée par Fabien FRAISSE (collège Cassin, Noidans-lès-Vesoul) et Isabelle BOUCON (collège Signoret, Belfort)

Les espaces productifs en France

Introduction

Accroche sur le salon Vinexpo de Bordeaux :



Cette accroche traite d'un espace productif agricole, qui en tant qu'événement mondial peut être générateur de flux touristiques. De plus, il existe à Bordeaux un projet de mise en réseau de laboratoires ou d'équipes travaillant sur la vigne et le vin qui mobilise une centaine d'acteurs économiques de la région (centres de formation, de recherche et de transfert technologique).

Problématique générale :

Pour le professeur : Quelles sont les dynamiques des espaces productifs ?

Pour les élèves: Comment les espaces productifs français s'insèrent-ils dans une économie mondialisée et quelles en sont les conséquences spatiales ?

I. Un espace de production à dominante agricole

1. Etude de cas : le vignoble alsacien

PBQ : Qu'est-ce qui fait du vignoble alsacien un espace agricole spécialisé intégré dans l'économie mondialisée ?

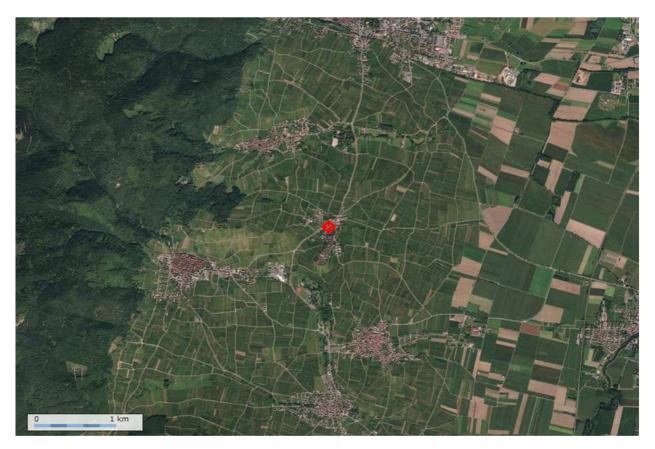
a. La spécialisation du vignoble alsacien

Activité 1 sur le village alsacien de Zellenberg: Objectifs:

- Analyser un paysage rural à l'aide d'un SIG Compétence du B2i : 3.6. Utiliser un outil de simulation (SIG)

Ouestions:

- 1. Identifiez les 3 espaces de l'image satellite (échelle 1 : 32 000).
- 2. Comparez la taille des parcelles avec celles à droite de l'image, que peut-on en dire ? Que cultive-t-on sur ces parcelles à votre avis ?
- 3. Que peut-on dire du relief ? Caractérisez les 3 grands espaces de l'image (vous pouvez vous aidez des cotations d'altitude de la carte IGN).
- 4. Expliquez en quoi le vignoble alsacien est un espace spécialisé.



Le professeur met en relation les éléments du relief, de la géologie et du climat pour expliquer les conditions favorables à la culture de la vigne et donc les raisons de sa spécialisation :

- Le vignoble alsacien est situé sur une fine bande de terre de 200 km de long entre la plaine d'Alsace et les Vosges, il est situé sur les versants des collines sous-vosgiennes.
- Pluviométrie très faible à cause de la barrière des Vosges (la vigne a besoin de soleil), géologie diverse (mosaïque de terrains : calcaire, siliceux, granitique, argileux).

b. Un vignoble intégré dans la mondialisation

<u>Doc 1</u>: Texte sur le chiffre d'affaires et la commercialisation des vins d'Alsace

Chiffre d'affaires annuel et commercialisation

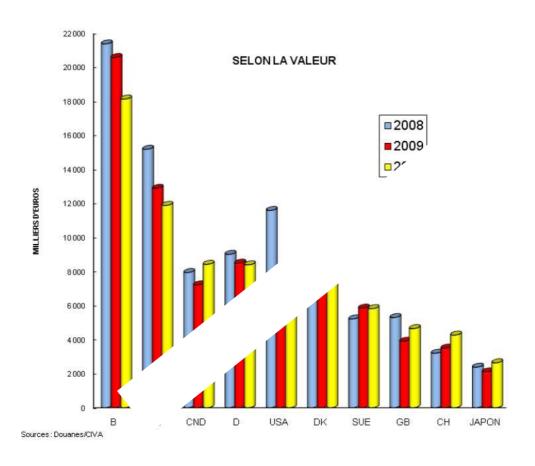
Les vins d'Alsace génèrent un chiffre d'affaires d'environ 500 millions d'Euros, (soit 40% du produit agricole total d'Alsace).

24% des ventes totales de vins d'Alsace sont actuellement réalisées à l'exportation (soit 36 millions de cols en 2010 ou 270 000 hl).

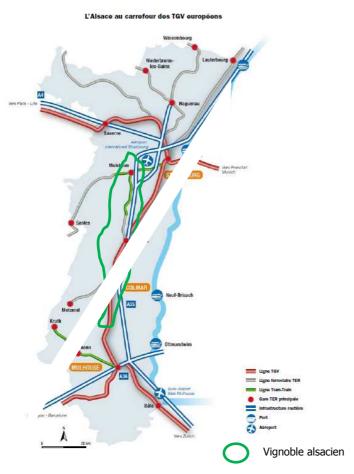
Les dix premiers clients réalisent près de 90% des exportations globales toutes AOC confondues (par ordre décroissant en volume : Belgique, Allemagne, Pays Bas, Danemark, USA, Canada, Suède, Suisse, Grande Bretagne, Finlande) Source des deux documents : Conseil interprofessionnel des vins d'Alsace, dossier de presse 2011 :

http://www.vinsalsace.com/

<u>Doc 2</u>: Exportations de vin d'Alsace AOC (hors Crémant) classement des 10 premiers pays



<u>Doc 3</u> : Carte de l'Alsace au carrefour des TGV européens



<u>Doc 4</u> : Vignobles & découvertes : un label touristique pour le vignoble alsacien.

Article disponible sur le site :

http://blog.vinsalsace.com/vignobles-etdecouvertes-un-label-touristique-pour-levignoble-alsacien.html



 $Source\ de\ la\ carte: \underline{http://www.adira.com/upload/documents/Telechargements/SRDE_synthese_finale.pdf}$

+ ajouter une carte à plus petite échelle afin de montrer la position de carrefour de l'Alsace.

Activité 2 sur le dossier de documents :

Objectif:

- Mettre en relation des documents par rapport à une problématique donnée.

Ouestion posée aux élèves :

Quelles informations tirées des 4 documents permettent de démontrer que le vignoble alsacien est intégré dans la mondialisation ?

- Proximité des grands marchés de consommation européens : Europe rhénane, mégalopole européenne (voir pays clients des exportations de vins d'Alsace)
- Renommée des vins d'Alsace (grands crus AOC) : exportations en dehors du continent européen (Canada, Etats-Unis, Japon...)
- Axes de communication majeurs et infrastructures de transport pour l'exportation du vin et l'arrivée de touristes : TGV, autoroutes, Rhin, aéroports...

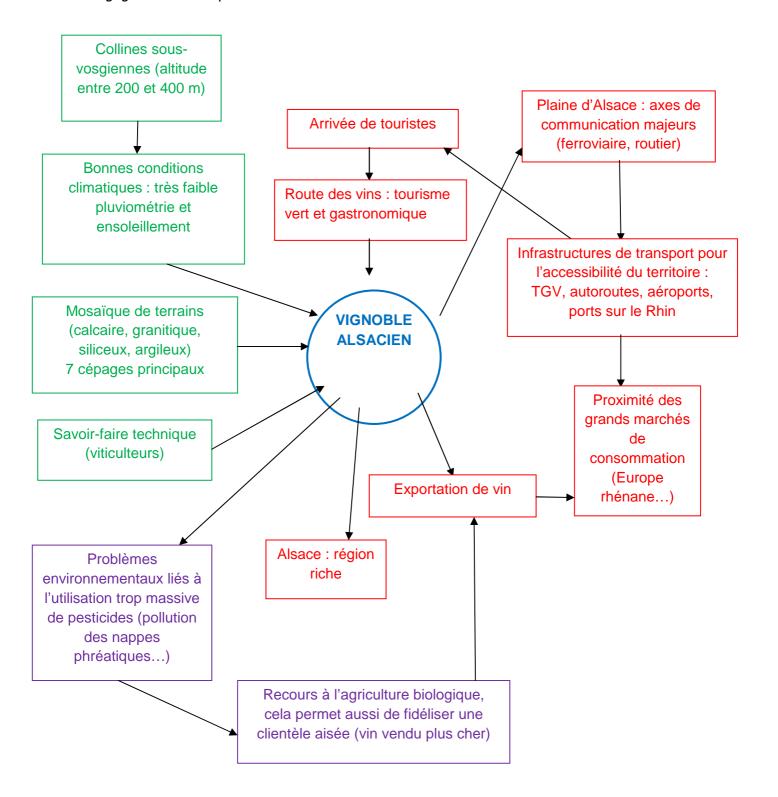
- Attractivité et renommée de la région pour ses paysages : route des vins (tourisme vert et gastronomique)
- Attractivité de la région en terme d'emplois : l'Alsace est une région riche (4^e région française pour le PIB/habitant) (*élément apporté par le professeur car il ne figure pas dans les doc*)
 - c. <u>Les dynamiques à l'œuvre dans le vignoble alsacien : le recours à l'agriculture biologique</u>

<u>Vidéo 2</u>: L'Alsace, région du vin bio (Emission « La minute bio » sur M6 du 29/07/10) <u>http://www.m6bonus.fr/videos-emissions-4/videos-la minute bio-7524/emission du 29 07 2010/video-viticulture alsace-41968.html</u>: extrait de 1'13

Questions:

- 1. Quelles sont les caractéristiques de la viticulture biologique ?
- 2. Quels en sont les avantages et les inconvénients ?
- 3. En quoi l'agriculture biologique est-elle une réponse aux problèmes environnementaux ?

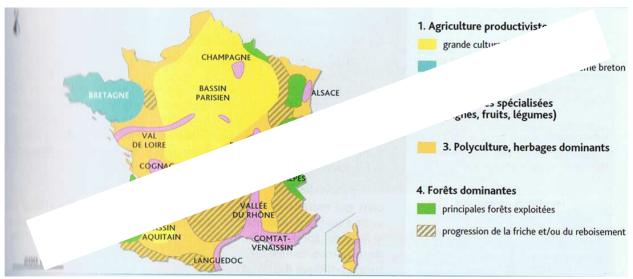
La trace écrite peut prendre la forme d'un schéma et reprendre ainsi les éléments dégagés dans les 3 parties de l'étude de cas :



2. Mise en perspective sur les espaces agricoles

PBQ : Quel est le degré d'intégration des espaces agricoles dans la mondialisation ?

Analyse d'une carte sur les espaces agricoles français. Voir livre de géographie de première sous la direction de Rémy Knafou.



Expliquer à partir de la carte et de photos les différents modèles (agriculture extensive/intensive) et la notion de productivité.

Régions compétitives/en difficulté

Spécialisation des régions (ex : modèle beauceron, breton...)

Productions à labels (AOC/AOP)

L'intégration des espaces agricoles dans la mondialisation

France = grande puissance exportatrice

Filière agro-alimentaire

PAC

Document : Schéma de la filière agro-alimentaire

II. <u>Un espace touristique ou de loisir</u>

1. Etude de cas : Analyse du littoral languedocien

PBQ : Pourquoi un territoire devient-il touristique ? Quels sont les acteurs qui ont favorisé le développement de ce territoire touristique ? Quels sont les conflits d'usage au sein d'un espace où le tourisme est une activité dominante?

Possibilité d'utiliser les titres a,b,c comme problématiques de l'étude de cas.

Vues Google Earth du territoire analysé en introduction de l'étude de cas. Changement d'échelle et visionnage d'une station balnéaire de l'espace touristique.

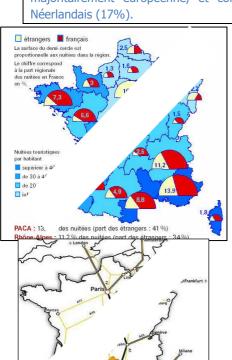


a. En quoi le tourisme permet-il le développement économique de la région Languedoc-Roussillon ?

Document 1 : La fréquentation touristique (extraits de Laura Lecolle : Pôle relais lagunes méditerranéennes – Conservatoire des Espaces Naturels du Languedoc-Roussillon. Mai 2008)

Parmi les touristes, on trouve près de 2/3 de français (soit approximativement 80 millions de nuitées), principalement originaires d'Île de France, de Rhône Alpes, de Midi Pyrénées, mais également des visiteurs résidant en Languedoc-Roussillon.

La clientèle étrangère représente quand à elle le tiers restant, avec près de 5 millions de touristes. Elle est très majoritairement européenne, et constituée principalement d'Allemands (34%), de britanniques (22%) et de Néerlandais (17%).



- Quelle est la place du Languedoc parmi les régions les plus touristiques de France ?
- 4eme place.
- D'où viennent les touristes qui fréquentent le littoral languedocien ?
- Ils sont originaires de France mais aussi de pays européens.

http://www.pole-lagunes.org/ftp/Etat des lieux tourisme LR.pdf (source : comptes du tourisme, Direction du tourisme)
http://www.sunfrance.com/s organiser/cartes acces

Document 2

- Que pouvez-vous dire sur l'accessibilité de la région ?
- Accessibilité depuis la France et une grande partie de l'Europe de l'Ouest via les autoroutes, voies ferrées, aéroports.

Documents 1 et 2

- Quels sont les liens entre aménités, aménagements, accessibilité et fréquentation touristique ?

Document 3 : Extraits des Etats des lieux du tourisme sur le littoral Languedoc Roussillon. Conservatoire des Espaces naturels du Languedoc Roussillon. (mai 2008)

En Languedoc-Roussillon, le tourisme a un impact important sur l'emploi local au niveau du littoral comme du reste de la région, et contribue à la dynamique économique régionale.

Sur l'ensemble de la région Languedoc-Roussillon, le tourisme génère entre 30.000 (janvier) et 74.000 (juillet/août) emplois salariés selon la saison.

Sur ces totaux, la zone littorale comptabilise en moyenne 34% des emplois sur l'année, soit près de 15 680 emplois et 43% des emplois en pleine saison, soit 31 820 emplois.

Quatrième région touristique de métropole après l'Île de France, PACA et Rhône Alpes, le Languedoc-Roussillon concentre près de 8 % des dépenses touristiques. L'activité touristique est la première activité économique de la région. Elle génère près de 7 milliards d'euros, soit 14,9% du PIB régional. Sur ce chiffre, environ 70% est généré par le littoral, soit un peu moins de 5 milliards d'euros.

- Les retombées économiques sont-elles positives ? Justifiez votre réponse.
- Première activité économique de la région. De nombreux emplois dépendent de cette activité.

b. Comment le littoral Languedocien est-il devenu un espace touristique?

Document 1: La mission Racine

Vidéo du site de l'INA:

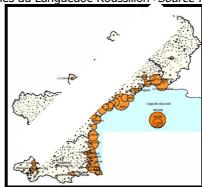
http://www.ina.fr/fresques/jalons/fiche-media/InaEdu01076/une-realisation-importante-de-lamenagement-du-territoire-la-mise-en-valeur-du-languedoc-roussillon.html

Questions et réponses attendues:

- Quels sont les aménagements nécessaires pour transformer le littoral du Languedoc ?
- Les aménagements nécessaires sont la lutte contre les moustiques, l'acheminement de l'eau potable et la création d'infrastructures de transport.
- Quels sont d'après la vidéo les acteurs qui interviennent sur le projet ?
- L'Etat, les collectivités locales, les syndicats mixtes départementaux, initiatives privées pour le reste du programme.
- En utilisant les images de Google Earth marquées par des punaises (La Grande Motte, Palavas les flots, Agde), indiquez quels sont les éléments du paysage qui montrent que l'ensemble du littoral languedocien est touristique.
- Plages de sable, hôtels, campings, marinas, routes en parallèle du littoral...

c. Quels sont les conflits d'usage au sein d'un espace où le tourisme est une activité dominante?

Document 1 : Capacité d'accueil des villes du Languedoc-Roussillon (Source : IGN-INSEE 2000)



- Quelles inégalités spatiales apparaissent dans la région Languedoc ? Quelles peuvent en être les raisons ?
- La capacité d'accueil des villes montre que c'est au bord du littoral que sont concentrés les lieux d'hébergements, le tourisme est surtout littoral et c'est en bord de mer que les touristes vont dépenser leur argent. L'économie résidentielle des touristes profite moins aux populations de l'intérieur des terres.

Document 2 : Extrait du site du Conservatoire du littoral

Le Conservatoire du littoral en Languedoc-Roussillon : Un opérateur foncier en faveur de la protection de l'environnement.

Pollution, urbanisation, activités humaines, érosion côtière... la liste de menaces pesant sur le littoral est longue. Mais comment le protéger ? Cette mission relève de l'Etat et des élus sur les différents territoires littoraux.

Cependant il existe depuis 1975 sur le littoral, un opérateur foncier public qu'est le Conservatoire du Littoral. Sa politique vise à la protection définitive des espaces naturels et des paysages sur les rivages maritimes et lacustres (loi du 10 juillet 1975).

Actuellement, plus de 10 800 ha de terrains ont été acquis par la délégation Languedoc-Roussillon du Conservatoire du littoral. Les terrains acquis, non constructibles, présentent de forts enjeux écologiques, ainsi qu'un intérêt communautaire, mais ils ont également un caractère paysager ou sont menacés » Après leur achat et leur remise en état, le cas échéant, les terrains sont confiés à

des gestionnaires, majoritairement des collectivités locales (commune, communauté de communes, conseil général, syndicat mixte), via une convention de gestion et conformément à la loi de 1975.

- Quelles sont les conséquences négatives des aménagements touristiques du Languedoc ?
- La mise en tourisme entraine des pollutions, l'érosion des côtes.
- Quelle solution est proposée ? Par qui ?
- Le Conservatoire du littoral propose de racheter des terres afin de protéger les paysages et la biodiversité.

Document 3: Extrait de Libération (2000): La station balnéaire a mal vieilli et a changé de population.

(...) Place au soleil. Avec une capacité d'accueil de 100 000 personnes, La Grande-Motte n'est plus la station moderniste, vitrine de la mission Racine, lancée en 1963 par l'Etat sur le littoral languedocien pour retenir touristes et devises qui filent en Espagne (...) Jusqu'au début des années 90, la Grande-Motte est à peu près restée fidèle à sa vocation de station balnéaire. Livrés à la fin des années 60, les premiers appartements, les fameux «studioscabines», se sont vendus comme des petits pains. (...)

La Grande-Motte est malade de ses 9 500 studios-cabines qui représentent presque la moitié du parc. Mal équipés, mal insonorisés, inconfortables, ils deviennent un réservoir de logements à vocation sociale. Pour la première fois de leur histoire, les stations du littoral languedocien, et parmi elles La Grande-Motte, ont été classées cette année en zone objectif 2 pour l'obtention de fonds européens pour le développement et la reconversion. Comme la Lorraine jadis, les stations du tourisme de masse craignent de se retrouver à l'état de friches.

- Quels sont les problèmes de la station de la Grande Motte? Justifiez.
- Vieillissement des installations. Peur de devenir une friche touristique.

Idées pour la trace écrite. Tableau à compléter au fur et à mesure de l'étude de cas.

Un littoral touristique attractif...

S'agit-il d'une grande région touristique française ?

Quatrième région en termes d'effectifs.

Ce littoral est-il bien positionné par rapport au grands flux européens? Il s'agit d'un lieu de passage pour les Européens et les Français qui vont sur les plages d'Espagne. L'offre de transports est diversifiée. Peut-on parler d'un atout pour la région? Oui lorsque l'on voit les bénéfices économiques et en termes d'emplois.

... Qui a bénéficié de grandes politiques d'aménagement..

Quels sont les acteurs qui ont favorisé le projet? L'Etat et la DATAR dans une optique de valoriser tous les territoires, ainsi que des acteurs privés.

Quelles ont été les actions entreprises pour mettre en valeur cet espace? Lutte contre les moustiques, assèchement des marais, développement d'infrastructures de transport et d'accueil.

... Mais qui voit apparaître des discontinuités et des conflits.

Quelles limites?

Le littoral est plus favorisé que l'arrière pays qui est moins attractif.

Les stations vieillissent mal et peinent à se renouveler face aux nouvelles pratiques touristiques. Quelles sont les conséquences négatives? Bétonisation, pollution, détérioration de l'environnement. Comment faire face au poids du tourisme?
Action du conservatoire du littoral et aménagements dans une optique de développement durable.

Un espace dynamique

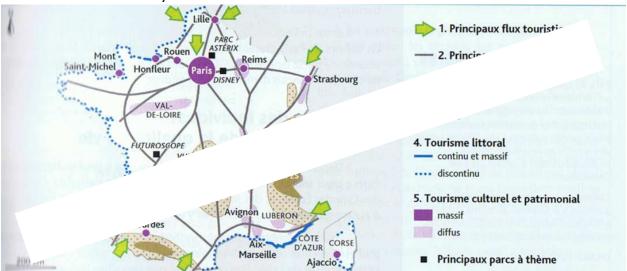
Mis en valeur par une politique spécifique

Les perspectives et les enjeux autour de cet espace.

2. Mise en perspective sur les espaces touristiques ou de loisirs

PBQ : Quelles sont les mutations des espaces touristiques en France ?

Analyse d'une carte sur les espaces touristiques français. Voir livre de géographie de première sous la direction de Rémy Knafou.



Lister avec les élèves les différents types d'espaces en distinguant la nature de ces espaces et en expliquant ce qui fait que ces territoires sont des territoires touristiques.

- Littoral méditerranéen : Mission Racine pour le Languedoc. Mise en valeur plus ancienne pour la côte d'Azur.
- Les montagnes avec le plan Neige. Distinction entre les chaînes de montagnes : succès dans les Alpes du Nord, plus nuancé ailleurs.
- Les sites ponctuels basés sur un patrimoine historique: Mont Saint Michel, Châteaux de la Loire, Lourdes, villes touristiques.
- Sites créés avec l'influence des acteurs locaux : Futuroscope, Disney land, Zoo d'Amnéville. **Bilan final** : avec ce potentiel la France est la première destination touristique au monde.

III. Un espace productif industriel

1. Etude de cas : le Pôle Véhicule du Futur

PBQ : Qu'est-ce qui fait du Pôle Véhicule du futur un territoire de l'innovation ?

Doc 1 : Article de « Vivre le territoire » n°92, novembre 2008 (magazine du Conseil général du Territoire de Belfort):

http://www.cq90.fr/Upload/Mediatheque/VLT92-final.pdf

Le Pôle Véhicule du Futur affine sa stratégie

Labellisé en juillet 2006, ce pôle de compétitivité soutenu par 14 collectivités territoriales d'Alsace et de Franche-Comté, dont le Conseil général du Territoire de Belfor concentre désormais son énergie sur les véhicules à v spécifique et sur la thématique des mobilités di

**** À lui seul, le thême retenu pour Le Conseil général du Tr les rencontres internationales du salon a fortement appuyé Mobilis - les 18 et 19 novembre proch stratégique, arg ains au centre de congrès Atria à Belfort dans l'aire urb résume les nouvelles préoccupations du Pôle Véhicule du Futur (PVF) : **\(Le Pôle Véhicule** « Solutions de mobilité **Futur a pour amb**' urbaine – Concepts, nou- de devenir une r/ mondiale / veaux usages et services ». Si au moment de sa label- capacité ? lisation en juillet 2006 des solut' pour une durée de trois pour ' ans, ce pôle de compéti- mob tivité, dont l'objectif est d'insuffler une dynamique ges entre industriels, lab recherche publics et cer tion, positionnait Peur mentiers au cœur d il accorde aujour? en plus large a' Cette evolut

luation, o'

secre. Le générale du Pôle.

71 pôles

l'Hex' de

un usage urbain. 25 Trois véhicules Ar. >> public à Mobilis pe- la collectivité territoriale dans le PVF, 19 novembre après-midi. ∠de plus velée pour trois ans.

e la stratégie du Pôle à-direallant de la conception au système une pile à combustible, :: 10 ur et la nécessité d'ajus- d'exploitation, en passant par les comis sa méthode de gouver- munications embarquées (en termes explique Brigitte Morgulis, de sécurité, d'agrément de conduite ou d'occupation des passagers).



ort

ation

résence

al, et dans

en particu-

inbreuses PME

de concevoir de

are et d'industriali-

des véhicules destinés

À l'instigation du Conseil général du Territoire de Belfort, le public pourra découvrir au salon Mobilis, vitrine du et innovants présentés au PVF en France et à l'étranger, quelques prototypes de véhicules innovants, Le projet Vécovil – créa- propulsés grâce à l'électricité, au gaz aon d'un véhicule hybride électricité/ naturel ou à l'hydrogène, les énergies gaz (véhicule de voirie propre) - est l'un de demain dans l'univers automobile. des exemples de la forte implication de Le salon sera ouvert au grand public le

sique, dont la labellisation vient d'être renou- Un autre projet, baptisé HYVOIR (HYdrogène-VOIRie) devrait se concré-L'ensemble des projets soutenus par tiser à moyen terme. Porté par le laboutive à l'éva- le pôle de compétitivité devrait lui ratoire INEVA-CNRT, dont une partie du avril 2008, des permettre, à terme, de devenir une financement est assurée par le départevité que compte référence mondiale dans la capacité à ment, il démontrera la capacité à dévedémontré un besoin proposer des solutions intégrées - c'est-lopper un véhicule fonctionnant avec

<u>Doc 2</u>: Dossier de presse disponible sur le site du Pôle Véhicule du Futur : <u>http://www.vehiculedufutur.com/uploads/presse/DdPresse Cartographie Formations nov2011.</u> <u>pdf</u>

A propos du Pôle Véhicule du Futur – www.vehiculedufutur.com

Pôle de compétitivité sur les régions Alsace et Franche-Comté, le Pôle Véhicule Futur a pour finalité d'inventer les solutions pour les véhicules et les mobdu futur dans une perspective de développement durable au serviterritoires.

Des réponses stratégiques aux enjeux de la mobilité à travers 5 segments

- Services de mobilité
- · Infrastructures et communication
- Energies et Propulsion
- · Conception, matériaux et cycle de vie
- Véhicules Innovants

Un programme excellence industrielle pour ' automobile



Le Pôle en chiffres, c'est

- près de 240 membres
- · 84 projets financés dont 15 projets euro
- pour un budget total de 215 M€
- impliquant 190 entreprises dont 50°

projets aboutis

Qu'est-ce qu'un pôle de compétit

Un Pôle de compétitivité se combinaison, sur un t d'entreprises, de centrer d'unités de recherche, av

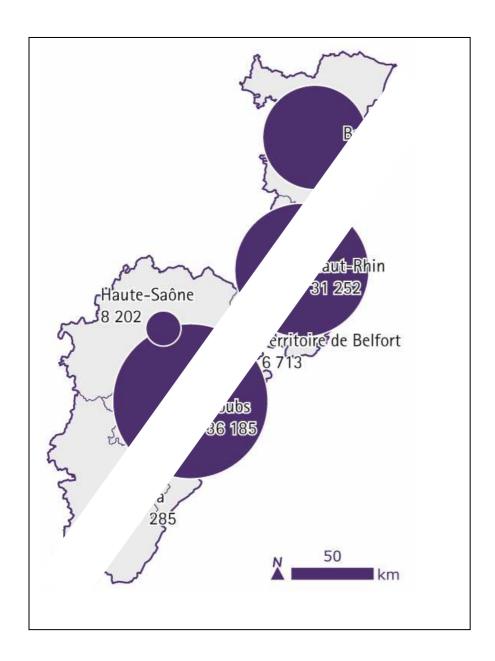
- d'initier des projets
- de développer l'er

Ame la donné, Aation et LES PÔLES DE COMPÉTITIVIT MATERIAL EL PROPERTITIVIT MATERIAL EL PROPERTITIVITAL EL PROP



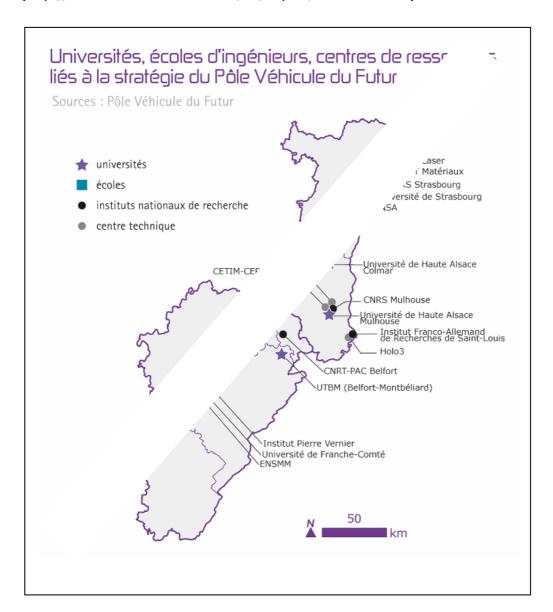
onomie locale.

<u>Doc 3</u> : Carte de la répartition des salariés du Pôle Véhicule du Futur (http://www.vehiculedufutur.com/FR/le-pole/entreprises-du-territoire.html)



<u>Doc 4</u> : Carte des universités, écoles d'ingénieurs, centre de ressources liés à la stratégie du Pôle Véhicule du Futur

(http://www.vehiculedufutur.com/FR/le-pole/formation.html)



Questions:

- 1. Quel est l'objectif du Pôle véhicule du Futur?
- 2. Quels sont les projets innovants du Pôle Véhicule du Futur?
- 3. Où sont situées les entreprises qui participent au projet ?
- 4. Pourquoi le Pôle Véhicule du Futur a-t-il été créé à cet endroit ?
- 5. Quel est l'intérêt économique d'un tel projet ?
- 6. En quoi l'Etat (les collectivités territoriales) soutient-il ce projet ?
- 7. Pourquoi les universités et les écoles d'ingénieurs sont-elles associées au projet ?
- 8. Qu'est-ce qu'un pôle de compétitivité ? (à définir afin de conclure l'étude de cas et de répondre à la problématique).

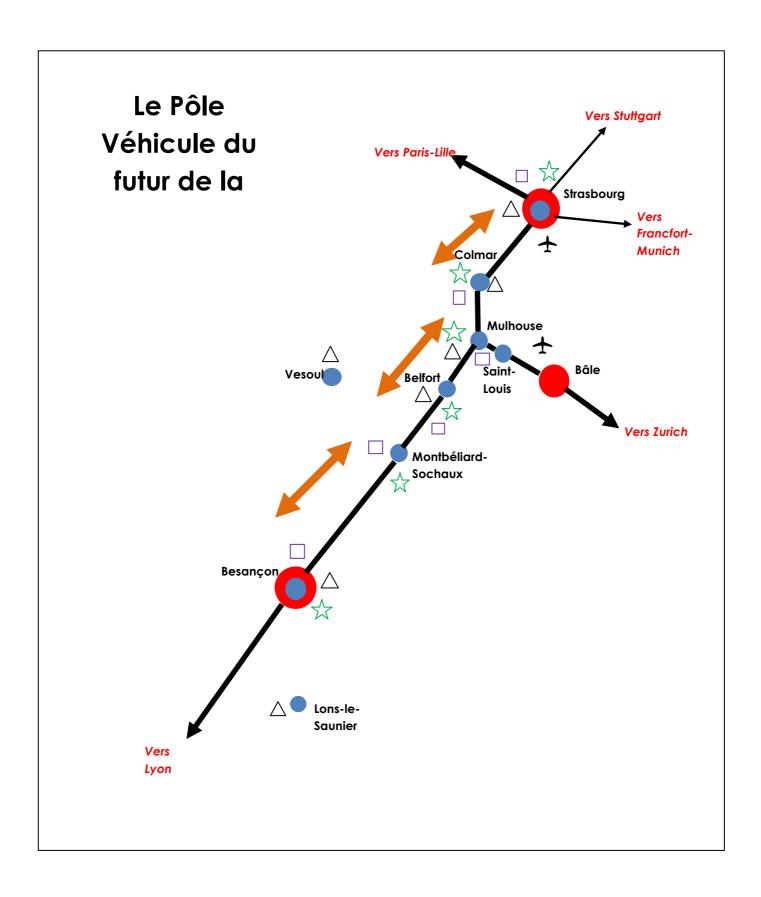
On peut aussi faire travailler les élèves en autonomie sur le site du Pôle Véhicule du futur : http://www.vehiculedufutur.com/FR/le-pole/presentation-du-pole.html avec le questionnaire qui guide leurs recherches, mais c'est sensiblement plus chronophage.

On peut ajouter également un dossier sur la voiture électrique F-city utilisée par la communauté d'agglomération du Pays de Montbéliard : http://www.vehiculedufutur.com/uploads/presse/CP/100204-DDP-F-city.pdf

Idées principales de la trace écrite :

- Le Pôle Véhicule du futur s'inscrit dans un territoire qui présente un tissu industriel ancien (Peugeot, Alstom...) mais plutôt en perte de vitesse, redynamisé par des projets innovants en rapport avec l'industrie automobile (voitures hybrides), les énergies de demain (pile à combustible, à hydrogène...) et des solutions nouvelles de mobilité dans une perspective de développement durable.
- Le Pôle est soutenu par les collectivités territoriales de la région (Conseils généraux, régionaux, communautés d'agglomération) afin de créer des emplois et de rendre le territoire attractif.
- Le Pôle Véhicule du futur fonctionne, comme tous les pôles de compétitivité, en partenariat avec des universités, afin de créer une synergie entre les laboratoires de recherche et l'industrie et ainsi, favoriser l'innovation.

On peut également ajouter un schéma simple d'organisation spatiale qui montre les relations entre les différents acteurs du Pôle Véhicule du futur, la proximité des grands réseaux de communication le mettant en relation avec les métropoles voisines.



Légende

1. <u>Un territoire innovant</u>

- Métropoles régionales
- Principales villes où se situent les entreprises
- Universités, instituts de recherche
- Collectivités territoriales qui soutiennent le projet (conseils régionaux, généraux, agglomérations...)
- A Chambres de commerce et d'industrie

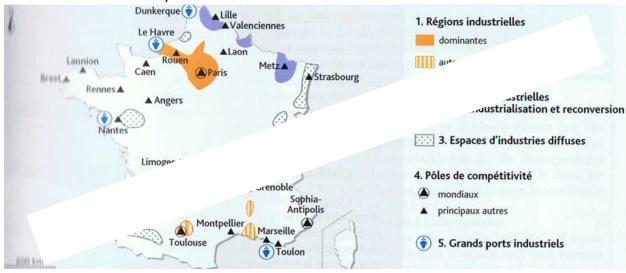
2. <u>Un pôle connecté</u>

- Autoroutes et LGV
 - **★** Aéroports
- Flux d'informations, de capitaux, de marchandises

2. Mise en perspective sur les espaces productifs industriels

PBQ : Quelles sont les dynamiques spatiales en cours dans l'industrie ?

Analyse d'une carte sur les espaces industriels français. Voir livre de géographie de première sous la direction de Rémy Knafou.



- Replacer sur la carte où est situé l'espace industriel étudié.
- Montrer aux élèves que les espaces industriels réagissent différemment à la mondialisation et aux crises, qu'ils développent de nouvelles stratégies, à partir d'un savoir-faire local, que d'autres d'espaces n'arrivent pas à se moderniser.
- Illustrations grâce à des photographies ou des publicités pour illustrer les situations présentes sur la carte. (Textiles innovants dans le Choletais, les micro-puces électroniques à Caen, friches industrielles à Carmaux, ZIP de Dunkerque).
- Etablir une typologie des différents espaces industriels afin de montrer la diversité de situation, les succès et les échecs.

Extraits à choisir dans l'article.

Pierre Beckouche, Félix Damette

Une grille d'analyse globale de l'emploi. Le partage géographique du travail. In: Economie et statistique, N°270, 1993.

La classification sectorielle ne suffit plus

La classification des activités en secteur primaire, secondaire et tertiaire reste certes valide pour opposer le champ à l'usine ou au bureau, ou pour caractériser à très gros traits les économies nationales à travers, par exemple, la part de l'agriculture dans la population active. Dans les autres cas, c'est-à-dire dans la quasi-totalité des cas, elle est trop grossière pour rendre compte des réalités économiques à des niveaux géographiques fins.

Tant que les mutations économiques pouvaient se résumer à la substitution agriculture/industrie, puis à la désindustrialisation, la partition ternaire restait pertinente. Mais dans son acception habituelle, le « secteur tertiaire » ne distingue pas les services aux ménages des services aux entreprises, deux types d'activité pourtant fort différents (Braibant, 1982). Par ailleurs, cette partition traduit mal la multiplication des relations qui se sont établies entre la production et les services aux entreprises. On ne comprend plus l'économie régionale si on ne saisit pas ce qui lie les usines aux transporteurs, le secteur du bâtiment aux sociétés d'intérim, la production agro-alimentaire à la grande distribution, bref ce qui lie la production aux services à la production. Ce qui est vrai des territoires l'est aussi des entreprises. L'interpénétration de la production et des services s'observe dans la diversification des activités des grands groupes industriels où il devient courant de voir se côtoyer des activités industrielles avec des services d'ingénierie, d'informatique ou de gestion de trésorerie.

Pour une approche fonctionnelle

Cette interpénétration se retrouve d'ailleurs au sein même de l'industrie, où se sont développées des fonctions comme la conception, les essais, le contrôle qualité, la logistique, le marketing, la publicité, la communication. La difficulté de caractériser ces activités est telle que l'on a souvent recours à la notion commode, mais paradoxale, de « tertiaire industriel ». Or l'articulation entre les fonctions est devenue un facteur essentiel de la productivité : la compétitivité d'une firme dépend de plus en plus de la rapidité du cycle marketing-conception-fabrication-distribution.

- Montrez que l'utilisation des secteurs d'activités est de plus en plus obsolète. Faites le lien avec l'étude de cas pour justifier votre réponse.