

Séquence	La France dans la mondialisation
<p>Quelles problématiques ?</p>	<p><b>Séquence</b>  <b>La France dans la mondialisation : quels atouts ? Quelles faiblesses ? Quelles réponses ?</b>  <b>(Peut-on résumer la présence française dans le monde au luxe et à la gastronomie ?cf. document d'accroche)</b>  <b>Partie I</b>  Comment la présence française est-elle assurée dans le monde, entre héritages et adaptations ?  <i><b>Etude de cas</b></i>  <b>Quelles relations la France, vieille puissance européenne et mondiale, entretient-elle avec la puissance montante chinoise ?</b>  <b>Partie II</b>  Comment la France est-elle devenue le premier pôle touristique mondial ?  <b>Partie III</b>  Pourquoi Paris, ville mondiale, est-elle au cœur du rayonnement et de l'attraction de la France ?</p>
<p>Quelles démarches, quelles approches ?</p>	<p>Le thème ne comporte pas d'étude de cas obligatoire mais trois « entrées », difficiles à relier autour d'un sujet intégrateur.</p> <p>Les <b>misés en œuvre</b> concernent aussi bien <b>l'échelle locale et régionale</b> (Paris <i>intra-muros</i> et aire urbaine), que <b>nationale</b> (pôle touristique) ou, bien sûr, <b>mondiale</b> (présence française dans le monde). C'est dans cette <b>approche multiscale</b> que réside l'originalité de cette séquence.</p> <p><b>La présence française dans le monde.</b> On aborde ce sujet par une étude de cas sur la France et la Chine dans la mondialisation. Cela permet de <b>reprendre les différents attributs de la présence française</b>, face à <u>La</u> puissance montante, qui ne fait pas partie des zones d'influences françaises traditionnelles. On élargit ensuite à l'échelle mondiale, à partir de cartes et/ou de documents statistiques, qui permettent de <b>mettre l'accent sur les grands indicateurs et marqueurs territoriaux de la présence française dans le monde</b>. Dans cette mise en perspective de l'étude de cas, on revient sur la <b>dimension géopolitique de la présence française</b> (inclus les Drom/Ptom, vus dans la séquence précédente), <b>économique</b> (échanges, FTN), <b>culturelle</b> (francophonie, enseignement supérieur, coopération scientifique...). On montre que cette présence française, soumise aussi à des enjeux budgétaires et à des concurrences sévères, préserve certains héritages, s'adapte sur d'autres points, recule parfois.</p> <p><b>La France, pôle touristique mondial.</b> Cette mise en œuvre est largement reliée au thème II, notamment par l'étude des espaces productifs, des <b>transports (un des atouts majeurs de la France sur le plan touristique)</b>, en abordant également la question des <b>aménagement (durables)</b>. On rappelle les <b>atouts réels et nombreux de la France sur le plan touristique</b>. Le tourisme international en France, largement européen, <b>privilégie certaines destinations</b> (Idf et Paca, Alpes du nord). On montre que, malgré ce classement</p>

	<p>mondial flatteur, <b>la France doit se battre pour attirer toujours plus de touristes</b>, et muscler ses recettes.</p> <p><b>Paris ville mondiale.</b> La ville de Paris est un « hypercentre », qui regroupe en quantité et en qualité toutes les fonctions propres à une <b>ville mondiale, qui est une métropole de rang exceptionnel</b>. Dans ce domaine plus que dans tous les autres, <b>la compétition fait rage</b>, à l'échelle européenne (Londres) mais aussi mondiale (encore les métropoles chinoises). Une étude encadrée du « grand Paris », à partir de sites Internet, montre <b>les grands projets (qui s'inscrivent dans une logique de développement durable), censés renforcer le poids parisien</b>. Un nouveau réseau de transports en communs, basé sur le « supermétro », et connecté aux réseaux déjà existants, renforce <b>la mobilité des personnes, dans le cadre francilien</b>. Un schéma d'organisation spatiale complète l'étude (et remplace une partie de la trace écrite). Ce thème du grand Paris engage des aménagements lourds et pose, plus que tout autre territoire français, de <b>sérieux problèmes de gouvernance</b>, entre communes (de poids très inégal et souvent regroupées), départements, région, et bien sûr Etat.</p>
<b>Quels objectifs ?</b>	<p>Il s'agit de montrer la <b>capacité d'attraction et de rayonnement</b>, que possède encore la France, à l'échelle mondiale, parfois en complément, parfois indépendamment de son intégration à l'Union européenne. La France ne connaît pas de déclin, mais elle <b>recule</b> sur certains points, s'affirme sur d'autres. Elle cherche aussi sa voie entre ses <b>héritages historiques</b>, son <b>attachement à l'UE</b>, et la nécessité de <b>se faire une place dans le monde</b> (et dans ses <b>nouveaux espace moteurs</b>). <b>Paris est clairement perçue comme un atout</b> dans cette compétition mondiale, mais la capitale n'échappe pas à la compétition des territoires. Cette étude permet également d'aborder la <b>perception de la France et des Français à l'étranger</b>. Dans ce domaine, les « clichés » ne manquent pas, parfois entretenus par les Français eux-mêmes.</p>
<b>Quelles pistes de travail ?</b> (activités des élèves)	<p>Etude de cas sur le partenariat franco-chinois dans la mondialisation + mise en perspective</p> <p>Travail critique sur les statistiques du tourisme en France</p> <p>Travail sur plusieurs pages (institutionnelles) internet à partir de consignes.</p>
<b>Quelle durée ?</b>	<p>5 heures pour l'ensemble de la séquence : 2 heures sur la France dans le monde</p> <p>(évaluation en plus)</p> <p>1 heure sur la France pôle touristique mondial</p> <p>2 heures sur Paris ville mondiale</p>
<b>Notions-clés</b> <b>Vocabulaire</b>	<p>rayonnement/attraction, IDE, FTN, Francophonie, expatriés, Françafrique, ZEE, patrimoine immatériel</p> <p>touriste, nuitée, tourisme hors-sol</p> <p>ville mondiale, centre d'impulsion, Grand Paris, gouvernance</p>
<b>Capacités et méthodes</b>	<p>Nommer et localiser un lieu dans un espace géographique/varier les échelles</p> <p>Prélever, hiérarchiser et confronter des informations</p> <p>Cerner le sens général d'un document</p>

	<p>Critiquer des documents Réaliser des schémas/croquis</p>
<p><b>Documents proposés à l'exploitation pédagogique</b> (références précises)</p>	<p>Etude de cas sur le partenariat franco-chinois -Photo de présentation photo Nice Matin, Franck Fernandes (site internet) -Les principaux partenaires commerciaux de la France, Géographie Première, Hatier, 2011 (11 p. 308). -Les Français en Chine <a href="http://www.ambafrance-cn.org/Presence-francaise-en-Chine-les-chiffres.html">http://www.ambafrance-cn.org/Presence-francaise-en-Chine-les-chiffres.html</a> -Carrefour en Chine, Géographie Première, Magnard, 2011 (p. 261). -Le pavillon France à l'expo universelle de Shanghai, <a href="http://www.minefe.gouv.fr/actus/10/100427shangai2010.html">http://www.minefe.gouv.fr/actus/10/100427shangai2010.html</a> -La présence chinoise au Bénin, Géographie Terminale, Hatier, 2008 (p. 205)</p>
<p><b>Indications bibliographiques et sitographiques</b> (références précises)</p>	<p>D. Noin, <i>Le nouvel espace français</i>, Cursus, Armand Colin, 2009. J.-C. Boyer, L. Carroué, J. Gras, A. Le Furs, S. Montagné-Villette <i>La France en 26 régions</i>, Armand colin, 2009. A. Mesplier, P. Bloc-Duraffour, <i>Le tourisme dans le monde</i>, Bréal, 2008. P. Gauchon J.-M. Huissoud (dir), <i>Vive la France quand même !</i>, rapport Anteios, PUF, 2010. N. Baverez, <i>Nouveau monde, Vieille France</i>, Perrin, 2005. Alternatives internationales, mars 2011, n°50, <i>La France a-t-elle encore une influence ?</i> (pp. 32-49) <a href="http://www.defense-92.com/lesprojets.html">www.defense-92.com/lesprojets.html</a>  <a href="http://www.francophonie.org">www.francophonie.org</a>  <a href="http://www.iaurif.org">www.iaurif.org</a>  <a href="http://www.mongrandparis.fr">www.mongrandparis.fr</a></p>

Séquence proposée par Alexis PERNEY (Lycée Lumière, LUXEUIL LES BAINS) ; schémas proposés par Maud LEREIN (Lycée du Pré Saint Sauveur, SAINT CLAUDE).