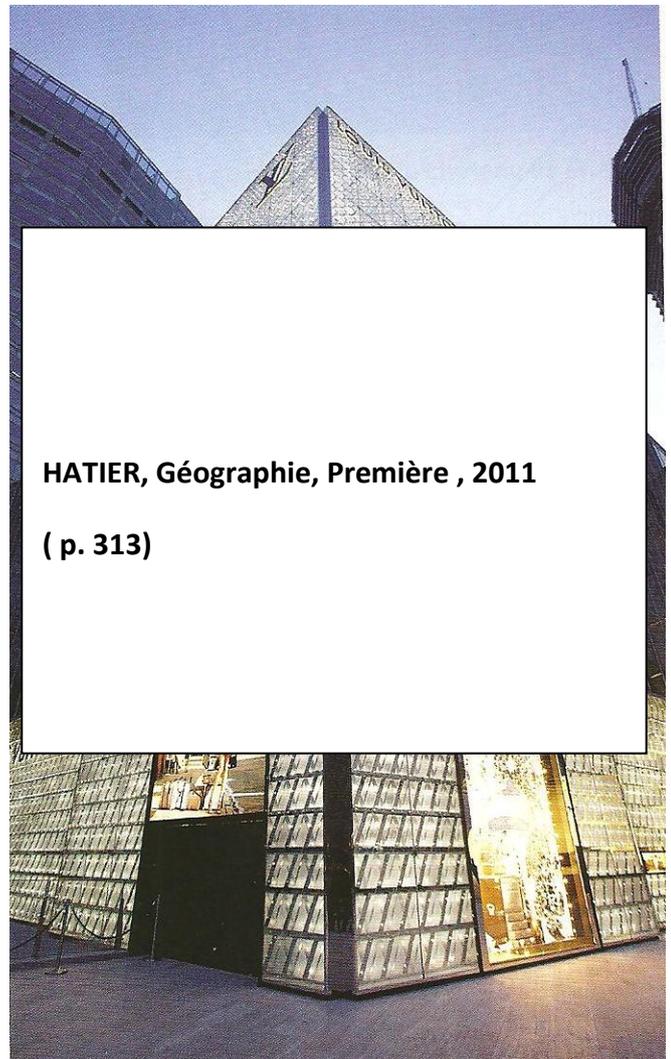


La France dans la mondialisation

Une boutique Louis Vuitton, symbole du « luxe français » à Shanghai.

Peut-on résumer l'influence de la France dans le monde au luxe et à la gastronomie ?

La France est la cinquième puissance mondiale en 2011, selon les deux grands indicateurs économique (PNB, commerce extérieur/marchandises), mais seconde pour l'émission et troisième pour l'accueil d'IDE, première comme pôle de tourisme mondial. Un pays plutôt tiède voire hostile à la mondialisation, qui est pourtant très intégré à l'économie et aux flux mondiaux...



I. La présence française dans le monde

Comment la présence française est-elle assurée dans le monde, entre héritages et adaptations ?

A. Etude de cas : Le partenariat franco-chinois dans la mondialisation



Document de présentation

Le président Sarkozy et le président Hu Jintao lors du sommet franco-chinois de Nice en nov. 2010

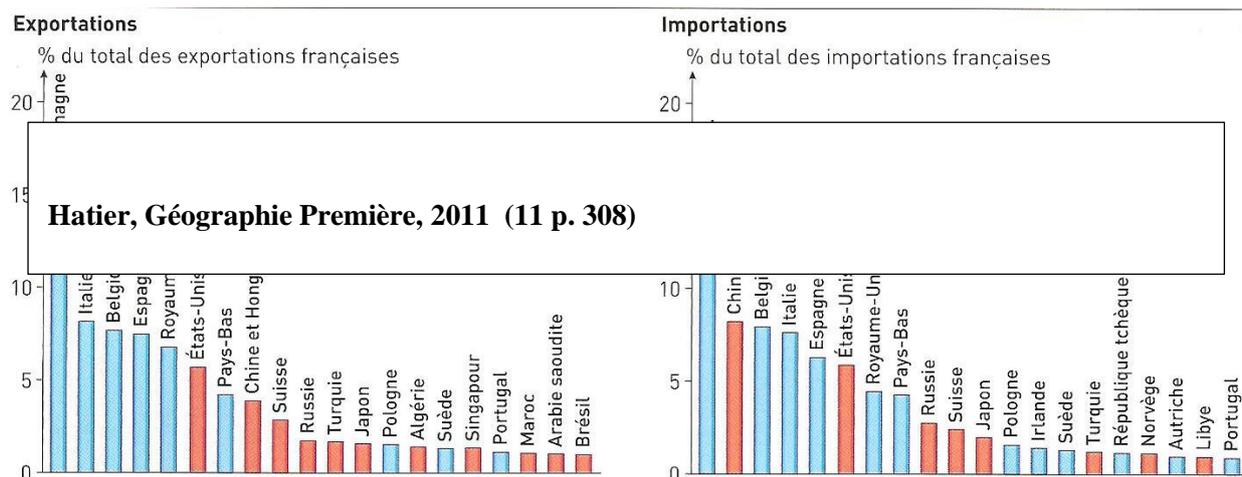
Les deux hommes se rencontrent encore à Pékin en mars 2011, puis à Cannes, lors du sommet du G20 présidé par la France.

Où se situe la Chine aujourd'hui dans la hiérarchie mondiale ?

Quelles relations la France, vieille puissance européenne et mondiale, entretient-elle avec la puissance montante chinoise ?

1. Les principaux partenaires commerciaux de la France en 2010

Chiffres 2010 (en milliards d'Euros) : Exportations=389/Importations=446,3



2. Les expatriés français en Chine*

Les Français en Chine : 24400 Français inscrits

La communauté française en Chine compte 24 400 personnes en août 2009, auxquelles s'ajoutent plus de 7 000 Français non-inscrits. La Chine représente la **2ème destination d'expatriation des Français en Asie – Océanie**, loin derrière l'Australie mais devant l'Inde et le Japon.

Répartition de la communauté française en Chine

	Inscrits auprès du Consulat	Estimation des non-inscrits
Hong-Kong	8071	entre 2000 et 3000
Shanghai	8312	entre 2000 et 3000

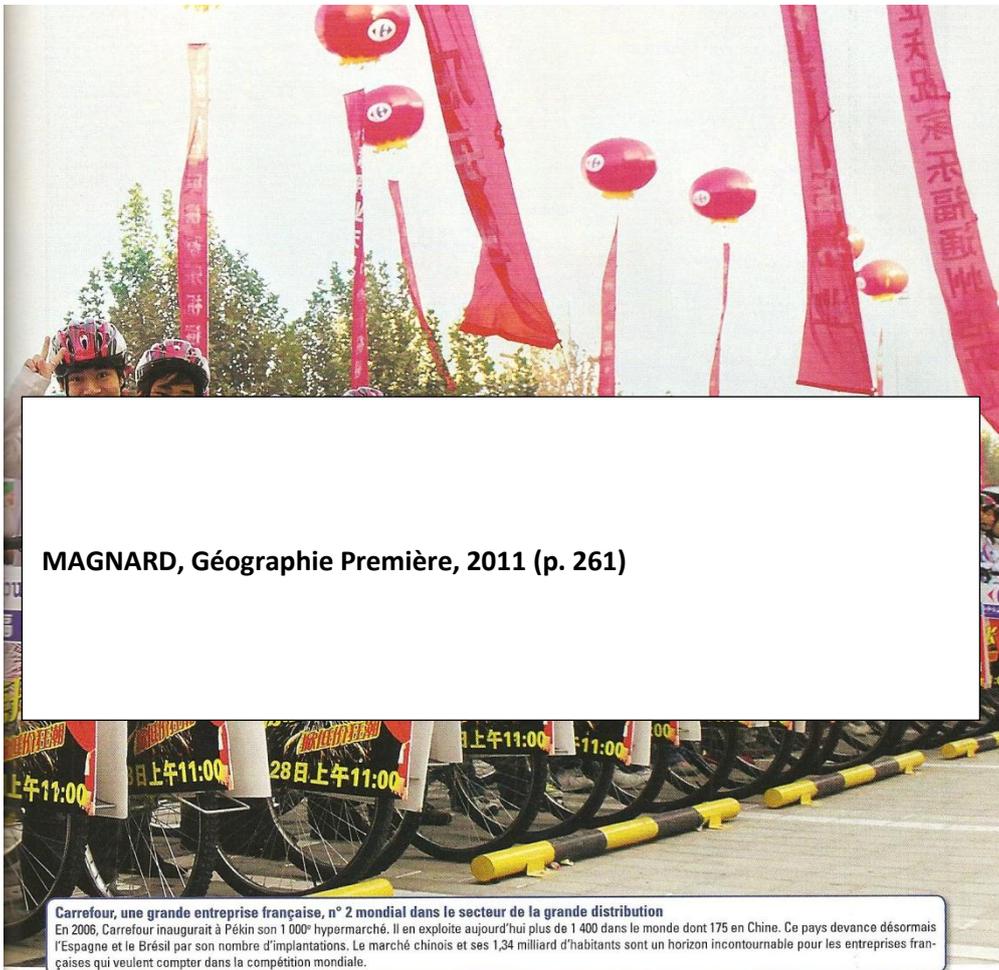
<http://www.ambafrance-cn.org/Presence-francaise-en-Chine-les-chiffres.html>

Shenyang	212	200
Wuhan	716	300

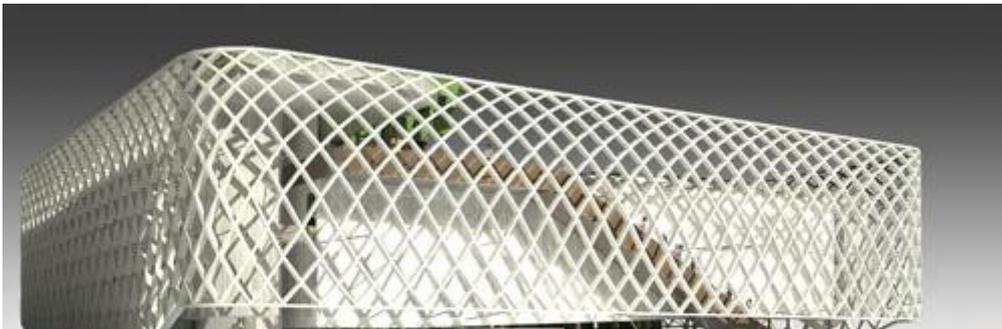
Pékin accueille la 3ème communauté française en Chine derrière Hong Kong et Shanghai. Les 3 circonscriptions consulaires abritent 87% des Français établis en Chine.

*De 2010 à 2011, la progression du nombre de Français hors de France a été de 6% en moyenne, 11,4 % pour la Chine.

3. Carrefour fête l'ouverture du 1000^e hypermarché (chiffre mondial) à Pékin en 2006



4. Le Pavillon France de l'exposition universelle de Shanghai 2010, une « vitrine » à 50 millions d'Euros.



<http://www.minefe.gouv.fr/actus/10/100427shangai2010.html>

termes de l'architecte, le prototype d'une « ville sensuelle », mélange de nature, d'innovations techniques et de plaisir de vivre en ville.

Ce pavillon sera le lieu d'une programmation culturelle sans précédent : pour la première fois, des chefs d'oeuvre des musées d'Orsay, Rodin et des Arts décoratifs, seront présentés en Chine. Des manifestations dans le domaine de la danse, des arts plastiques, du cinéma, du théâtre et de la musique, seront organisées. En particulier, une

fête de la musique animera les rues de Shanghai et le quartier de l'exposition universelle les 20 et 21 juin. Le « Pavillon des Sens » sera aussi celui des savoirs avec l'organisation de colloques universitaires, de rencontres

nombreuses PME et plusieurs grandes entreprises françaises ont choisi d'être les mécènes privilégiés de cet événement : Lafarge, LVMH, Sanofi-Aventis, Michelin, Dassault Systèmes, EDF, GDF Suez, l'Oréal Chine, PSA Peugeot Citroën, Bouygues.

(1) Le pavillon France a été visité, au final, par dix millions de personnes.

5. Le centre culturel chinois de Cotonou au Bénin, un ancien territoire de L'AOF.



Questions.

- Que représente la Chine dans le **commerce extérieur** français avec/sans les pays européens ? Les échanges franco-chinois sont-ils équilibrés ?
- Quels sont les espaces attractifs en Chine pour les **expatriés** français ? Qui sont-ils ? Montrez que la Chine est une destination recherchée pour les Français.
- Quels sont les enjeux de la présence des **entreprises** françaises dans ce pays? Montrez qu'il ne s'agit pas de n'importe quelle entreprise !
- Montrez que cette « vitrine » de la France cherche à mettre en valeur la **culture** et le **savoir-faire** français. Quelles branches d'activités sont citées dans le texte ?
- Que nous apprend ce document sur l'influence de la France dans ses anciennes colonies d'Afrique noire ?

Pistes de réponses à la problématique de l'étude de cas

Dans une France, qui reste très tournée vers l'UE (ce que rappelle le document 1 sur le commerce extérieur), on ressent très fortement la volonté de cultiver un véritable partenariat avec la-désormais-deuxième puissance mondiale. La Chine est devenue un client, mais surtout un fournisseur incontournable. Elle est au cœur d'initiatives variées, parmi lesquelles on retrouve la forte présence française à l'exposition universelle de Shanghai. Ces initiatives portent bien sûr sur le plan culturel, mais elles concernent également l'économie, car le marché chinois, considérable et en croissance continue, laisse plus d'une entreprise française rêveuse, y compris les grosses FTN comme Carrefour. Elles expliquent la présence d'une communauté d'expatriés, qui n'est pas considérable, mais la première d'Asie, et en progrès rapide. Les Chinois, eux-mêmes de plus en plus présents en France (touristes, étudiants, immigrants), apprécient la culture française, mais cela ne les empêche pas de concurrencer la France dans son ancien « pré-carré » d'Afrique noire.

B Les différentes formes de la présence française dans le monde (mise en perspective)

Le travail se fait essentiellement à partir de cartes (planisphères), ce qui permet de renforcer l'approche spatiale des phénomènes étudiés. Dans tous les domaines, on rencontre des limites et des freins à la présence française mondiale.

*La dimension géopolitique

l'héritage de l'ancien empire colonial. La deuxième ZEE au monde. Une présence militaire « permanente » en recul et en restructuration.

Un poids international réel (G8/G20, force de frappe, membre du conseil de sécurité, 2^e réseau d'ambassades au monde...) Un pays « interventionniste » avec l'ONU, avec l'OTAN, en son nom propre (Centrafrique, Tchad, Côte d'Ivoire).

*La dimension économique. Une influence centrée sur l'Europe (sur l'UE) plus que sur le monde. Le deuxième émetteur d'IDE dans le monde. De grosses FTN

*La dimension culturelle (le « soft power » qui permet de renforcer son influence de manière moins frontale, que par l'économie ou la diplomatie)

La Francophonie (OIF, médias francophones, l'Alliance française), les nouvelles formes de coopération culturelles et universitaires. La valorisation du « patrimoine immatériel ».

La France reste un pays attractif pour les IDE, pour l'immigration internationale, mais avant tout pour les touristes étrangers.

II. La France premier pôle touristique mondial

Comment la France est-elle devenue le premier pôle touristique mondial ?

*Une première place mondiale justifiée

Par son patrimoine rare, par sa richesse culturelle et naturelle...qu'il faut croiser avec un tourisme ancien, des aménagements précoces et une bonne desserte à toutes les échelles (nationale, continentale, mondiale)

*Une première place à relativiser et à consolider

Le décalage entrées/recettes. Le poids de Paris et de certaines autres régions touristiques (phénomène accentué sur le plan international). Une clientèle volatile. Une image « figée » de la France (et des Français)

Le besoin de se faire connaître à l'échelle mondiale, d'attirer une nouvelle clientèle (russe ou chinoise), d'entretenir (plus que de renouveler ?) une certaine image de la France.

Ce besoin se fait sentir à Paris même, qui est pourtant une destination touristique privilégiée (deuxième ville européenne pour l'accueil des touristes après Londres).

III. Paris, ville mondiale

Pourquoi Paris est-elle au cœur du rayonnement et de l'attraction de la France ?

*Le cœur parisien (Paris intra-muros et Défense)/Une « ville mondiale » soumise à la compétition mondiale.

*Le Grand Paris au XXI^e siècle

Site Internet www.mongrandparis.fr → les territoires de développement → carte interactive

→ les grands projets → transports (inclus la carte « réseau Grand Paris

Express »)

Travail sur la hiérarchie et sur la typologie des sites retenus comme territoires de projet, en s'appuyant sur les connaissances acquises dans les études précédentes (métropole, territoires d'innovation, Roissy...)

Etude du nouveau réseau de transports en communs interconnecté avec « l'ancien » (lui-même complété).

Ces deux points permettent d'évoquer la question de la gouvernance d'un tel espace. Les compétences se chevauchent et les enjeux ne sont pas forcément les mêmes, des communes et groupements de communes à l'Etat.

Complément sur les grands projets d'urbanisme de la Défense, qui visent à modifier la « skyline » de Paris.

<http://www.defense-92.com/lesprojets.html>

Eléments de conclusion

La France est un pays dont les atouts sont indéniables dans la compétition mondiale, toujours plus forte et plus déstabilisante, pour ses habitants (et pour les Européens). L'attraction touristique et la reconnaissance de Paris constituent sans doute les manifestations les plus remarquables de la présence française dans le monde. On sent également dans ce pays un décalage entre l'image véhiculée (et perçue) à l'étranger, et sa modernisation indiscutable (comme si la France s'était développée « en catimini »).

Analyse d'un ou deux documents de Géographie (1h)

Paris, pôle touristique mondial.

1 A l'est de Paris, Disney et la France signent à nouveau pour 20 ans

« L'avenir se dégage pour Eurodisney à l'est de l'Ile-de-France. La marque internationale de loisirs, qui possède déjà deux parcs thématiques à Marne-la-Vallée, une zone située à 25 km. A l'est de Paris, vient de signer mardi une convention avec l'Etat qui prolonge jusqu'en 2030 la première convention signée en 1987.

Ces deux textes régissent, pour 20 ans encore, les relations entre Mickey, l'Etat et les collectivités territoriales; Eurodisney étant le seul exemple d'entreprise privée a qui la France a concédé la charge d'aménager un territoire.[...]Après deux parcs et une ville

Article du Parisien daté du 14 septembre 2010 dans

BELIN, Géographie Première, 2011 (1 p. 167)

Pourtant Eurodisney est à la peine et affichait au premier semestre une perte nette de 95,2 millions d'euros. En cause : les baisses cumulées des visiteurs , des taux d'occupation dans les hôtels, et des dépenses moyennes sur place. Même si la tendance s'est inversée au troisième trimestre, le chiffre d'affaire du parc reste sur neuf mois inférieur à celui de la période précédente. Depuis leur ouverture, les parcs eurodisney ont accueilli plus de 215 millions de visiteurs et le site est devenu le cinquième pôle hôtelier de France. »

Le Parisien, 14 septembre 2010

2 Page Internet destinée au public japonais (agence Atout France créée en 2009)

FranceGuide
フランス観光開発機構オフィシャルサイト

旅のプランを組み立てる テーマ別の旅 基本情報 エリア別紹介 イベント情報 日本で楽しむフランス

フランス観光開発機構ウェブサイトへようこそ

HACHETTE Education, Géographie Première, 2011 (1 p. 361)

La France so sweet
フランスでは毎日がバレンタインデー!

Montrez en quoi ces deux documents rendent compte de stratégies différentes pour maintenir Paris dans le peloton de tête des destinations touristiques mondiales.