

Le point sur le programme

Le thème 4 de géographie, « La France et ses régions dans l'Union européenne et dans la mondialisation » est le thème conclusif du programme de Terminale. Doivent lui être consacrées 6 à 8 heures, soit environ la moitié du temps imparti aux autres thèmes. Ce thème porte spécifiquement sur la France et propose d'analyser l'insertion de ses territoires aux échelles continentale (dans l'Union européenne) et mondiale (dans les réseaux et les flux de la mondialisation). Il s'agit ici de mobiliser de manière transversale les connaissances acquises au fil des questions spécifiques sur la France et de les mettre en perspective.

Le thème conclusif doit permettre d'aborder l'ensemble des notions du programme de Terminale, au premier rang desquelles la mondialisation, thématique centrale. Étudier l'insertion de la France et de ses régions dans l'Union européenne et dans la mondialisation revient à mobiliser la notion d'acteurs (publics et privés) à travers leur diversité et leurs échelons, ainsi que les notions d'attractivité et de compétitivité des territoires par rapport à d'autres et dans le cadre des échanges mondiaux. Le cadre de l'Union européenne est aussi celui qui permet de parler de l'intégration tant politique qu'économique des territoires à un ensemble supranational, tout en mettant en avant l'importance des dynamiques transfrontalières. Enfin, l'aménagement des territoires est une clé de lecture centrale, qui suppose d'envisager les mutations des territoires à travers la métropolisation et la littoralisation, mais aussi à travers la constitution d'espaces productifs spécifiques et intégrés aux réseaux mondiaux.

L'étude de la région dans laquelle se situe le lycée permet à la fois d'appliquer les outils et les notions à un territoire de proximité et de le situer dans un contexte européen et mondial (dans une démarche multiscale), en en mesurant l'attractivité, en étudiant son insertion dans les réseaux mondiaux et en identifiant les recompositions territoriales. Ce sont ces démarches qui ouvrent le thème. Il est ensuite divisé en deux grands axes problématiques : le premier porte sur les lignes de force du territoire français, et le second sur les recompositions des territoires dans le double cadre de l'Union européenne et de la mondialisation.

pp. 248-249 Photographie d'ouverture

L'usine Smart d'Hambach en Moselle a été ouverte en 1998 pour produire la petite voiture créée par Swatch et Mercedes-Benz. L'ouverture de l'usine est une opportunité importante pour une région fortement touchée par la crise industrielle et en quête de reconversion. La photographie montre la cérémonie qui célèbre les 20 ans de l'usine, en 2018. On peut y remarquer notamment :

- La présence d'acteurs, dont on peut supposer qu'ils sont des acteurs privés, responsables du groupe automobile ;
- La mise en scène d'un planisphère montrant l'ensemble des implantations de Smart, complété par les drapeaux des pays concernés, pays majoritairement européens.

La photographie permet donc de faire le lien entre territoire local (l'usine d'Hambach) et régional (la reconversion industrielle en Moselle) d'une part, et intégration européenne et mondiale d'autre part. Il faut noter que cette célébration des 20 ans de l'usine intervient un an avant que Smart n'annonce la délocalisation de ses activités en Chine et la fermeture du site français d'ici 2024.

pp. 250-251 La France : repères de 2^{de}**L'essentiel du programme de 2^{de}**

Le tableau présente de manière synthétique l'essentiel des notions, problématiques et repères spatiaux abordés dans chacune des trois questions spécifiques sur la France en 2^{de}. L'objectif est de permettre aux élèves d'orienter efficacement leurs révisions en se réappropriant ces points clés, et en les révisant à l'aide des exercices qui suivent.

Vérifier ses connaissances**1 Tester ses connaissances sur les grandes questions.**

1. Faux. La France est dépendante de ses importations en hydrocarbures.
2. Vrai.
3. Faux. L'accroissement naturel est positif, mais il est faible (de l'ordre de 0,3 % par an).
4. Vrai.

5. Vrai.

6. Faux. Elles augmentent tendancielllement.

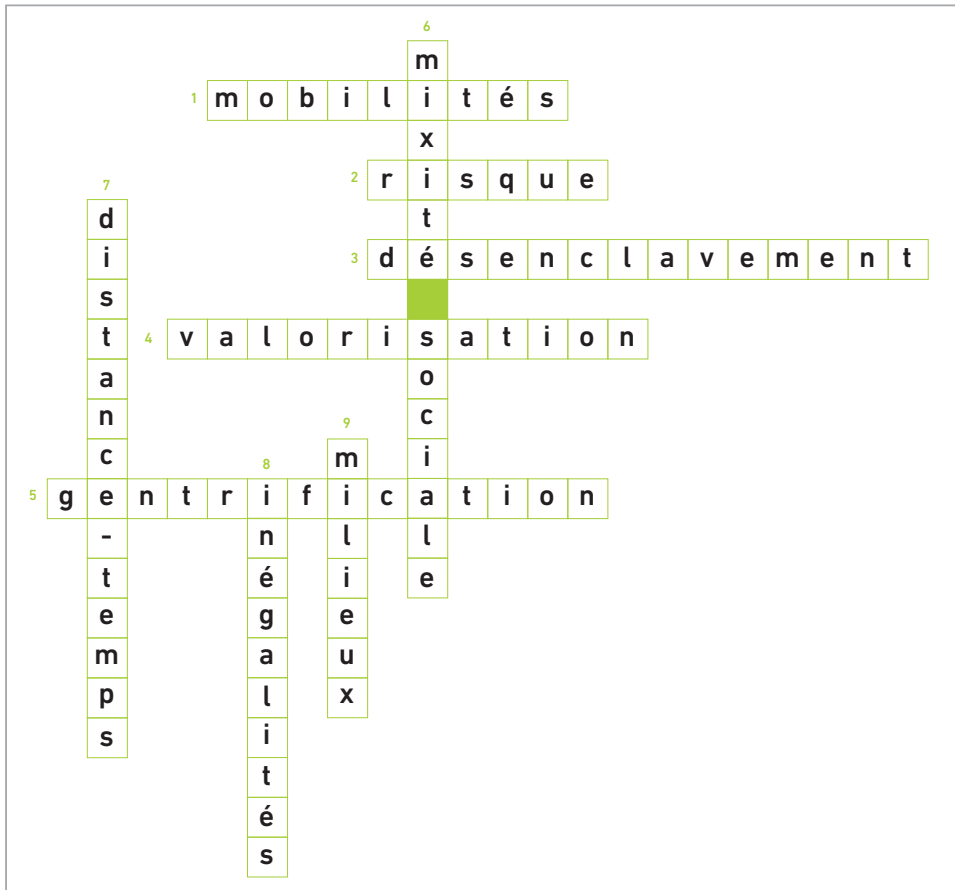
7. Vrai. Ce sont des milieux fragiles qui subissent d'importantes pressions démographiques et en termes d'activités.

8. Faux. Les espaces ruraux sont les territoires les plus vieillissants, les grandes agglomérations sont plutôt « jeunes ».

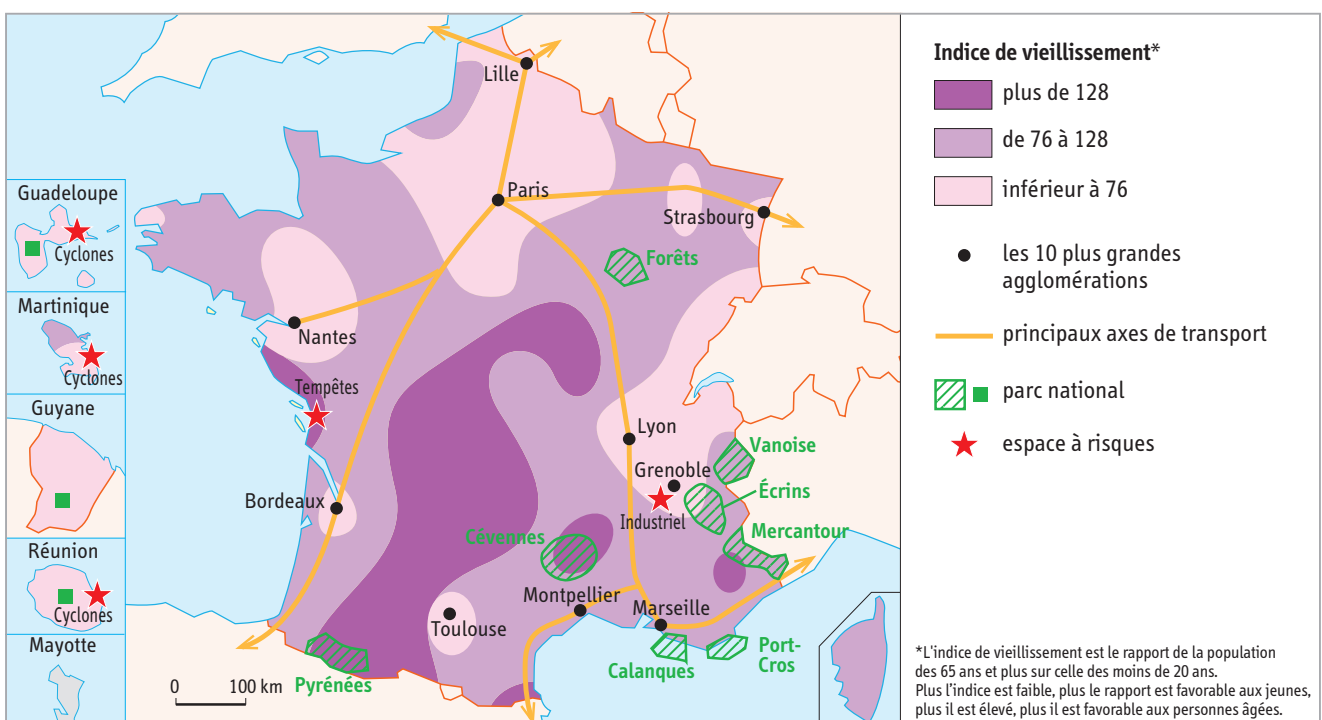
9. Vrai.

10. Vrai.

2 Réviser les principales notions



3 Localiser les grands repères spatiaux



L'essentiel du programme de 1^{re}

Le tableau présente de manière synthétique l'essentiel des notions, problématiques et repères spatiaux abordés dans chacune des trois questions spécifiques sur la France en 1^{re}. L'objectif est de permettre aux élèves d'orienter efficacement leurs révisions en se réappropriant ces points clés, et en les révisant à l'aide des exercices qui suivent.

Vérifier ses connaissances

1 Rédiger un texte avec les notions du programme

I. Les dynamiques importantes du territoire français

Les territoires français connaissent des dynamiques importantes qui sont liées aux évolutions des **systèmes productifs**. Ils connaissent deux dynamiques principales : la **littoralisation** et la **métropolisation**. En effet, les espaces littoraux et les principales villes concentrent la population et les activités. Cela se traduit, pour les villes, par un processus de **périurbanisation**.

D'autres espaces sont moins dynamiques. C'est le cas des anciennes régions industrielles en **reconversion**, mais également de certains **espaces ruraux**, peu denses et marqués par l'agriculture extensive. Néanmoins, d'autres **espaces ruraux**, intensifs, sont bien insérés dans la mondialisation.

II. Des dynamiques ancrées dans un double contexte

Ces dynamiques sont d'abord ancrées dans le contexte

de l'intégration à l'**Union européenne**, qui se traduit par des évolutions des **systèmes productifs**. Ils sont en effet davantage intégrés, avec la participation d'entreprises de plusieurs pays dans des projets industriels, mais peuvent aussi s'étendre sur des territoires transfrontaliers.

Plus largement, les dynamiques territoriales s'inscrivent dans le cadre de la **mondialisation**. Ce sont le fonctionnement des économies en réseau et l'intensification des flux qui expliquent la **littoralisation** et la **métropolisation** des activités, ainsi que les **recompositions** liées aux délocalisations des activités à faible valeur ajoutée et à la spécialisation dans les activités à haute valeur ajoutée.

III. Des recompositions accentuées ou tempérées par les acteurs ?

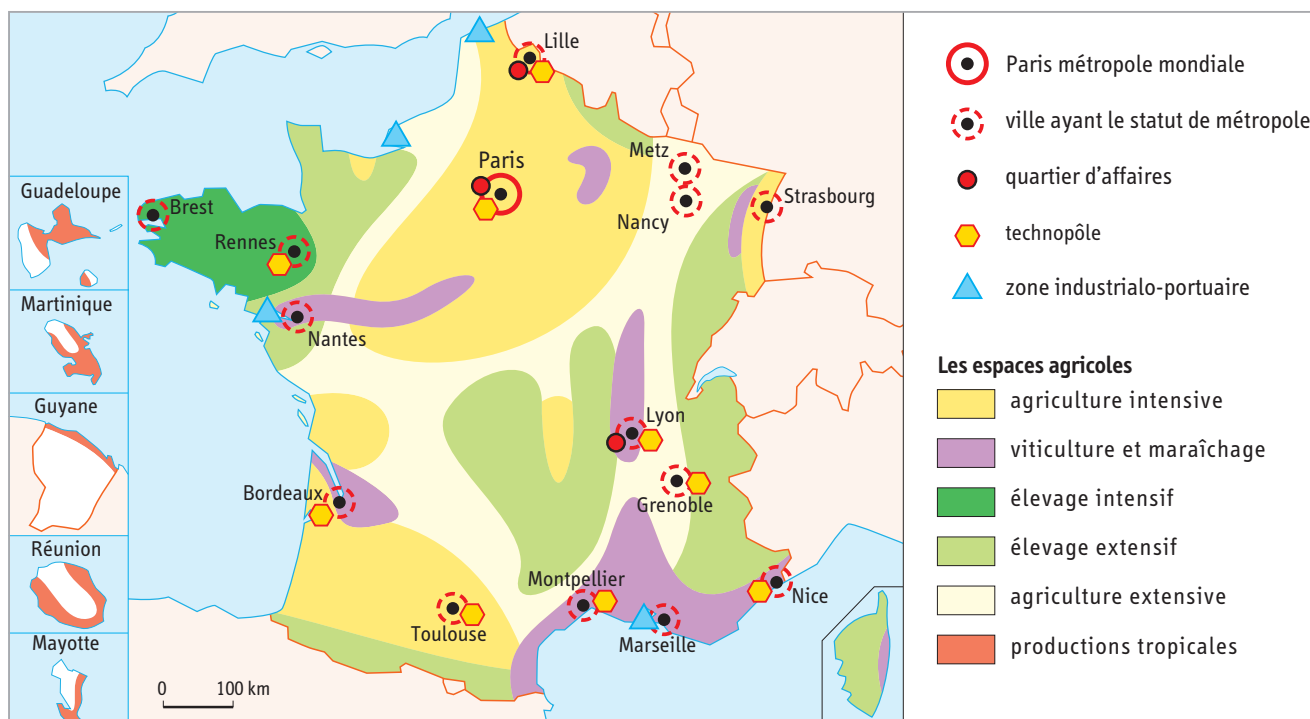
Ces **recompositions** sont accompagnées par les **politiques d'aménagement des territoires** qui, en organisant les territoires, cherchent à promouvoir leur attractivité et leur **compétitivité**, notamment en mettant à disposition des infrastructures de communication et en mettant en œuvre des politiques destinées à favoriser l'implantation d'activités.

Les **acteurs publics** sont au centre de ces politiques, à tous les échelons administratifs du territoire français, mais les **acteurs privés** (entreprises notamment) sont aussi très importants. C'est par l'interaction entre ces deux types d'acteurs que les dynamiques territoriales se construisent.

2 Réviser les principales notions

A : 4 ; B : 5 ; C : 9 ; D : 7 ; E : 1 ; F : 6 ; G : 8 ; H : 2 ; I : 3.

3 Localiser les grands repères spatiaux



pp. 254-255 DÉMARCHE

Mesurer l'attractivité de ma région

L'étude de la région du lycée dans une démarche prospective peut passer par l'analyse de son attractivité, c'est-à-dire de sa capacité à attirer de nouvelles activités et de nouveaux habitants. L'objectif est de comprendre que l'attractivité d'une région est essentielle à son intégration dans les flux européens et mondiaux, mais qu'elle est aussi inégale d'un espace à l'autre et aux différentes échelles.

Réponses aux questions p. 254

1.

Attractivité démographique	Attractivité économique	Dont attractivité touristique
– nombre de résidences secondaires – croissance démographique	– nombre de créations d'entreprises – aides à l'installation d'entreprises	– nuitées hôtelières – fréquentation des musées

2. Parmi les éléments qui peuvent être facilement repérés par les élèves sur les sites des régions, il y a :

- Des publications relevant de la publicité ou du marketing territorial
- La mise en valeur des activités de pointe, des *clusters*...
- Les politiques publiques destinées à attirer des entreprises
- Des équipements d'accueil des populations les plus jeunes (résidences universitaires par exemple) ou les plus âgées (résidences de services par exemple...)
- L'insistance sur l'excellence des services aux personnes (hôpitaux, universités...).

3. Les élèves peuvent ici relever notamment les acteurs impliqués, le public visé, les territoires concernés (et les échelles auxquelles les acteurs agissent). Ils peuvent aussi faire preuve d'esprit critique en relevant les éléments publicitaires et, à l'inverse, les éléments occultés par les articles.

4. Les élèves pourront repérer les objectifs de la région en matière d'attractivité (public ou activités visés, objectifs de reconversion ou de développement, territoires concernés) et les présenter en s'appuyant sur un diaporama contenant les chiffres-clés et quelques images, mais avec très peu de notes idéalement.

Réponses aux questions p. 255

Indicateur	Type(s) de représentation possible(s)
Évolution des IDE	1 ; 3 ; 5 ; 6
Fréquentation touristique	1 ; 2 ; 4 ; 5
Croissance migratoire	1 ; 5

Concentration de sièges sociaux	5 ; 6
Nombre de résidences secondaires	1 ; 6

pp. 254-255 Application

Mesurer l'attractivité de la Bretagne

Réponses aux questions p. 257

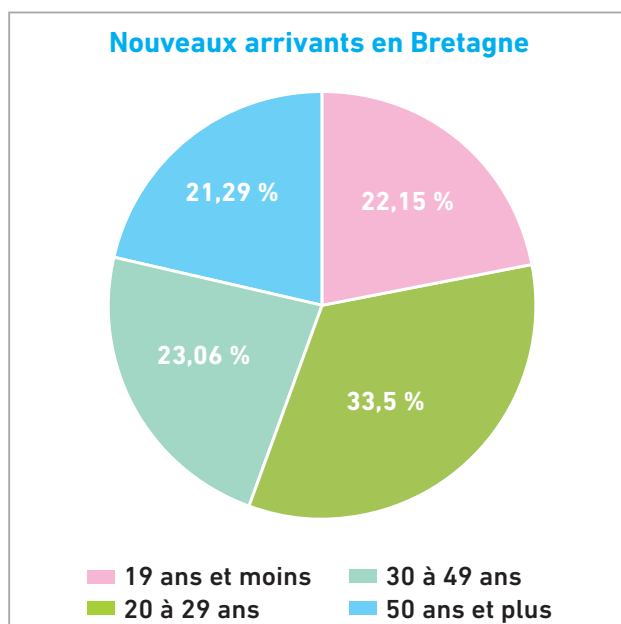
Étape 1

1. L'attractivité est la capacité d'un territoire à attirer des activités économiques ou de nouveaux habitants. Elle peut être mesurée par les indicateurs suivants :

- Solde migratoire (doc. 1)
- Évolution du nombre d'emplois (doc. 2)
- Type d'activités et type d'emplois (doc. 3 et 6)
- Attractivité touristique (doc. 4 et 5)

Étape 2

2.



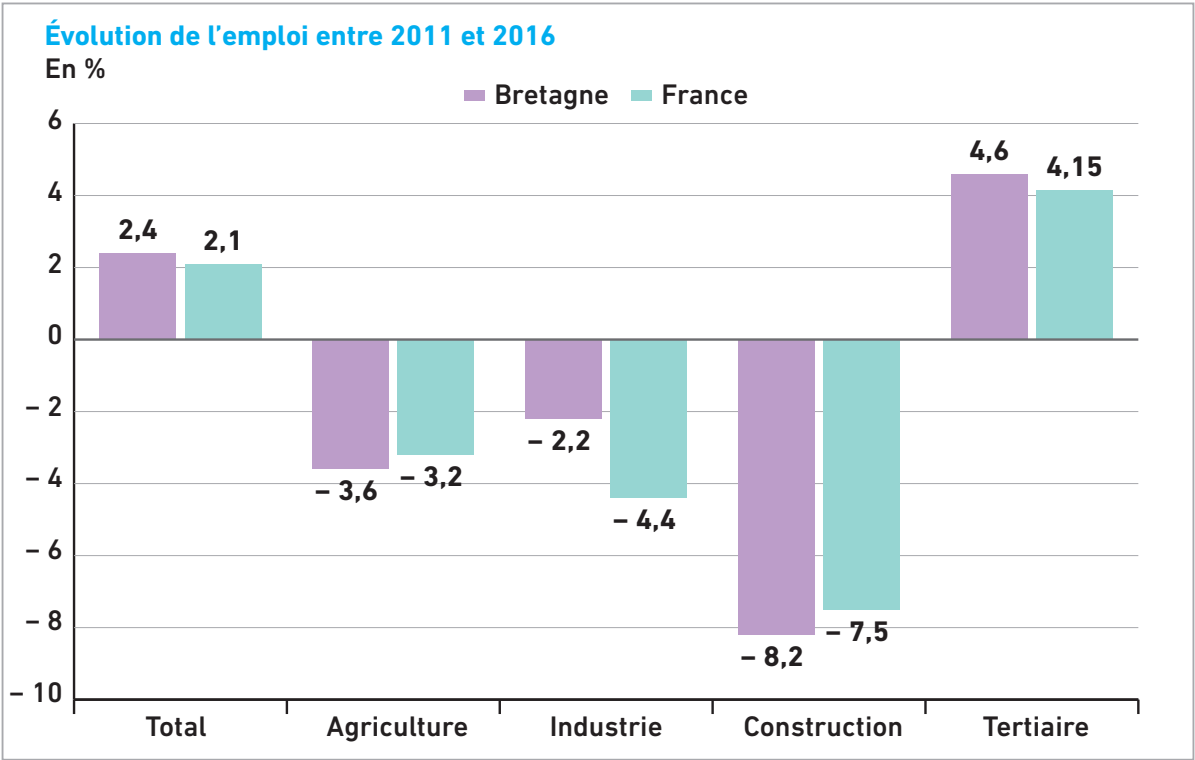
Les nouveaux arrivants en Bretagne sont majoritairement des jeunes entre 20 et 30 ans (ils représentent le tiers de l'effectif), mais c'est aussi cette catégorie d'âge qui représente la plus grande partie des départs, et le solde migratoire de la catégorie d'âge est le seul négatif. C'est la catégorie des inactifs (enfants et surtout retraités) qui connaît la plus forte croissance avec 8,7%. Ils viennent surtout d'Île-de-France, mais aussi, plus largement, de presque toutes les régions de France à l'exception de l'Occitanie.

Au bilan, le taux d'accroissement migratoire est de 5%, et il est nourri essentiellement par des inactifs, retraités qui reviennent vers leur région d'origine ou qui cherchent en Bretagne un cadre de vie attractif pour la retraite. De nombreux jeunes actifs rejoignent également la Bretagne, un tiers d'entre eux y étant nés et y revenant après

leurs études (les étudiants constituent la seule catégorie à enregistrer significativement plus de départs que d'arrivées). Du point de vue spatial, plus de la moitié des arrivants s'installent en bord de mer.

3. En Bretagne, l'emploi a augmenté de 2,4 % entre 2011 et 2016. Cette augmentation est légèrement supérieure à

la moyenne nationale (2,1 %). Elle est portée par l'accroissement de l'emploi tertiaire (+4,6 %), comme dans le reste du pays, et servie par une diminution de l'emploi industriel deux fois moindre que dans l'ensemble de la France (−2,2 % contre −4,4 %). Les secteurs de la construction et de l'agriculture, en revanche, reculent plus rapidement.



4. L’affiche du document 3 vise à attirer des actifs en Bretagne dans tous les domaines économiques, mais en particulier dans le domaine industriel (grands groupes) et des hautes technologies (start-up). Elle présente une image dynamique du marché de l’emploi (40 000 offres d’emploi). Elle met en scène la qualité de vie que la Bretagne peut offrir à de jeunes actifs, avec un arrière-plan qui suggère la fête (apéritif et tente en arrière-plan). Cela s’explique par le fait que la Bretagne connaît un déficit migratoire dans la catégorie des 20-30 ans, mais un marché de l’emploi plus dynamique que la moyenne nationale.

5. La Bretagne peut être considérée comme une région très attractive en termes de tourisme balnéaire,

puisque’elle est la 2^e région de France dans ce domaine, avec près de 20 % des nuitées. Elle est également la 5^e région touristique dans l’ensemble. Toutefois, elle n’est qu’en milieu de classement en ce qui concerne les voyages des Français et les courts séjours.

La campagne du document 4 est en anglais et vise par conséquent un public plutôt international et sans doute spécifiquement britannique. Il s’agit de promouvoir l’attractivité de la Bretagne à l’échelle européenne, en mettant en avant son principal atout : le littoral.

6. Pour renforcer l’attractivité économique de la Bretagne, les politiques mises en œuvre associent acteurs publics et privés et visent des champs d’action diversifiés dans les domaines de l’industrie et du tourisme.

	Politique industrielle	Politique touristique
Les acteurs	services de l’État représentants du monde économique et consulaire acteurs de l’innovation et de l’accompagnement des entreprises EPCI	tour-opérateurs tourisme Bretagne
Les actions	offres de formation politiques de recrutement plans de déplacement services aux personnes	publicité études sur la fréquentation
Le public visé	entreprises actifs extérieurs à la Bretagne et actifs bretons	public national public étranger (britannique par ex.)

Étudier l'insertion de ma région dans les réseaux de transport

L'étude de la région du lycée dans le contexte de l'Union européenne et de la mondialisation doit passer par l'analyse de son insertion dans les réseaux de transport, c'est-à-dire par l'analyse de la desserte du territoire régional à différentes échelles. L'objectif est d'identifier les équipements et aménagements qui permettent l'insertion de la région dans les flux de biens et de personnes, et de montrer que cette insertion est inégale.

Réponses aux questions p. 258

Une gare ou un aéroport, en tant qu'équipements ponctuels et locaux, peuvent constituer un élément-clé des réseaux de transport à toutes les échelles. On peut prendre l'exemple de la gare TGV de Lyon-Saint-Exupéry :

– À l'échelle de l'agglomération, elle constitue un point d'entrée important du territoire et elle est reliée au centre de Lyon par le tramway.

– À l'échelle nationale, elle est l'une des gares qui relient Lyon à Paris en 2 heures et Lyon à Marseille en 1 heure par le TGV. Elle est également bien reliée au réseau autoroutier.

– À l'échelle européenne et internationale, elle permet des dessertes en TGV vers l'Italie, la Suisse, l'Allemagne... mais aussi une connexion avec l'aéroport de Lyon-Saint-Exupéry, avec lequel elle fonctionne de manière intermodale.

Une gare peut donc, grâce à l'intermodalité, être un élément-clé du réseau à plusieurs échelles.

Activités p. 259

1. 1 : a ; 2 : b ; 3 : c ; 4 : i ; 5 : d ; 6 : e ; 7 : f ; 8 : h ; 9 : g.

2. On peut rendre compte des différences de fréquentation entre deux gares en faisant varier la taille du figuré ponctuel. Entre deux lignes de transport de même nature, il est possible de faire varier l'épaisseur du trait. Dans les deux cas, les figurés doivent être proportionnels à la fréquentation ou ajustés aux fourchettes de fréquentation définies en légende.

3. Les items présentés ainsi que les figurés choisis pour la région Grand-Est dans l'exemple peuvent être transposés pour les autres régions choisies.

pp. 260-261 Application

Étudier l'insertion de la Région Sud dans les réseaux de transport

Réponses aux questions p. 261

Étape 1

1. L'insertion dans un réseau de transport est le fait, pour une région, d'être desservie par un réseau qui la tra-

verse, mais la relie aussi à l'espace national, européen ou mondial, grâce à des gares, autoroutes ou aéroports par exemple.

Les modes de transport évoqués dans les documents sont :

– Le mode routier (autoroutes et routes, réseau de bus) dans les doc. 1 et 2

– Le mode ferroviaire (LGV et réseaux régionaux) dans les doc. 1, 2, 3 et 4

– Le mode maritime (ports) dans le doc. 1

– Le mode aérien (aéroports) dans le doc. 1.

2. Mode routier : plusieurs autoroutes vers le reste de la France et les pays voisins.

Mode ferroviaire : LGV vers Paris, vers l'Italie et vers l'Occitanie (et l'Espagne) ; gares TGV.

Mode maritime : 1^{er} port de marchandises et 1^{er} port croisiériste de France à Marseille.

Mode aérien : 3^e (Nice) et 6^e (Marseille) aéroports de France, avec des liaisons internationales.

3. Le site www.maregionsud.fr permet, dans la rubrique « Transports », de trouver des informations sur l'ensemble des transports régionaux, sur l'intégration tarifaire et les conditions des abonnements, sur les transports touristiques et sur les projets d'aménagement liés aux transports.

Le site www.sudmobilité.fr est consacré à la mobilité. Il permet pour l'essentiel de calculer des itinéraires et de consulter l'ensemble des plans de réseau.

Étape 2

4. Les aéroports de la Région Sud permettent une bonne insertion à l'échelle nationale en proposant des liaisons aériennes nombreuses avec les principales villes du pays. Le port de Marseille permet, par ses connexions, d'assurer les échanges de marchandises entre le territoire et le reste du monde. Toutefois, il permet surtout une intégration de la région à l'échelle mondiale.

5. Le réseau TER, dont la vocation est de desservir le territoire régional, permet aussi de relier la Région Sud au territoire français de deux manières :

– en assurant une desserte assez fine du territoire régional et en permettant ainsi le rabattement des voyageurs vers les aéroports et les gares TGV ;

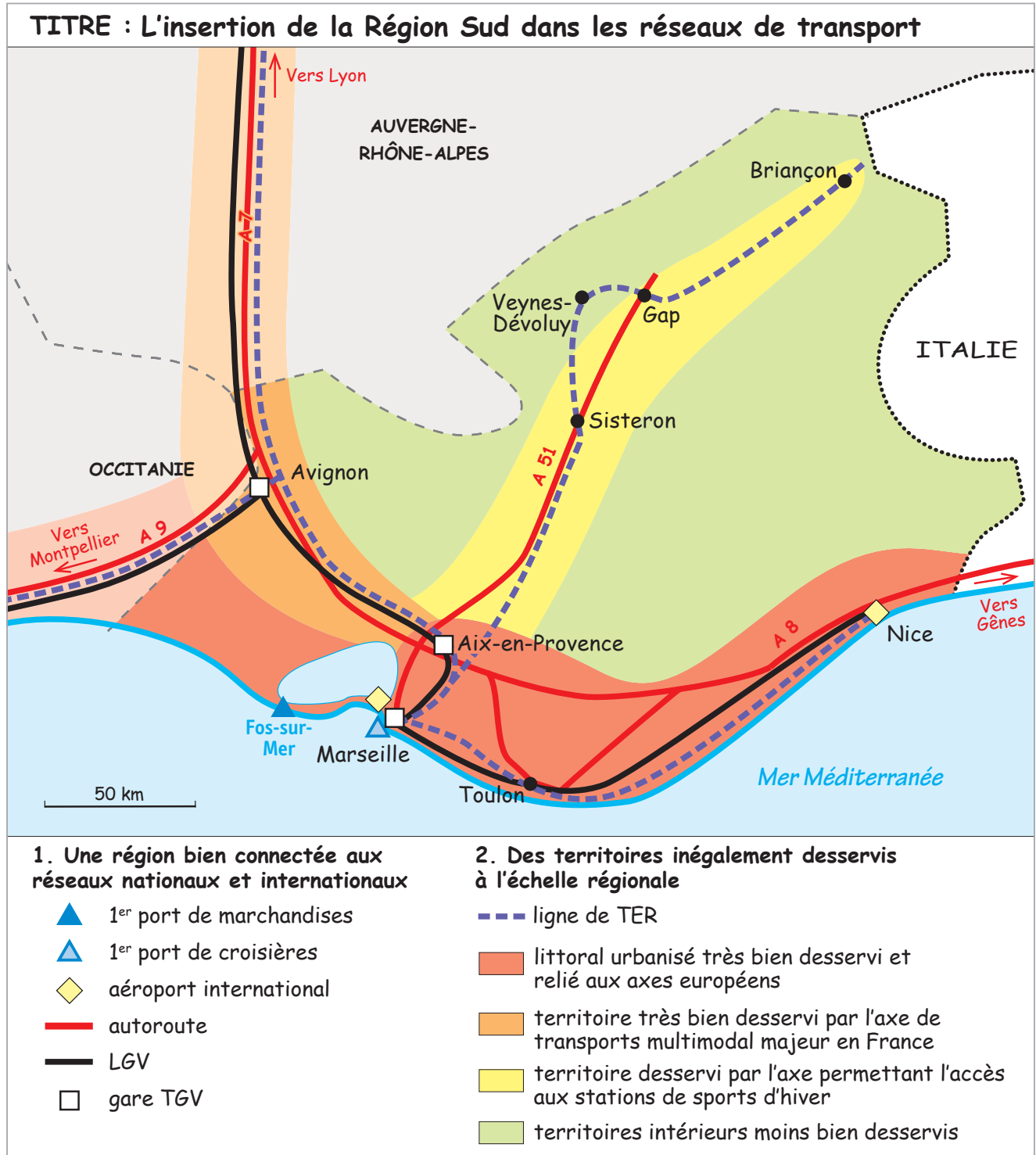
– en permettant une liaison ferroviaire avec les grandes villes des régions proches, comme Grenoble, Valence, Montpellier...

6. Les réseaux les mieux desservis par le TER sont le littoral, l'axe rhodanien et l'axe reliant Marseille à Gap et Briançon, c'est-à-dire le principal accès aux stations de sports d'hiver. L'arrière-pays, en particulier les espaces montagneux, est mal desservi. Les LER permettent un maillage beaucoup plus fin du territoire. L'insertion des territoires de la Région Sud est donc inégale. Certains territoires sont mieux reliés aux grands réseaux nationaux que d'autres. Des politiques ont toutefois été mises en place pour mailler le territoire grâce aux bus.

7. D'après le doc. 2, les mobilités facilitées sont les mobilités touristiques et de loisirs liées aux sports d'hiver, grâce aux TER et, en particulier, aux bus. Le territoire des Alpes du Sud est ainsi rendu attractif pour les habitants de la région.

8. L'objectif principal de la politique régionale des transports de la Région Sud est de désaturer les nœuds ferroviaires de Marseille, Toulon et Nice afin de répondre aux nécessités en matière de mobilités quotidiennes. C'est le mode ferroviaire qui est favorisé, afin de renforcer l'attractivité de l'axe littoral de la Région Sud.

9.



Étudier les recompositions territoriales de ma région

L'étude de la région du lycée doit donner lieu à l'étude de ses recompositions territoriales, c'est-à-dire des mutations qui aboutissent à la réorganisation des espaces sous l'effet des changements démographiques, économiques ou institutionnels. L'objectif est de comprendre les causes de ces recompositions et d'en identifier les logiques, notamment en lien avec la mondialisation et l'intégration européenne.

Réponses aux questions p. 262

1. L'objectif principal du PLU de Bordeaux Métropole est de lutter contre l'étalement urbain.
2. Le PLU peut encadrer les recompositions liées à l'arrivée de nouveaux habitants et à l'implantation de nouvelles activités par des mesures d'aménagement du territoire, en définissant les zones constructibles ou inconstructibles, et en identifiant des zones destinées à un type d'activité ou à un autre, ainsi que des zones naturelles à préserver.

Réponses aux questions p. 263

1. a. Construction d'une autoroute avec un échangeur → développement d'une zone d'activité → arrivée de nouveaux habitants
b. Fermeture d'une usine textile → restructuration du marché du travail → départ d'actifs en recherche d'emploi → reconversion d'une friche industrielle
c. Diminution des espaces agricoles peu productifs → diminution du nombre des agriculteurs
d. Ouverture en périphérie d'un centre commercial avec galerie commerçante → construction d'un lotissement périurbain → arrivée de retraités → augmentation de la vacance des commerces en centre-ville → politique d'aménagement « cœur de ville »
e. Aménagement d'un centre d'affaires international → arrivée d'actifs étrangers
2. Il est possible, en fonction de la région ou de l'agglomération où se situe le lycée, de choisir des types d'aménagement ou de mutation très différents. On peut par exemple choisir la reconversion d'un site industriel. Dans ce cas, les photographies aériennes ou les cartes prises à des dates différentes montreront les évolutions du territoire concerné. On peut compléter les informations avec des articles de presse ou des documents d'urbanisme. Les conséquences économiques et démographiques pourront dans ce cas se traduire par un départ d'actifs ou par l'arrivée de nouveaux actifs, et par une crise ou une reprise économique, ce qui est perceptible dans les statistiques.

Étudier les recompositions territoriales de la Nouvelle-Aquitaine

Réponses aux questions p. 265

Étape 1

1. Les recompositions territoriales sont les mutations qui aboutissent à une réorganisation des territoires sous l'effet de facteurs internes ou externes. Elles peuvent être liées à des changements démographiques, à des modifications des espaces productifs ou encore à des découpages institutionnels. Elles peuvent être mesurées par différents indicateurs :

- La variation de la population (doc. 1)
- Les évolutions de l'emploi (doc. 2)
- L'évolution de l'urbanisation (doc. 4)
- Les investissements publics (doc. 3) et privés (doc. 5).

2. Dans ces documents, les recompositions territoriales sont étudiées à l'échelle régionale majoritairement. Elles le sont aussi, en partie, à l'échelle locale dans le doc. 5.

Étape 2

3. Les évolutions de la population et de l'emploi montrent que la région bordelaise est la plus dynamique, avec des évolutions supérieures à la moyenne régionale. La population augmente aussi autour des principales villes comme Poitiers ou La Rochelle. En revanche, l'Est de la région (la Creuse et la Corrèze) connaît des taux de croissance démographique négatifs et une baisse de l'emploi salarié.

4. Le littoral autour de La Rochelle s'urbanise entre 1965 et 2014. D'après le doc. 1, c'est lié à une forte augmentation de la population. Cette observation est généralisable à l'ensemble du littoral de la région.

5. L'arrivée de la LGV à Bordeaux a provoqué l'installation de nombreuses entreprises, en particulier de services et de haute technologie, ce qui s'est traduit par un regain d'attractivité de l'agglomération ainsi que, plus largement, de la région.

6. La fermeture de l'usine Ford de Blanquefort provoque la perte de 850 emplois industriels. On peut voir cela comme une recomposition territoriale à l'échelle locale parce que le site industriel est susceptible de devenir une friche et parce que la perte d'emplois industriels peut engendrer des départs de population et, éventuellement, leur remplacement par de nouveaux habitants travaillant dans d'autres secteurs.

7. Les acteurs impliqués dans les recompositions territoriales sont à la fois des acteurs publics (région, Conservatoire du Littoral, communes...) et des acteurs privés (entreprises, chambres de commerce, mais aussi habitants).

Les lignes de force du territoire français

Réponses aux questions

1. Les densités les plus fortes se situent le long des littoraux, des principales vallées fluviales et autour des grandes agglomérations. Les densités les plus faibles se trouvent comprises entre les Ardennes, à la frontière belge, et les Pyrénées, en passant par le Massif central, ainsi qu'en Guyane. Cela correspond aux espaces de montagne, à des espaces forestiers (Amazonie) et à des espaces ruraux d'agriculture extensive. Les DROM insulaires ont des densités moyennes élevées, qui témoignent en réalité d'une forte pression sur le littoral et de densités bien plus faibles à l'intérieur des terres.
2. On peut dire que les grandes aires urbaines sont inégalement réparties car on les trouve majoritairement à proximité des littoraux et des frontières, à l'exception de

Paris et de Lyon, qui se trouvent sur de grands axes fluviaux.

3. Les aires urbaines les plus dynamiques sont Lyon, sur le Rhône, Rennes, Nantes, Bordeaux, Toulouse et Montpellier, localisées sur un arc caractérisé par des conditions de vie attractives.

4. Les atouts des plus grandes métropoles sont d'abord liés à leur caractère de nœuds sur les réseaux de transport terrestres, fluviaux, maritimes ou aériens. Elles ouvrent le territoire français sur les flux européens (Strasbourg, Lille...) ou mondiaux (Marseille, Paris, Nantes...).

5. Les couloirs industriels correspondent aux deux principaux axes fluviaux navigables. L'axe rhodanien relie Lyon et Marseille, et l'axe séquanien relie Paris au Havre via Rouen.

6. Les DROM sont dépourvus de villes à fonctions métropolitaines. Ils ont également des réseaux de transport assez peu développés.

	Densité du territoire	Dynamisme démographique	Présence et taille des métropoles	Éléments d'intégration à la mondialisation et à l'Union européenne
Couloir rhodanien	forte aux deux extrémités	assez fort, notamment à Lyon	deux métropoles importantes	port, aéroport, façade maritime, grands axes terrestres
Littoral méditerranéen	forte	positif, mais stable dans les plus grandes villes	trois métropoles : 1 importante et 2 moyennes	port, aéroports, axes démographiquement dynamique
La Réunion	forte	positif	pas de métropole	situation en marge
Pyrénées	faible	pas d'indication sur la carte	pas de métropole	situation en marge. position frontalière avec traversée possible aux deux extrémités
Alsace	très forte	positif	1 métropole de rang intermédiaire	position frontalière, axes terrestres, aéroport, axe rhénan.

pp. 270-271 **Exemple**

Paris-Lyon-Marseille : L'axe PLM, un axe structurant

L'axe PLM est l'un des axes majeurs du territoire français. Il relie les trois premières agglomérations du pays et, avec son prolongement vers le nord, permet une connexion européenne. Il concentre des flux essentiels et des activités économiques dynamiques.

Réponses aux questions p. 271

Parcours 1

1. L'axe PLM est un axe de transport multimodal parce qu'il regroupe des infrastructures ferroviaires et routières à grand gabarit (LGV et autoroutes), destinées aussi bien au transport de marchandises que de voyageurs (doc. 1 et 2). Par ailleurs, la vallée du Rhône est dotée d'un port de commerce fluvial et d'une plate-forme multimodale au sud de Valence (doc. 2). Enfin, on trouve le long de cet axe certains des principaux aéroports de France et le principal port de marchandises, Marseille (doc. 1).

2. À l'échelle régionale, la population se concentre essentiellement dans les grands centres urbains, c'est-à-dire dans les métropoles, comme Lyon ou Marseille (doc. 2 et 3). À l'échelle locale, la périurbanisation accueille l'essentiel de la croissance urbaine (doc. 2 et 4).

3. Le couloir rhodanien accueille en particulier des activités industrielles et logistiques. Dans la Drôme, les emplois sont localisés dans les communes périurbaines, comme Portes-lès-Valence, qui compte plusieurs zones industrielles (doc. 4) et une importante plate-forme logistique (doc. 2).

4. Les infrastructures de transports jouent un rôle essentiel dans la localisation des populations et des activités, parce qu'elles permettent l'accessibilité des territoires à toutes les échelles. Les grands réseaux permettent de relier les grandes métropoles entre elles à l'échelle nationale. Ils permettent aussi de connecter les centres-villes aux périphéries dans lesquelles les activités productives sont installées. À l'échelle urbaine, les transports en commun sont également importants pour permettre aux personnes de se déplacer et de rejoindre, par exemple, les quartiers d'affaires comme celui de Marseille.

Parcours 2

Espaces	Infrastructures de transport	Répartition de la population	Localisation et types d'activités
Axe PLM	autoroutes, LGV, chemin de fer, aéroports, ports, voie fluviale	dans les principales métropoles et les grandes villes	concentration des activités industrielles dans le couloir rhodanien et des activités de services dans les métropoles
Drôme	autoroutes, LGV, chemin de fer, voie fluviale, plate-forme logistique	population concentrée à Valence et aux alentours de Valence	activités logistiques, au sud de Valence
Sud de Valence	plate-forme logistique, port fluvial, gare, échangeur autoroutier	périurbanisation de la population	activités logistiques et industrielles situées en périphérie et le long des grands axes
Quartier d'affaires de Marseille	échangeur autoroutier, transports en commun, port de voyageurs	population qui habite dans le centre-ville de Marseille et dans l'agglomération	activités tertiaires supérieures dans le quartier d'affaires, à proximité du centre-ville

Bilan du parcours 1 ou 2

L'axe PLM est un axe structurant du territoire français à l'échelle nationale parce qu'il relie des métropoles parmi les plus importantes du territoire français : Paris, Lyon, Marseille et, par extension, Lille et la Belgique. Cet axe permet les flux de personnes et de marchandises les plus importants du pays, grâce à des infrastructures routières, ferroviaires, fluviales, portuaires et aéroportuaires. Il est aussi un axe industriel majeur.

À l'échelle régionale, le couloir rhodanien est structurant. C'est là que se trouvent les principales activités logistiques, avec les nœuds de transport, ainsi que des activités industrielles. Elles sont structurantes démographiquement parce qu'elles sont des foyers d'emplois importants.

Ces emplois se concentrent également dans les quartiers d'affaires dans les principales métropoles et, à l'échelle locale, leur attractivité se traduit par une périurbanisation importante.

pp. 272-273 Carte

Les recompositions du territoire français

Réponses aux questions

1. L'ensemble du territoire français est touché par la métropolisation, mais c'est le cas en particulier des régions attractives du Sud et de l'Ouest du territoire. Paris reste la métropole la plus importante de loin et

elle polarise un territoire très vaste. La métropolisation renforce le poids de Paris et diminue relativement celui des villes alentour.

2. L'attractivité du Sud de la France est favorisée par son climat ensoleillé et par la proximité immédiate de la mer (héliotropisme). Le Sud correspond à des territoires touristiques et à des territoires de la haute technologie, ainsi qu'à des espaces d'agriculture spécialisée (viticulture, maraîchage...).

3. Les territoires touchés par l'agrotourisme correspondent à des espaces d'agriculture extensive, en particulier en montagne (Alpes, Pyrénées, Massif central), dans les Landes et en Normandie. Cette attractivité nouvelle peut agir contre la déprise des espaces ruraux.

4. Les espaces de l'innovation et de la haute technologie se situent dans le Bassin parisien et dans la région lyonnaise, c'est-à-dire autour des grandes métropoles, ainsi qu'en Alsace. Ils sont attractifs du fait de la présence de grandes métropoles et d'infrastructures de communication puissantes. Les territoires du Sud et de l'Ouest sont également attractifs pour les nouvelles technologies et l'innovation.

5. Les espaces d'agriculture intensive sont localisés dans le Bassin parisien, en Bretagne et dans un arc méridional.

6. Les DROM sont des espaces marginalisés, ce qui s'explique par leur éloignement de plusieurs milliers de kilomètres de la métropole, par la faiblesse des infrastructures et l'absence de métropoles importantes.

	Métropolisation	Activité économique et démographique	Autres facteurs de recomposition	Conséquences des recompositions
Alsace	1 métropole intermédiaire : Strasbourg	innovation et croissance moyenne de Strasbourg	dynamiques transfrontalières	développement de la périurbanisation
Corse	absente	attractivité touristique et solde migratoire positif sur le littoral	agrotourisme	développement du tourisme et des résidences secondaires
Littoral méditerranéen	plusieurs métropoles	solde migratoire positif, agriculture spécialisée et hautes technologies	héliotropisme	accroissement démographique, périurbanisation
Île-de-France	polarisation par Paris	fonctions métropolitaines et tertiaires dominantes. forte attractivité	développement de l'innovation	mutations des systèmes productifs, périurbanisation
Nord de la France	1 métropole importante : Lille	territoires touchés par la désindustrialisation. faible attractivité.	dynamiques transfrontalières	reconversion des systèmes productifs, périurbanisation
La Réunion	absente	agriculture tropicale et tourisme	développement de l'agrotourisme	faibles conséquences sur le territoire

pp. 276-277 Exemple

Le secteur automobile, acteur de la recomposition des territoires

Le secteur automobile est un secteur important en France, et il connaît des fluctuations liées aux évolutions économiques et sociales. Ses localisations et ses systèmes productifs évoluent et participent, de ce fait, aux recompositions territoriales en France.

Réponses aux questions p. 277

Parcours 1

1. Le secteur automobile est situé majoritairement dans les anciennes régions industrielles du Nord et de l'Est de la France (ce qui s'explique historiquement par la proximité des bassins houillers), et dans la vallée de la Seine. La disponibilité d'une main-d'œuvre abondante, des prix avantageux, la tradition industrielle, la présence de centres de formation en métropole et la proximité des marchés de l'Europe du Nord sont les facteurs d'explication principaux.

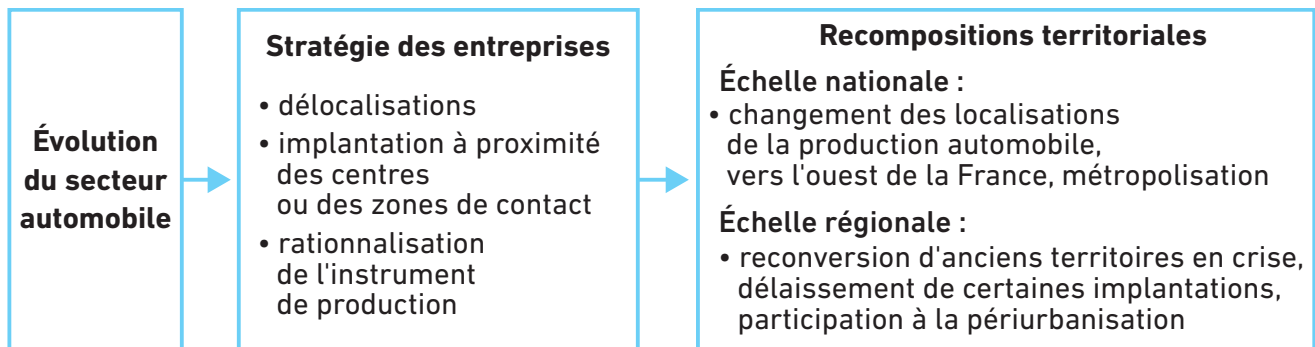
2. Les secteurs de l'automobile sont intégrés dans les dynamiques européennes, comme le montrent les localisations proches des frontières de l'Est et du Nord de la France (par exemple Sochaux), mais aussi la distribution des sites de Smart (le doc. 5 évoque l'usine d'Hambach, mais aussi le siège de Stuttgart). Par ailleurs, c'est un secteur très intégré à la mondialisation. Les implantations le long de l'axe de la Seine ouvrent vers le port du Havre pour les exportations et les importations. De plus, la fermeture de l'usine d'Hambach est motivée par la délocalisation de la production vers la Chine.

3. La stratégie de Peugeot est de rendre son site historique plus compétitif en en réduisant la superficie et en vendant une partie des bâtiments anciens, moins adaptés au fonctionnement contemporain, à l'agglomération du Pays de Montbéliard. C'est un facteur de recomposition des territoires parce que cela va se traduire par la reconversion d'un site de production industriel en espace résidentiel et de services, donc attirer une nouvelle population de résidents et de nouveaux actifs.

4. Daimler fait le choix stratégique de délocaliser en Chine la production de ses voitures électriques. Cette logique va dans le sens de la NDIT dans la mesure où la Chine est souvent présentée comme « l'atelier du monde », mais c'est aussi une logique qui s'en écarte. En effet, c'est la totalité de la chaîne de production d'un véhicule innovant qui est délocalisée et c'est une entreprise chinoise, Geely, qui a pris le contrôle, via Volvo, de l'entreprise Smart. C'est un facteur de recomposition territoriale parce qu'elle implique, à l'échelle locale, la disparition d'une activité industrielle importante, et à l'échelle mondiale la recomposition d'une partie du système productif automobile.

5. Le *cluster* des mobilités regroupe des entreprises automobiles, des pistes d'essai, des laboratoires publics et privés pour développer l'innovation dans le secteur. Le facteur principal de localisation est la proximité de Paris. Cela entraîne une recomposition territoriale parce que le *cluster* attire des activités industrielles et tertiaires. Il participe à la périurbanisation en région parisienne et à la métropolisation du territoire.

Parcours 2



Bilan du parcours 1 ou 2

Le secteur automobile peut être considéré comme un acteur de la recomposition des territoires en France et comme un facteur de son insertion dans les réseaux européens et mondiaux.

Les recompositions territoriales induites par les évolutions du secteur automobile sont à l'échelle nationale, régionale et locale. À l'échelle nationale, l'industrie automobile participe à la reconversion des anciennes régions industrielles en crise du Nord et de l'Est de la France, mais elle renforce également la métropolisation parisienne. Les localisations profitent aussi de la proximité des réseaux de transport. À l'échelle régionale, le secteur automobile peut être facteur de redynamisation, comme avec l'implantation de Toyota à Valenciennes, ou de fragilisation économique lorsque des usines sont délocalisées (Smart à Hambach). Localement, des usines peuvent être fermées totalement ou partiellement (Peugeot à Sochaux) et laisser la place à de nouvelles activités comme des logements ou le secteur tertiaire.

Ces recompositions sont un symptôme de l'insertion dans la mondialisation et dans les réseaux européens. En effet, le secteur automobile évolue notamment dans le contexte de la NDIT et participe à ses mutations, avec la délocalisation d'activités innovantes vers la Chine par exemple. Les groupes automobiles sont souvent associés dans des consortiums contrôlés par des opérateurs étrangers. Ainsi Smart est contrôlé, indirectement via Daimler et Volvo, par une entreprise chinoise, Geely.

pp. 278-279 Débat

Le marketing territorial, un outil de recomposition territoriale ?

L'objectif de ce débat est d'amener les élèves à s'interroger à la fois sur les représentations véhiculées ou mobilisées par les différentes régions et sur la manière dont ces représentations sont mobilisées pour renforcer l'attractivité des territoires. On peut s'interroger sur les objectifs et sur l'efficacité des campagnes de marketing territorial. La question centrale est de savoir si le renforcement de l'attractivité par les campagnes de marketing aboutit ou non à des recompositions territoriales. Les

documents donnent des informations mobilisables par les élèves pour répondre à cette question.

Le doc. 1 doit permettre aux élèves de définir le marketing territorial et de comprendre les logiques qui président à son utilisation par les collectivités territoriales, qui en font des « marques ». Elles peuvent être illustrées par les exemples en haut de page.

Le doc. 2, à travers l'exemple du bassin d'Arcachon, montre que le marketing territorial et la création d'une marque peuvent servir à fédérer des collectivités territoriales autour d'intérêts communs, indépendamment des cadres institutionnels (le périmètre ne correspond pas à une intercommunalité). Il faut identifier les objectifs de cette association et réfléchir aux recompositions qu'elle vise en termes économiques (consommation locale, tourisme), sociaux et environnementaux.

Le doc. 3 donne un exemple de campagne pour la région Bretagne, lancée après l'inauguration de la LGV Paris-Rennes en 2017. Elle mobilise des clichés à l'image (le marin et le phare), mais en les détournant, faisant du marin breton barbu un « hipster », référence au public jeune parisien que la région cherche à attirer par son slogan qui met en valeur l'idée d'innovation. Le slogan « Passez à l'ouest » date quant à lui de 2019 et a été lancé la semaine de la commémoration de la chute du mur de Berlin. On trouvera l'intégralité de l'article de *Géococonfluences* à l'adresse suivante : <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/informations-scientifiques/a-la-une/notion-a-la-une/marketing-territorial>

Le doc. 4 détaille les objectifs de trois campagnes de marketing territorial (Bretagne, Auvergne-Rhône-Alpes et Lyon). Il doit permettre aux élèves de mobiliser des exemples concrets à l'appui de leur argumentation, mais aussi de montrer que certains objectifs sont des constantes, comme le fait d'attirer de nouveaux actifs et de nouvelles activités.

Le doc. 5 apporte une ouverture critique sur le concept de « marque » associée à un territoire, montrant qu'il est réducteur et qu'il ne suffit pas à dynamiser un territoire. L'extrait de texte met l'accent sur la nécessité d'une véritable stratégie territoriale.

À partir de ces documents et de leurs connaissances (publicités qu'ils auraient vues, campagnes de leur région

ou de leur agglomération, autres exemples recherchés en ligne...) les élèves peuvent défendre différentes positions. On peut par exemple plaider :

- la nécessité de mettre en valeur les outils d'un territoire pour attirer populations et activités, donc le dynamiser ou le reconverter ;
- l'insuffisance des campagnes de marketing territorial pour dynamiser réellement une région ;
- la différence entre promotion de l'attractivité et réelles recompositions territoriales.

Il est possible de faire réfléchir les élèves sur les données dont on aurait besoin (statistiques démographiques et économiques, cartes à différentes périodes...) pour évaluer l'efficacité de ces campagnes. Cela peut être rapproché d'une étude menée sur la région du lycée dans le chapitre.

pp. 280-281 Exposé oral

Le tourisme, facteur d'attractivité de l'outre-mer dans la mondialisation et l'UE

Un exposé sur le tourisme en outre-mer doit permettre aux élèves d'étudier des territoires français singuliers par leur localisation et par leur éloignement de la métropole. Il s'agit ici d'étudier l'activité touristique, qui est l'une des principales activités économiques de l'outre-mer français (à hauteur de 10 % du PIB), comme facteur d'attractivité qui entraîne des recompositions territoriales.

Le doc. 1 permet de mettre en évidence les principaux acteurs du développement du tourisme dans les DROM (chaînes hôtelières et compagnies aériennes françaises). Cela explique le fait que le tourisme soit essentiellement national dans ces régions, qui peinent à accueillir le tourisme international du fait de la concurrence de destinations proches (dans les Caraïbes), plus attractives et moins chères.

Le doc. 2 montre que l'essentiel du trafic aérien des DROM, à l'exception de Mayotte, se tourne vers la métropole (environ la moitié), tandis qu'une très petite minorité (autour de 10 %) est tournée vers l'international en ce qui concerne les DROM caribéens. Cela représente près de 40 % pour la Réunion et Mayotte, du fait de leur localisation dans l'océan Indien. Les 44 % de vols de Mayotte vers l'outre-mer correspondent à des liaisons avec la Réunion voisine.

Le doc. 3 montre l'évolution du nombre de touristes en outre-mer et permet de constater une relative dimi-

nution du nombre total de touristes dans les îles caribéennes, compensée par une relative augmentation à la Réunion, en Guyane et à Mayotte (dans ce dernier cas, sans doute à la suite de la départementalisation). On constate de nouveau par ce document que les touristes étrangers sont particulièrement minoritaires. En 2016, la moitié des touristes des îles caribéennes sont des croisiéristes, ce qui implique de moindres implantations sur place (hôtels notamment).

Le doc. 4 est un exemple de campagne promotionnelle pour la Martinique. Le slogan principal est en français, mais le public visé est un public international, comme en témoigne la phrase en anglais, qui dit « si vous cherchez le site de plongée parfait, nous vous aiderons à faire de fantastiques découvertes ».

Le doc. 5 revient sur la question de l'origine des touristes arrivant dans les destinations ultramarines. Ils représentent 30 à 40 % dans les DROM, mais 80 % dans les COM du Pacifique Sud, qui sont plus éloignées de la métropole mais représentent des destinations intéressantes pour les touristes venus d'Océanie et d'Asie et d'Amérique du Nord. En ce qui concerne le cas spécifique de la Guadeloupe, on note que la plupart des touristes internationaux sont européens (la Guadeloupe est une région ultra-périphérique de l'UE) ou nord-américains, en raison de la proximité géographique.

Le doc. 6 est un exemple de politique européenne à destination des RUP, destinée à améliorer l'accueil des croisiéristes. C'est un exemple des implications de l'insertion européenne des DROM en matière d'attractivité.

Pour la réalisation de l'exposé, les élèves peuvent prélever dans le dossier des informations d'ordre général sur le tourisme en outre-mer. Ils peuvent être invités à procéder en deux temps :

– Une partie peut être consacrée à la description de la manière dont le tourisme modèle les territoires d'outre-mer en termes d'attractivité en mettant en évidence les acteurs du secteur et la provenance des touristes en particulier.

– Une partie consacrée à une étude de cas (des documents portent sur la Guadeloupe ou sur la Martinique, mais on peut choisir d'autres cas d'étude), qui montrera comment l'attractivité touristique recompose le territoire du DROM choisi.

Pour ce faire, on peut s'appuyer sur des cartes (grâce au portail Edugéo par exemple) ou sur des photographies montrant l'activité de croisière et l'activité balnéaire ainsi que les implantations hôtelières par exemple.

Le schéma bilan du chapitre p. 282

Les lignes de force du territoire français	Les recompositions des territoires et leurs acteurs
Un territoire inégalement occupé <ul style="list-style-type: none"> - Fortes disparités de peuplement - Accentuation de la métropolisation - Des densités contrastées dans les DROM 	Facteurs et acteurs des recompositions <ul style="list-style-type: none"> - Facteurs démographiques et de localisation - Intégration à la mondialisation - Intégration européenne - États et collectivités territoriales comme acteurs essentiels
Un territoire structuré par de grands axes <ul style="list-style-type: none"> - Grands couloirs de circulation (souvent vallées) - Grands axes de transport connectent les métropoles entre elles et à Paris 	Territoires attractifs <ul style="list-style-type: none"> - Métropoles - Espaces productifs bien intégrés à la mondialisation
Un territoire polarisé <ul style="list-style-type: none"> - Grandes aires urbaines très attractives - Métropoles inégalement réparties 	Territoires marginalisés <ul style="list-style-type: none"> - Espaces ruraux enclavés - Recompositions / reconversion des territoires en déprise

Argumenter dans une question problématisée p. 282

1. Mondialisation : processus d'accroissement des échanges internationaux et d'accentuation de l'interdépendance entre les territoires.

Recompositions : mutations qui aboutissent à une réorganisation des territoires sous l'effet de facteurs internes ou externes. Elles peuvent être liées à des changements démographiques, à des modifications des espaces productifs ou encore à des découpages institutionnels.

Territoires : ce sont des espaces car ils sont délimités et appropriés par des acteurs qui les aménagent et les mettent en valeur.

2. Les espaces géographiques qui correspondent à un territoire peuvent être les différents périmètres administratifs (État, région, département, intercommunalité, commune), mais aussi les périmètres qui correspondent à une réalité en termes d'appropriation (quartier, espace productif correspondant à un *cluster*...).

3. Le sujet invite à décrire et expliquer un phénomène, comme le pronom interrogatif « comment » vous l'indique.

4. L'ensemble des propositions peut constituer des arguments à l'intérieur d'une argumentation portant sur ce sujet. Toutefois, la description des systèmes productifs serait peu problématisée, comme celle de la structure des axes de transport. Les arguments à mettre en avant au premier chef sont les propositions b, h, i, et l parce qu'elles correspondent directement à l'impact de la mondialisation.

5. Mise en réseau d'entreprises : Airbus Group fonctionne en réseau avec des entreprises à l'échelle européenne.

Délocalisation d'activités : Smart à Hambach, Ford à Bordeaux, entreprises qui ferment suite à la délocalisation des activités de production dans des pays à plus faible coût de main-d'œuvre...

Valorisation des territoires bien connectés et ouverts au monde : tourisme en outre-mer, qui entraîne une spécialisation des littoraux dans le domaine du tourisme balnéaire et de croisière grâce à la bonne connexion portuaire et aéroportuaire ; zones industrialo-portuaires qui concentrent les activités industrielles à proximité des nœuds maritimes, comme à Fos-sur-Mer ou Dunkerque...

Métropolisation : poids des FTN étrangères en Île-de-France, qui accentue la concentration des activités de commandement à proximité de Paris.

6. Proposition de plan :

I. La mondialisation renforce les processus de concentration des activités dans les métropoles et sur les littoraux

a. Renforcement de la métropolisation (concentration des activités tertiaires supérieures et des sièges de FTN)

b. Renforcement de la littoralisation des espaces productifs, pour la proximité des ports et façades maritimes et pour les aménités

II. La mondialisation implique une recomposition des espaces productifs

a. Des espaces productifs à proximité des infrastructures de transport (ports, voies de chemin de fer, aéroports...)

b. Des espaces productifs qui fonctionnent en réseau (des entreprises qui ont différentes localisations à l'échelle européenne et mondiale et qui doivent compter sur un réseau de sous-traitance par exemple)

III. La mondialisation renforce les inégalités entre les territoires

- Des territoires gagnants de la mondialisation (métropoles, littoraux, territoires de la haute-technologie)
- Des territoires dont l'activité dominante dépend étroitement des flux mondialisés (espaces du tourisme par exemple)
- Des territoires marginalisés dans la mondialisation (territoires en déprise ou qui subissent les délocalisations)

Transposer un texte en croquis p. 283

- Les titres les plus pertinents sont, dans l'ordre des paragraphes : c, a, b.
- Il faut sélectionner les données les plus pertinentes (on peut les lister, paragraphe par paragraphe, par exemple) : on conservera un maximum d'éléments dès

lors qu'ils peuvent être situés, mais on veillera à ne pas retenir tous les réseaux (lignes conventionnelles de chemin de fer et routes nationales alourdiraient considérablement le croquis).

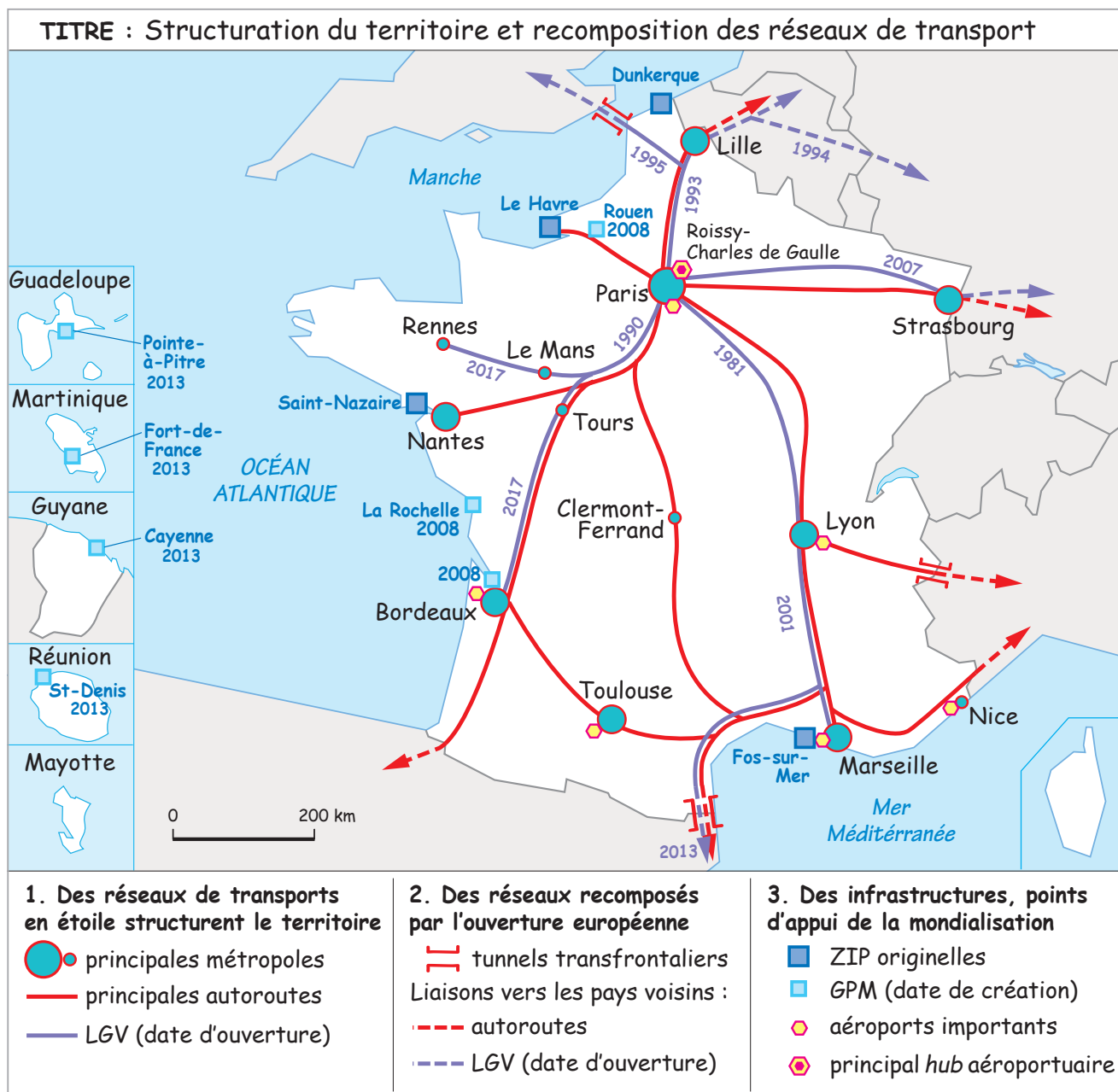
Pour les LGV et les ports, on peut tenir compte des dates afin de montrer les recompositions, en plaçant la date le long du figuré par exemple.

3. On utilisera une couleur par type de transport (routier, ferroviaire, aérien, maritime) et on pourra en faire varier la taille ou l'aspect (ligne pleine ou pointillés par exemple).

Les métropoles doivent être nommées et représentées par des cercles proportionnels à leur taille.

On peut distinguer le hub de Roissy en lui accordant un figuré particulier en légende, c'est-à-dire en doublant le figuré « aéroport » d'un liseré supplémentaire, par exemple.

4. 5. 6.



Analyser deux documents p. 284

1. Mondialisation : processus d'accroissement des échanges internationaux et d'accentuation de l'interdépendance entre les territoires.

Recompositions : mutations qui aboutissent à une réorganisation des territoires sous l'effet de facteurs internes ou externes. Elles peuvent être liées à des changements démographiques, à des modifications des espaces productifs ou encore à des découpages institutionnels.

Cluster : réseau d'entreprises d'un même secteur, sur un territoire donné, le plus souvent tourné vers l'innovation.

2. Le sujet invite à réfléchir à l'échelle « régionale », au sens d'un territoire assez vaste ne correspondant pas nécessairement à la région administrative, mais à un territoire fonctionnellement cohérent.

3. Ce sujet invite à une réflexion destinée à expliquer les conséquences d'un phénomène sur le territoire.

4. Le cluster Eurobiomed se situe à cheval entre la Région Sud (ex-PACA) et l'Occitanie (ex-Languedoc-Roussillon) et Cancer Bio Santé se situe en Occitanie (mais dans l'ex-Midi-Pyrénées). La fusion des clusters se fait dans le cadre de la fusion de Midi-Pyrénées et Languedoc-Roussillon dans l'Occitanie. L'objectif est d'atteindre une taille critique permettant de drainer des financements plus importants et de gagner en visibilité à l'échelle internationale. Il s'agit d'être compétitif dans la mondialisation et de pouvoir rivaliser ou se poser comme partenaire des clusters japonais ou américains dans le domaine.

5. Les clusters d'éco-entreprises en France sont relativement petits et composés essentiellement de PME. Une recomposition à l'échelle des nouvelles régions, plus grandes, est proposée, mais le scénario défendu par l'association des éco-entreprises est aussi celui d'une réorganisation thématique à l'échelle nationale, comme en Suisse ou en Allemagne.

6. La taille des clusters est importante parce qu'elle permet de concurrencer des clusters étrangers, en moyenne plus grands, mais aussi de gagner en compétitivité en mettant en commun des financements et des compétences.

7. Les acteurs impliqués sont aussi bien les collectivités territoriales (au premier rang desquelles les régions) que les acteurs privés (entreprises et fédérations d'entreprises).

8. Les clusters font partie des systèmes productifs insérés dans la mondialisation. Ils évoluent en fonction de ses dynamiques, et à ce titre ils constituent des facteurs de recomposition des territoires, notamment à l'échelle régionale.

Dans le périmètre de la nouvelle Région Occitanie, deux clusters du domaine de la santé, l'un ancré en Midi-Pyrénées et l'autre en Languedoc-Roussillon et en PACA, entendent fusionner pour acquérir une plus grande compétitivité à l'échelle mondiale. Cela a pour but de leur permettre de résister à la concurrence des clusters américains et japonais du même domaine. Cela devrait aussi les mettre en position favorable pour attirer des investissements.

Il en va de même pour les clusters d'éco-entreprises en France. Ils sont structurés à l'échelle régionale, mais cherchent à accroître leur rayonnement et leur compétitivité en s'associant dans des structures nationales ou dans le cadre des nouvelles régions, plus vastes.

Dans les deux cas, ces recompositions se font dans l'objectif de faire face à la concurrence et d'améliorer l'attractivité des espaces productifs français. Cela participe à la dynamique de métropolisation, ces grandes villes étant les points d'ancrage dans les réseaux de la mondialisation.

Analyser deux documents p. 285

1. Les recompositions territoriales sont des mutations qui aboutissent à une réorganisation des territoires sous l'effet de facteurs internes ou externes. Elles peuvent être liées à des changements démographiques, à des modifications des espaces productifs ou encore à des découpages institutionnels.

2. Honfleur est une petite ville (17 000 habitants dans l'aire urbaine) de Normandie, située à l'entrée de l'estuaire de la Seine, sur la rive sud, à proximité du Havre, qui se situe sur la rive nord.

3. La localisation de Honfleur a joué un rôle clé pour deux raisons. D'une part, la proximité du port du Havre, auquel le *Normandy Outlet* est relié directement par le Pont de Normandie, permet l'acheminement rapide des marchandises. D'autre part, Honfleur est une ville touristique, ce qui permet de compter sur une clientèle abondante et internationale.

4. La clientèle visée par le *Normandy Outlet* est une clientèle touristique, venue de la région parisienne, mais surtout de l'étranger. Pour renforcer l'attractivité pour ce public, un hôtel 4 étoiles doit voir le jour, et un pôle détaxe est mis en place.

5. Le *Normandy Outlet* se situe au premier plan de la photographie, à proximité immédiate de l'estuaire de la Seine (visible à l'arrière-plan). Il est longé par un canal et une route à chaussée séparée. Au second plan, le pont de Normandie qui relie le site au Havre. À l'arrière-plan, on distingue la Seine et la rive nord.

6. Les acteurs à l'origine de ce projet sont Advantail, une entreprise commerciale privée, et la mairie de Honfleur. Il s'agit d'acteurs habituels des recompositions territoriales, même si ce sont plus souvent des acteurs régionaux qui portent les projets du côté des acteurs publics.

7. Les infrastructures de transport sont essentielles dans les recompositions territoriales parce qu'elles permettent l'acheminement des marchandises et des personnes, donc la bonne connexion des implantations commerciales ou des activités. Sur la photographie, on note que le pont de Normandie permet de relier Honfleur au Havre, donc à la fois au port de commerce et à une ville d'où peut venir la clientèle.

8. Honfleur est un territoire attractif parce que la ville est dotée d'un centre-ville touristique ainsi que d'un accès au littoral développé dans les premiers temps du

tourisme balnéaire. C'est également une ville très bien reliée au reste du territoire régional (par le pont), national (par l'autoroute et le chemin de fer) et international (par le port). C'est un territoire qui bénéficie des dynamiques de la littoralisation.

9. Le *Normandy Outlet*, en proposant des vêtements à prix d'usine à proximité de Honfleur, peut avoir des conséquences négatives sur le centre-ville (dans de nombreuses villes petites et moyennes, les centres sont en déclin). Cela se perçoit par la baisse du chiffre d'affaires de certains magasins. Toutefois, il a aussi un impact positif, en renforçant l'attractivité de Honfleur pour le tourisme et les loisirs, les clients de l'*outlet* allant aussi visiter la ville.

pp. 286-287 Bac blanc

Confronter deux documents p. 286

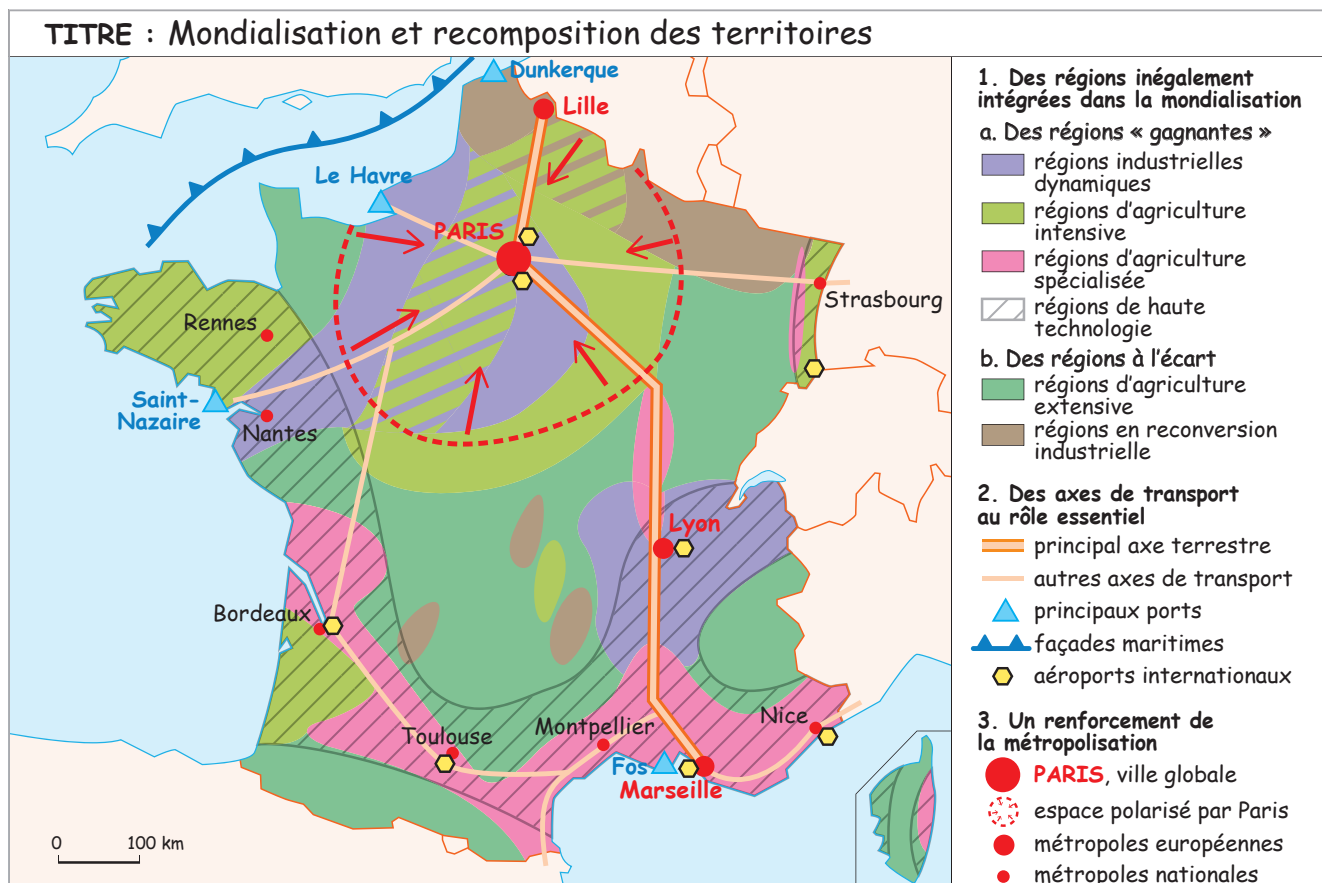
La France est un pays très touristique, grâce à ses littoraux et à ses métropoles notamment. Les transports jouent un rôle essentiel dans l'attractivité des territoires, c'est-à-dire dans leur capacité à faire venir des touristes, parce qu'ils leur permettent de se déplacer. Cela induit également des recompositions, des mutations territoriales. Le doc. 1 prend l'exemple de la Martinique et montre les dessertes aériennes de l'île, tandis que le doc. 2 évoque, à l'échelle locale, l'adaptation de l'offre de transports parisiens.

Les documents montrent que l'offre de transports est essentielle dans l'attractivité des territoires parce

qu'elle permet leur accessibilité à différentes échelles. Le doc. 1 montre que l'île de la Martinique est reliée aux principaux foyers émetteurs de touristes (la France métropolitaine et, plus largement, l'Europe, ainsi que les États-Unis), mais aussi à d'autres îles des Caraïbes, par différentes compagnies aériennes. Il y a donc une offre de transports relativement diversifiée. Toutefois, la clientèle touristique est majoritairement métropolitaine, ce qui n'apparaît pas ici. La question de l'accessibilité se pose également à l'échelle locale, comme le montre le doc. 2 avec le cas de Paris. La capitale est accessible par une clientèle nombreuse et internationale, et les transports en commun ont un rôle clé pour permettre aux touristes de se déplacer dans la métropole. Afin de s'adapter à leurs besoins spécifiques, l'offre se diversifie avec, par exemple, les bus à impériale de l'*Open Tour*.

L'offre de transports est amenée à évoluer pour accompagner les mutations de la fréquentation touristique. Par exemple, les offres destinées aux touristes peuvent être un facteur de recomposition des transports en général. Le doc. 2 souligne que les choix faits en matière de services de transports (multilinguisme, intégration tarifaire...) permettent à certains territoires de se singulariser par rapport à d'autres et de devenir plus attractifs. De même, la multiplication des liaisons aériennes à destination de la Martinique permet une diversification de la fréquentation et implique des recompositions territoriales à l'échelle de l'île pour répondre à la demande des nouveaux publics (pratiques différentes...).

Transposer un texte en croquis p. 287



Question problématisée p. 287

Sujet 1 : Quel est le rôle de la métropolisation dans la recomposition des territoires français ?

I. La métropolisation, une concentration croissante des fonctions de commandement, des hommes et des activités

a. À l'échelle nationale, concentration des fonctions de commandement dans les métropoles

b. À l'échelle locale, périurbanisation qui absorbe la croissance démographique et les activités gourmandes en espace

c. Constitution de quartiers d'affaires centraux ou péri-centraux

II. La métropolisation, facteur de hiérarchisation des territoires dans la mondialisation

a. Une ville globale, Paris, au centre des réseaux

b. Une armature de métropoles de rang national ou européen

c. Des territoires moins bien connectés à la mondialisation

Sujet 2 : Quelles sont les recompositions territoriales liées à l'insertion des régions françaises dans l'Union européenne et dans la mondialisation ?

I. Des régions organisées dans une logique de réseau

a. Des régions structurées par les échanges internationaux

b. Des espaces productifs en réseau à l'échelle européenne ou mondiale

II. Des régions aménagées pour favoriser leur intégration européenne et mondiale

a. L'aménagement des territoires à toutes les échelles permet l'insertion dans les réseaux

b. La compétitivité des territoires à toutes les échelles est renforcée par les acteurs

c. L'attractivité du territoire est mise en avant

III. Un dynamisme régional différencié

a. Des régions gagnantes de l'insertion dans l'UE et la mondialisation

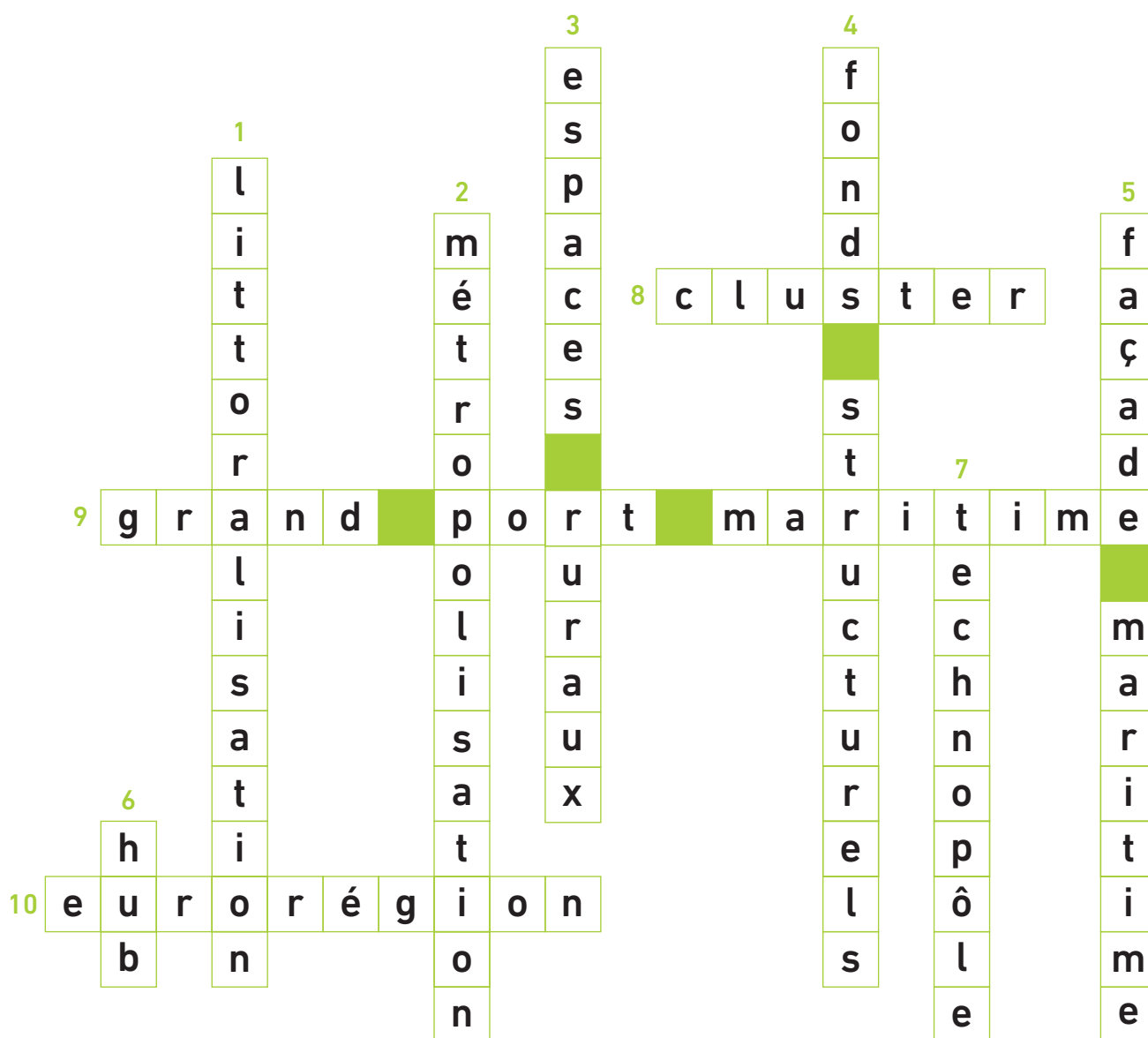
b. Des régions marginalisées par les dynamiques européennes et mondialisées

pp. 288-289 Révisions Thème 4

1 Comprendre les facteurs des recompositions des territoires

	Vrai	Faux → Correction
L'enclavement favorise l'intégration des territoires.		L'enclavement freine l'intégration des territoires.
La métropolisation renforce le poids de Paris.	×	
La littoralisation est un processus qui attire les hommes et les activités à proximité des littoraux.	×	
La reconversion industrielle provoque un retour à l'activité agricole d'un territoire.		La reconversion industrielle se traduit généralement par l'implantation de nouvelles activités industrielles ou de services.
La périurbanisation recompose les territoires autour des grandes agglomérations.	×	
L'agrotourisme redynamise des espaces agricoles denses.		L'agrotourisme se pratique plutôt dans les espaces agricoles peu denses.
L'héliotropisme touche principalement les territoires de l'ouest français.		Il touche les territoires de l'ouest et du sud de la France.

② Connaître le vocabulaire du thème

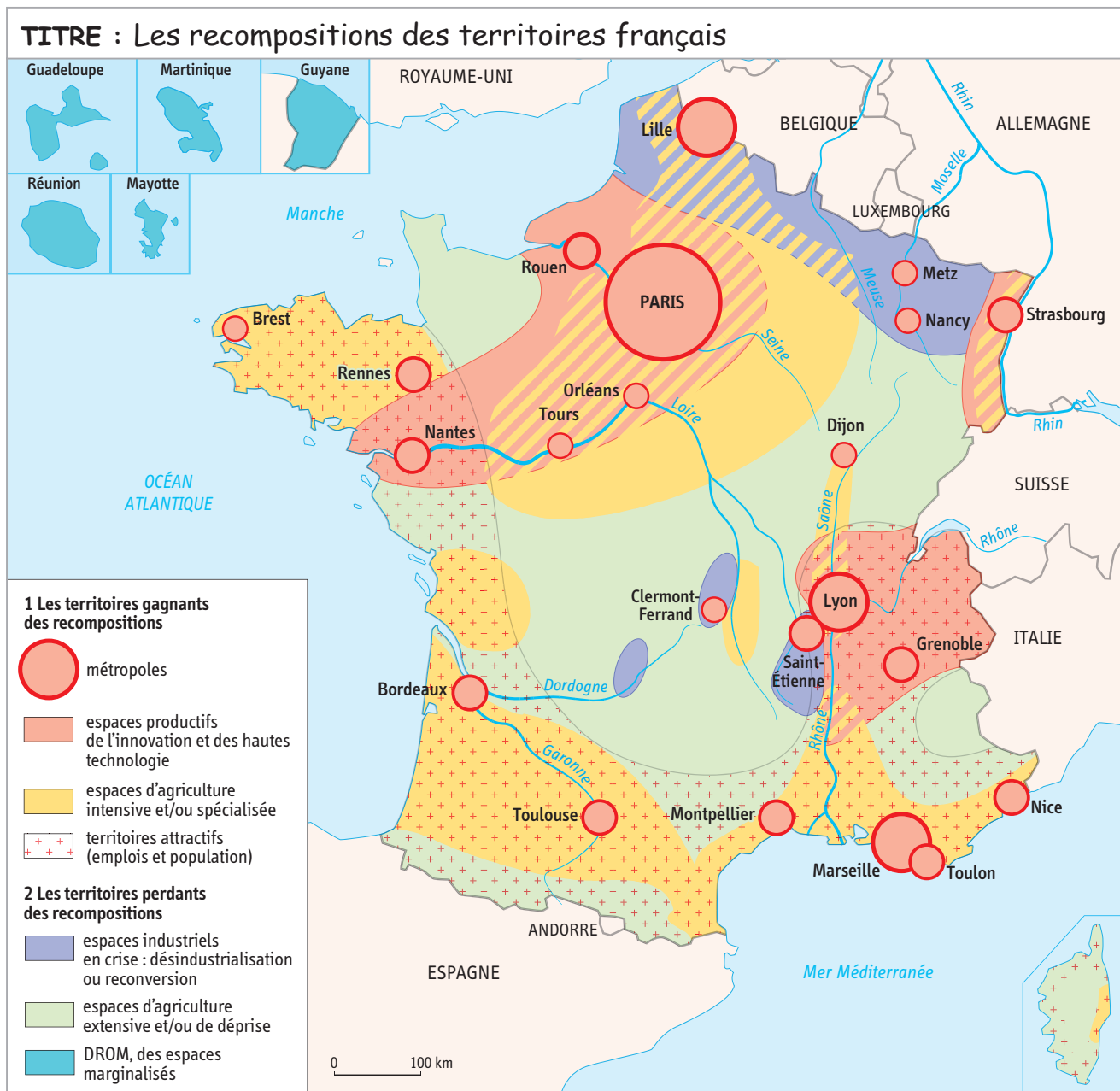


③ Expliquer un processus

La mondialisation a des effets sur le territoire français. Sur le plan des activités, elle favorise les services et la **haute technologie**, qui se concentre par exemple dans des **technopôles** autour des grandes métropoles. Elle favorise donc la **métropolisation** et les processus de **spécialisation** des territoires, qui cherchent ainsi à gagner en **compétitivité**. Les **espaces ruraux** sont quant à eux moins bien insérés, sauf lorsqu'ils sont intensifs. La mondialisation repose également sur la desserte des territoires par les **infrastructures de transport**, en particulier les ports, ce qui renforce le rôle des **façades maritimes** et la littoralisation des activités.

cialisation des territoires, qui cherchent ainsi à gagner en **compétitivité**. Les **espaces ruraux** sont quant à eux moins bien insérés, sauf lorsqu'ils sont intensifs. La mondialisation repose également sur la desserte des territoires par les **infrastructures de transport**, en particulier les ports, ce qui renforce le rôle des **façades maritimes** et la littoralisation des activités.

4 Connaître les recompositions du territoire français



⑤ Connaître les principales lignes de force du territoire français

