

FICHE OBJECTIFS - CHAPITRE GÉOGRAPHIE 3

LES ESPACES PRODUCTIFS EN FRANCE ET LEURS ÉVOLUTIONS

I. Compétences travaillées :

1. Se repérer dans l'espace :

- * Les espaces productifs industriels, agricoles et de services en France.

2. Lire et pratiquer différents langages en géographie :

- * Tirer des informations d'une vidéo.
- * Réaliser un croquis : Les espaces productifs industriels, agricoles et de services en France.
- * Maîtriser différents langages pour raisonner : le développement construit.

3. Comprendre un texte long : les articles de presse.

- * Les espaces productifs industriels en France : l'exemple de l'entreprise Michelin à Clermont-Ferrand.

4. Coopérer et mutualiser :

- * Les espaces productifs agricoles : le vignoble champenois.
- * Les espaces productifs de service : Disneyland Paris.

II. Repères

- * Les espaces productifs français.
- * Les entrées dans le territoire français.

Vocabulaires

PIB : Produit Intérieur Brut. Indicateur économique qui mesure la quantité de richesse produites par les entreprises dans un pays sur une période donnée.

Espace productif : Espace aménagé et mis en valeur pour une activité économique créatrice de richesse.

Délocalisation : Transfert d'activités vers des régions du monde offrant des avantages plus compétitifs (main d'œuvre peu coûteuse, fiscalité moins élevée...)

Désindustrialisation : Disparition progressive des activités industrielles d'un pays ou d'une région.

ZIP : Zone Industriale-Portuaire. Port avec des activités commerciales et industrielles.

Reconversion : Adaptation des activités d'un territoire à des conditions économiques nouvelles

FTN : Firme Transnationale. Grande entreprise dont les activités se déploient dans plusieurs pays.

Agriculture productiviste : Agriculture intensive recherchant des rendements élevés par l'utilisation massive d'engrais, etc.

Produit agroalimentaire : Produit agricole transformé par l'industrie.

Services : Activités ne comprenant pas la fabrication d'objets matériels.

CHAPITRE GÉOGRAPHIE 3

LES ESPACES PRODUCTIFS EN FRANCE ET LEURS ÉVOLUTIONS

La France est la 7^e puissance économique mondiale en 2024. Avec la mondialisation, la France doit produire toujours plus de richesses (PIB) pour garder sa place face à la concurrence des autres pays.

Comment les espaces productifs français s'adaptent-ils à la mondialisation pour rester compétitifs ?

Les secteurs d'activité en France en 2024

Secteur	Activités	% de la Pop. active	Place de la France
Primaire	Agricoles	2,3	1 ^{ère} rang européen 5 ^e rang mondial
Secondaire	Industrielles et constructions	17,8	2 ^e rang européen
Tertiaire	Services	76,6	1 ^{er} pays touristique au monde

I	Les espaces productifs industriels
A	L'exemple de l'entreprise Michelin à Clermont-Ferrand

Compétences - Lire et pratiquer différents langages en géographie – Tire des informations d'un corpus de documents

L'entreprise Michelin face à la mondialisation

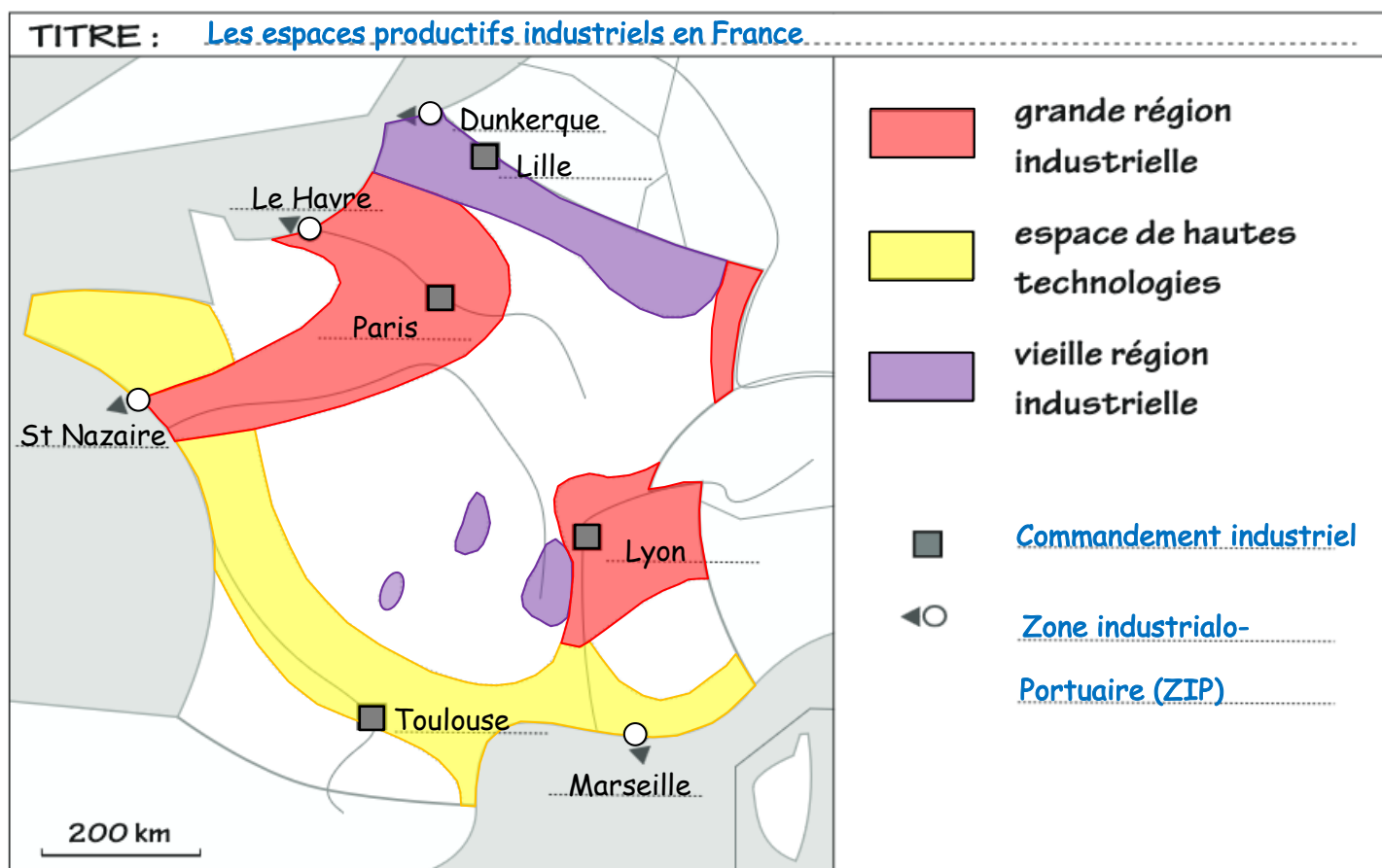
Introduction	Présente l'entreprise Michelin.	L'entreprise Michelin est une entreprise familiale créée au XIX^e siècle et spécialisée dans les pneumatiques, située à Clermont-Ferrand, au centre de la France, en région Auvergne-Rhône-Alpes. L'entreprise s'est diversifiée en proposant des cartes routières, un guide gastronomique,... Comment cette entreprise s'est-elle adaptée à la mondialisation et est-elle connectée au monde ?
Une entreprise qui s'adapte	- Comment ont évolué les effectifs totaux des usines Michelin à Clermont-Ferrand ?	Tout d'abord, Les effectifs des usines Michelin de Clermont-Ferrand ont fortement diminué passant de 30 000 salariés en 1980 à 9000 en 2024.
	- Quelles fonctions restent-ils à Clermont-Ferrand ?	Le siège social reste implanté dans la ville et les sites accueillent aujourd'hui essentiellement des cadres travaillant dans le principal centre de recherche et de développement de l'entreprise à Ladoux (3300 salariés). De même, la production des sites se spécialise dans le haut de gamme.
	- Où l'entreprise produit-elle les pneus des véhicules de tourisme ? Pourquoi ?	En revanche, l'entreprise a délocalisé la plupart de sa production de pneumatiques classiques dans des sites étrangers, notamment en Afrique ou au Asie, où la main-d'œuvre est moins chère mais aussi aux États-Unis ou au Canada, pour être au plus près des marchés. La production de ce type de pneumatiques a donc fortement diminué à Clermont-Ferrand.
	- Que deviennent les anciens sites de production de Clermont-Ferrand ?	Les anciens sites sont alors reconvertis, par exemple, en salle de concert ou en musée, valorisant ainsi le patrimoine industriel de la ville.
Une entreprise connectée	- Où l'entreprise s'implante-t-elle d'un point de vue commercial ? Pourquoi ?	Ensuite, Michelin s'ouvre sur le monde en s'installant dans 175 pays, notamment dans les puissances émergentes, comme la Chine, où une nouvelle classe moyenne s'équipe en véhicules. Ces nouveaux marchés sont alors porteurs pour l'entreprise qui consacre un budget important dans la publicité.
	- De quels atouts bénéficie l'entreprise Michelin à Clermont-Ferrand pour se connecter au monde ?	Pour gérer l'ensemble de son activité depuis son siège social, l'entreprise peut utiliser les nombreuses autoroutes que compte la région (A71, A711 et A89) la reliant à Lyon, Paris et Montpellier. De plus, l'aéroport d'Aulnat accueille les deux Falcons 50 de l'entreprise qui permet aux cadres de rejoindre rapidement des destinations européennes et mondiales.
Conclusion	- Quel impact l'entreprise Michelin a-t-elle sur la ville de Clermont-Ferrand ?	Ainsi, d'entreprise de dimension familiale, Michelin s'est adaptée à la mondialisation pour rester compétitive et être aujourd'hui le 2 ^e producteur de pneumatiques au monde. Implantée à Clermont-Ferrand, elle joue un rôle majeur dans l'attractivité de la ville et lui permet de remplir des fonctions métropolitaines inhabituelles pour des villes de taille comparable.

B. Les espaces industriels en France

Compétence – Se repérer dans l'espace
Les espaces industriels en France

À l'aide de la carte page 253, complète le tableau suivant :

Quelles métropoles commandent la production industrielle ?	Paris, Lyon, Lille, Toulouse.
Quels sont les espaces industriels les plus dynamiques ?	- La région parisienne - La région lyonnaise - L'Alsace - L'arc du Sud-Ouest
Comment les espaces industriels sont-ils reliés au reste du monde ?	- Les autoroutes transfrontalières - Les ports et les ZIP - Les aéroports - Les chemins de fer
Quels sont les vieilles régions industrielles ?	- La Lorraine - Le Nord de la France - Le bassin de St Etienne Anciens bassins miniers et sidérurgiques.



II. Les espaces productifs agricoles

A. L'exemple du vignoble champenois

Un exemple d'espace productif agricole : Le vignoble champenois

- Compétences :**
- Collaborer dans le cadre d'un travail de groupe
 - Comprendre un corpus de documents
 - Maîtriser différents langages pour raisonner



Votre société de conseil *Coco and Co* a été contactée par la mairie de Reims qui souhaite communiquer sur l'attractivité de la région et du vignoble de Champagne. Elle vous demande alors de rédiger une étude sur l'insertion de cet espace dans la mondialisation.

Vous disposez de plusieurs documents : une carte du vignoble champenois, un graphique sur les ventes de champagnes entre 2020 et 2024, une étude des exportations dans le monde et un article sur l'œnotourisme. Vous pouvez sélectionner les informations sur les documents avec un code couleur.

PLAN DE L'ÉTUDE

Introduction – Présentation du vignoble champenois

- ❖ Géographie (situation, région, ville sous-préfecture).
- ❖ Spécialité et 3 exemples de vignobles.
- ❖ Réputation et statut de la ville d'Épernay.

Problématique et annonce du plan (à recopier)

Comment le vignoble champenois s'insère-t-il à la mondialisation ? Dans une première partie, nous aborderons les connexions de cet espace avec le monde et ses aspects économiques puis, dans une seconde partie, les secteurs qu'il développe pour faire face aux difficultés rencontrées.

I. Un espace bien connecté au monde

- ❖ Les infrastructures de transport.
- ❖ Le commerce (marché intérieur et extérieur, principales régions d'export, évolution globale depuis 2020, en volume et en valeur).

II. De nouvelles activités pour répondre aux difficultés

- ❖ Secteur développé (définition).
- ❖ Classement et ses 3 conséquences.

Conclusion

- ❖ Réponse à la problématique en résumant chaque partie en 1 phrase chacune.

ÉLÉMENTS DE FORME

- ❖ Utilisez des connecteurs logiques pour introduire chaque idée.
- ❖ Revenez à la ligne à chaque nouvelle idée.
- ❖ Commencez chaque nouveau paragraphe par un alinéa de 2 carreaux.
- ❖ Sautez une ligne entre l'introduction, la partie 1, la partie 2 et la conclusion.



Le vignoble champenois est situé dans le nord-est de la France, dans la région administrative du Grand Est, à proximité de Reims. C'est un vignoble français important, spécialisé dans les vins effervescents produits, par exemple, dans la vallée de la Marne, la côte de Blancs ou la côte des Bars. Il bénéficie d'une renommée mondiale du fait de sa réputation liée au luxe. Épernay porte même le titre de capitale mondiale du Champagne.

Comment le vignoble champenois s'insère-t-il à la mondialisation ? Dans une première partie, nous aborderons les connexions de cet espace avec le monde et ses aspects économiques puis, dans une seconde partie, les secteurs qu'il développe pour faire face aux difficultés rencontrées.

Tout d'abord, cet espace est bien connecté avec le monde. Il est relié à l'ensemble du territoire français grâce aux autoroutes (comme l'A4, l'A26 ou l'A5) et à la ligne TGV reliant Paris et Strasbourg en passant par la gare de Reims. Sa proximité avec la capitale lui permet d'avoir accès aux aéroports internationaux de Roissy et d'Orly.

Ainsi, en 2024, même si le marché interne reste important, l'internationalisation du commerce du champagne est marquée avec des fortes exportations en Europe (Royaume-Uni, Allemagne...), aux États-Unis ou encore au Japon. Cependant, si après la crise de la COVID 19, le nombre de bouteilles vendues a augmenté passant de 244 millions en 2020 (pour une valeur de 4,2 milliards) à 325 millions en 2022 (6,2 milliards), leur nombre ne cesse de diminuer depuis pour atteindre 271 millions en 2024 (5,8 milliards).

Pour répondre à ces difficultés, la région souhaite développer de nouvelles activités, notamment l'œnotourisme (tourisme regroupant les activités liées à la découverte du vin : dégustation, visite de cave, d'exploitation, musée...). **Dès lors**, le classement de plusieurs vignobles au Patrimoine mondial de l'UNESCO a permis de changer l'image du territoire, de préserver le patrimoine local et d'augmenter l'activité touristique (plus de 60% de nuitées à Reims depuis 2016), notamment internationale avec des touristes originaires d'Allemagne, des Pays-Bas ou du Royaume-Uni. Ainsi, l'activité touristique contribue à améliorer la santé économique du territoire et entraîne la création de nombreux emplois.

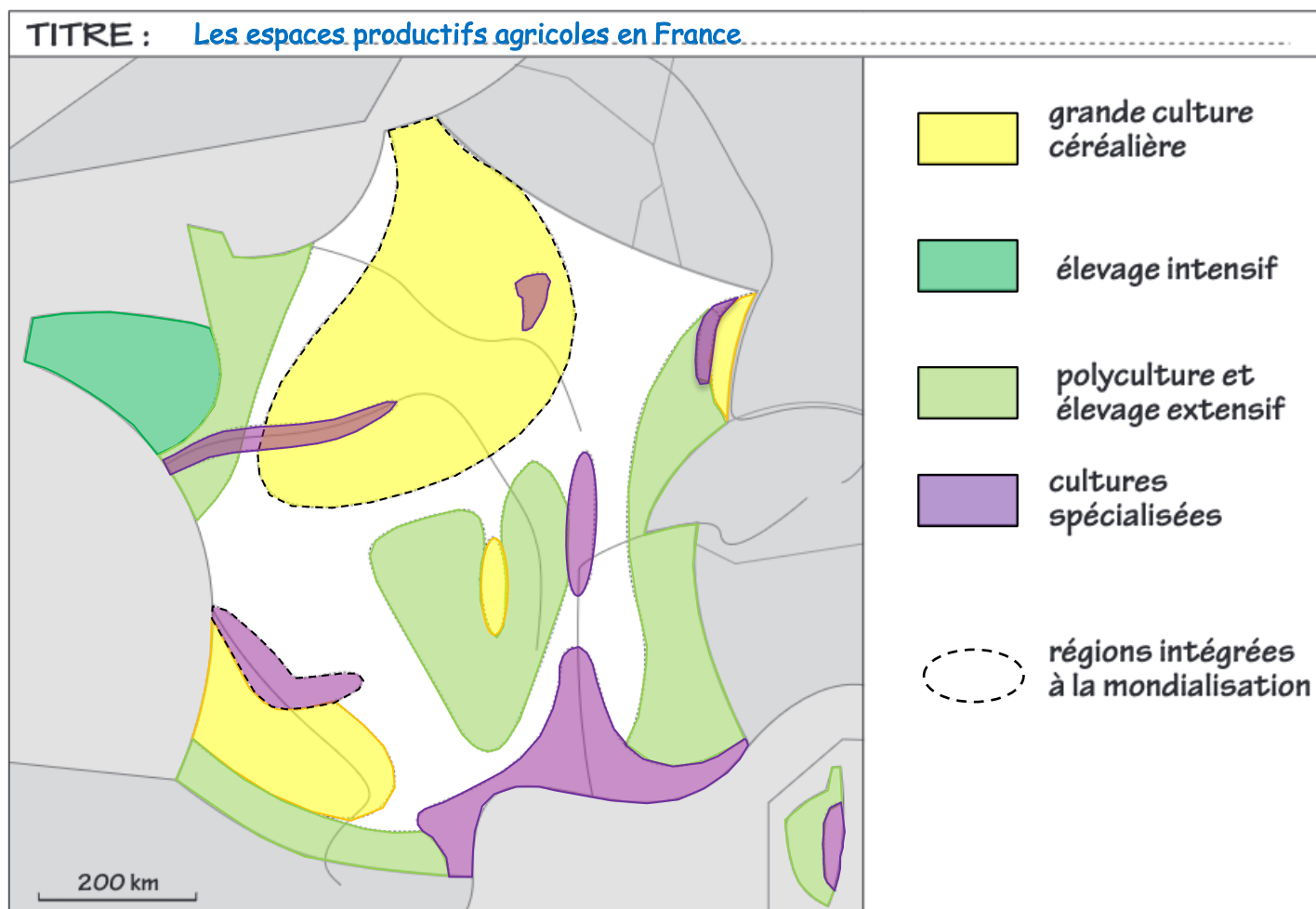
Pour conclure, le vignoble champenois est bien un espace productif agricole dynamique qui s'insère à la mondialisation grâce aux infrastructures de transport qui le relient au reste du monde. Pour répondre aux difficultés récentes de la filière vin, les acteurs locaux ont su se diversifier et développer de nouvelles activités pour vitaliser un peu plus le territoire.

B. Les espaces agricoles en France

Compétence – Se repérer dans l'espace
Les espaces agricoles en France

À l'aide de la carte page 257, complète le tableau suivant :

Dans quelles régions se situent les régions céréalières ?	- L'Aquitaine. - Le bassin parisien.
Quelle région regroupe des élevages intensifs ?	La Bretagne, notamment les élevages de porc.
Quelles régions regroupent des cultures spécialisées (fruits, légumes, vignes,...)	- Le bassin méditerranéen - La vallée du Rhône - La Bourgogne - L'Alsace - La Champagne - Le Bordelais - Le Val de Loire - La Corse
Quelles régions sont les moins dynamiques en terme agricole ?	- Les différents massifs (Alpes, Pyrénées, Jura,...) - La Normandie - La Corse



III. Les espaces productifs de services

A. L'exemple de Disneyland Paris

Un exemple d'espace productif de service : Disneyland Paris

- Compétences :**
- Collaborer dans le cadre d'un travail de groupe
 - Comprendre un corpus de documents
 - Maîtriser différents langages pour raisonner



Votre société de conseil *Coco and Co* a été contactée par la mairie de Lisbonne, au Portugal, qui envisage de construire un parc de loisirs dans sa proche banlieue pour redynamiser son territoire. Elle vous demande alors de vous rendre à Disneyland Paris pour lui présenter une synthèse sur le dynamisme de cet espace productif touristique et de loisirs.

Les services communication de Disneyland Paris vous ont fourni 2 documents sur lesquels vous décider d'appuyer votre synthèse à partir du plan ci-dessous. Vous pouvez sélectionner les informations sur les documents avec un code couleur.

PLAN DE LA SYNTHÈSE

Introduction – Présentation de Disneyland Paris ☐

- 🐻 Type d'espace.
- 🐻 Date d'ouverture.
- 🐻 Situation géographique.
- 🐻 Accord et acteurs.

Problématique et annonce du plan (à recopier)

Aujourd'hui, Disneyland Paris est-il un espace productif de services dynamique ? Nous décrirons, dans une première partie, les différentes activités proposées par cet espace puis, dans une seconde, nous étudierons ses connexions et sa place économique en France.

I. Un espace uniquement de loisirs ? ☐

- 🐻 Nombre de parcs et présentation (année d'ouverture, espace occupé, exemples d'attraction).
- 🐻 Autres espaces de loisirs présents.
- 🐻 Autres activités en lien avec le monde de l'entreprise.

II. Connexions et place économique en France ☐

- 🐻 Accessibilité à l'espace et infrastructures mises en place pour l'accueil des touristes.
- 🐻 Bilan sur l'activité touristique.
- 🐻 Un acteur économique majeur (recettes, chiffre d'affaires, emplois).

Conclusion

- 🐻 Réponse à la problématique en résumant chaque partie en 1 phrase chacune.

ÉLÉMENTS DE FORME

- 🐻 Utilisez des connecteurs logiques pour introduire chaque idée.
- 🐻 Revenez à la ligne à chaque nouvelle idée.
- 🐻 Commencez chaque nouveau paragraphe par un alinéa de 2 carreaux.
- 🐻 Sauter une ligne entre l'introduction, la partie 1, la partie 2 et la conclusion.



Disneyland Paris est un espace touristique français ouvert en 1992. Situé à Marne-la-Vallée, en Seine-et-Marne, dans la région Île-de-France, il se trouve à l'est de la région parisienne. Sa création est le résultat d'un accord signé en 1987 entre l'État, les collectivités locales (la région notamment) et la société américaine The Walt Disney Company.

Aujourd'hui, Disneyland Paris est-il un espace productif de services dynamique ? Nous décrirons, dans une première partie, les différentes activités proposées par cet espace puis, dans une seconde, nous étudierons ses connexions et sa place économique en France.

Tout d'abord, Disneyland Paris se compose de deux parcs. Le premier, le parc Disneyland, ouvre en 1992, s'étend sur 50 hectares et propose 40 attractions dont le château de la Belle au Bois dormant, Space Mountain ou Indiana Jones et le Temple du Péril. Le second, le parc Walt Disney Studios, ouvre en 2002, s'étend sur 25 hectares et propose 13 attractions dont Avengers Assemble, RC Racer ou World Premiere.

De plus, cet espace accueille également le Disney Village, important centre de divertissements d'Île-de-France, avec 15 salles de cinéma, la Vallée Village (boutiques), un Center Parcs ou encore le Golf Paris Val d'Europe.

Par ailleurs, Disneyland Paris se tourne aussi vers le monde de l'entreprise en proposant deux centres de convention (au Disney Hotel New York et au Disney Newport Bay Club) comptant trois salles de conférences et 95 salles de réunions. Au total, 18 000 m² sont dédiés aux entreprises et Disneyland Paris organise près de 500 événements par an.

Ensuite, pour faciliter sa connexion au monde, en plus de l'autoroute A4 le reliant à Paris par le service de navette Disneyland Paris Express, Disneyland Paris dispose en son sein d'une gare TGV, Marne-la-Vallée - Chessy, premier hub TGV de France en nombre d'interconnexions. La région a également financé le prolongement de la ligne du RER A jusqu'aux abords du parc. De plus, cet espace est relié aux aéroports internationaux Aéroport de Paris-Charles-de-Gaulle et Aéroport de Paris-Orly par la navette Magical Shuttle. Ainsi, Disneyland Paris se trouve à moins de trois heures des principales villes européennes par avion ou par train. De même, pour accueillir sa clientèle, cet espace compte sept hôtels Disney, six hôtels partenaires, de nombreux points de restauration et des boutiques.

Grâce à ces atouts, Disneyland Paris est la première destination touristique en France et en Europe avec, entre 1992 et 2022, 375 millions de visiteurs, dont la moitié d'étrangers. Rien qu'en 2024, cet espace a accueilli 15,8 millions de touristes. Il permet également de dynamiser les visites de Paris : 52 % de ses visiteurs déclarent également découvrir la ville lors de leur séjour.

Enfin, Disneyland Paris est un acteur économique majeur : depuis 1992, il représente 6 % des recettes touristiques françaises et son chiffre d'affaires en 2024 s'élève à 2,4 milliards d'euros. En 2026, les parcs comptent 19 000 salariés et ils sont à l'origine de la création de 63 000 emplois directs et indirects.

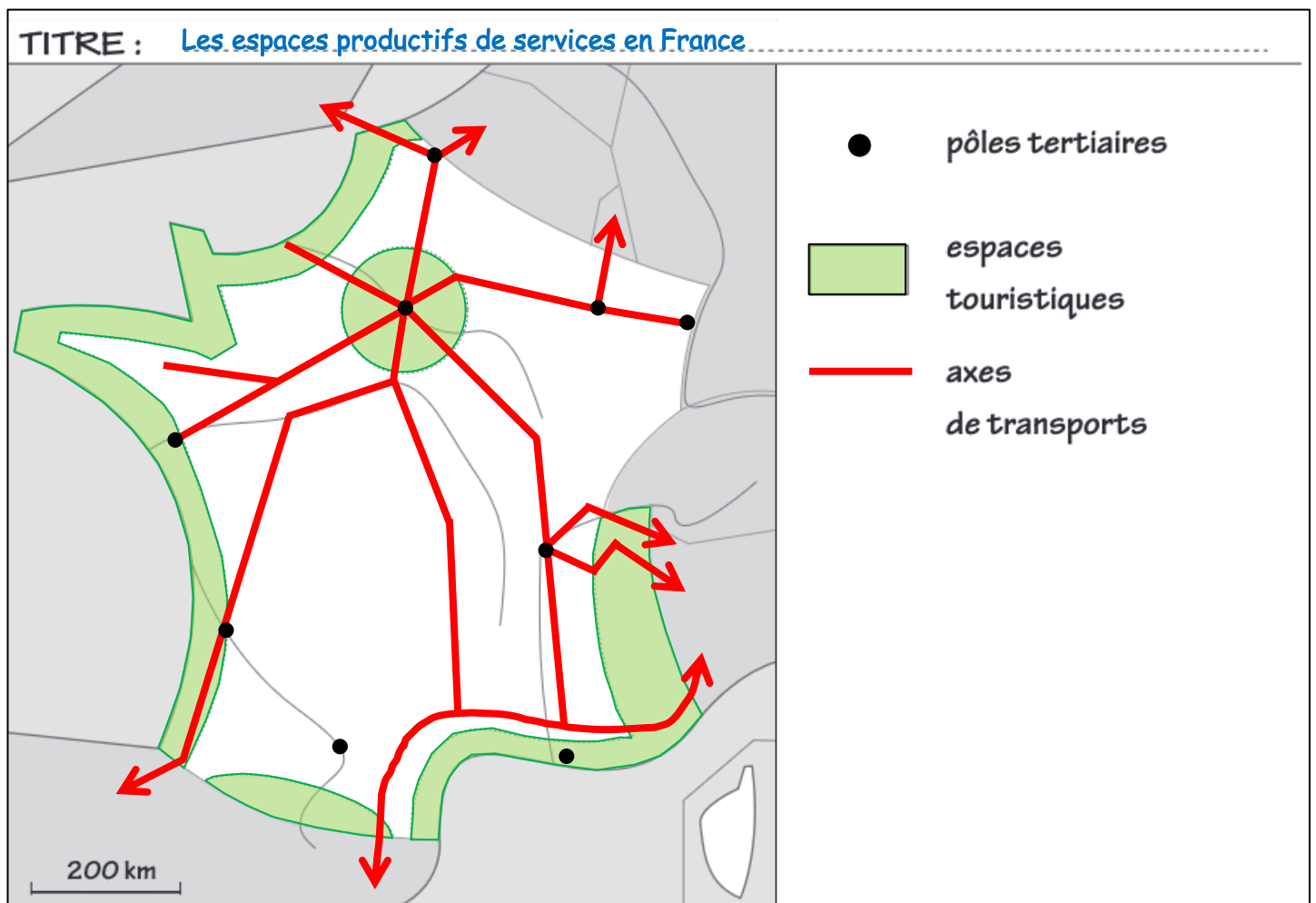
Pour conclure, Disneyland Paris est bien un espace productif de services dynamique de par la diversité des activités proposées et le poids économique considérable qu'il représente.

B. Les espaces de services en France

Les espaces de services en France

À l'aide de la carte page 261, complète le tableau suivant :

Où se concentrent les espaces de services ?	Dans les villes, notamment les métropoles
Quelles sont les 5 villes les plus touristiques de France ?	Paris, Lyon, Nice, Toulouse, La Rochelle
Quels sont les autres espaces touristiques en France ?	- Les littoraux. - Les montagnes (ski). - Les parcs de loisirs. - Les sites culturels et religieux.
Quels liens peut-on faire entre les espaces de services et transports ?	Les espaces de services sont bien connectés grâce à la multiplication des infrastructures de transport les desservant.



Exemple : Paris avec le quartier de La Défense ou Lyon avec le quartier de La Part Dieu ou de Biopôle.

Exemple : Paris, Lyon, Marseille... Zones commerciales.

Exemple : nombreux atouts : littoraux, montagnes, patrimoine, parcs... Disneyland Paris génère plusieurs millions de chiffre d'affaires par an.

Concentration dans les grandes villes, bien desservies

Grandes surfaces et entrepôts dans les périphéries des villes

Les **espaces de service** se diversifient.

La France est le 1^{er} pays touristique au monde (102 millions en 2025)

Les **espaces agricoles** se spécialisent.

Les petites parcelles disparaissent pour des grandes

Modernisation des activités en lien avec l'agriculture productivistes pour l'export

Certains espaces se spécialisent et s'intègrent à la mondialisation avec une forte valeur ajoutée

Exemple : le bassin parisien et l'Aquitaine pour les céréales ; l'élevage intensif de porcs en Bretagne.

Exemple : vignobles de Champagne se développent, s'ouvrent sur le monde et cherchent de nouveaux marchés (chinois notamment).

Exemple : hausse de la demande d'une consommation locale bio de fruits et légumes respectueuse de l'environnement.

LES ESPACES PRODUCTIFS

Avec la mondialisation, les **espaces industriels** se transforment.

L'économie mondialisée change les facteurs de localisation, au plus près des transports et d'une population qualifiée (université, technopôle)

Exemple : Michelin garde son centre de recherches et le haut de gamme à Clermont-Ferrand + Localisation près d'axes de transport.

Face à la concurrence internationale, des entreprises délocalisent leur production (coût moins élevé)

Exemple : Michelin délocalise sa production de pneus classiques.

Développement de l'agriculture biologique



Les anciens espaces industriels se reconvertissent

Exemple : les anciennes usines Michelin sont reconverties en salle de concerts.