

La Présence française dans le monde

1. Le poids de la France dans le monde

1.1 Une des premières puissances économiques mondiales

Avec un PIB de 2 800 milliards de dollars (4,5% du PIB mondial environ), la France se situe au cinquième rang mondial, entre l'Allemagne et le Brésil – toutefois, si l'on compare les PIB à parité de pouvoir d'achat (PPA), elle n'est plus qu'au neuvième rang. Son PIB par habitant s'élève à 44 000 dollars par an, ce qui la situe au vingtième rang mondial. En Europe, la France est la deuxième puissance économique derrière l'Allemagne. Le pays est également le deuxième émetteur d'IDE à l'étranger derrière les Etats-Unis.

Le rayonnement économique de la France est du en premier lieu à de grandes entreprises multinationales : BNP Paribas (secteur bancaire), Total (hydrocarbures), Carrefour (grande distribution), LVMH (industrie du luxe), Areva (nucléaire), Renault (automobile), Veolia (environnement), etc. Au total, on compte 39 multinationales françaises dans les 500 premières entreprises mondiales. Elles réalisent 80% de leurs bénéfices à l'étranger, ce qui prouve que les grandes firmes françaises sont bien intégrées dans la mondialisation.

La France est le sixième exportateur mondial de marchandises et le quatrième exportateur de services. Ses points forts à l'exportation sont l'aéronautique, le matériel ferroviaire, l'équipement automobile, les produits pharmaceutiques, le luxe et l'agroalimentaire. Toutefois, ces exportations ne suffisent pas à compenser les importations massives, notamment le pétrole. De ce fait, la balance commerciale française est largement déficitaire depuis plusieurs années (environ 40 milliards d'euros par an).

1.2 L'influence géopolitique

La France est une puissance militaire importante puisqu'elle appartient depuis 1960 au « club » très fermé des pays détenant l'arme nucléaire. Elle dispose d'une armée de métier moderne et bien équipée, qui participe à des missions de l'OTAN ou sous mandat de l'ONU, puisque le pays a réintégré le commandement de l'organisation qu'il avait quitté en 1966. La France se place au troisième rang mondial pour les dépenses militaires et au quatrième rang pour les exportations d'armement : Nexter (ex-Giat Industries) exporte le char Leclerc, Dassault Aviation le Rafale et Thales des aéronefs et des systèmes électroniques.

Grâce aux DROMS hérités de son passé colonial, la France dispose de bases militaires dans toutes les mers du monde, ce qui peu lui permettre d'intervenir rapidement sur tous les théâtres d'opération. La base de Kourou, en Guyane, permet le lancement de satellites, mais elle est également exploitée à des fins militaires dans la mesure où elle abrite un Centre de contrôle militaire (CCM) effectuant des missions de surveillance et de renseignement. L'armée française dispose en outre de bases permanentes dans plusieurs pays d'Afrique (Sénégal, Côte d'Ivoire, Tchad, Gabon et Djibouti) et, en 2009, elle a ouvert une première base dans le Golfe, à Abou Dhabi.

Dans le domaine diplomatique, la France peut s'appuyer sur un réseau d'ambassades et de consulats étendu, le deuxième au monde derrière celui des Etats-Unis. Elle fait également partie depuis 1945 des cinq membres permanents du Conseil de sécurité de l'ONU, ce qui lui permet d'opposer son veto aux résolutions qui iraient à l'encontre de ses intérêts stratégiques ou de ses principes. Ainsi, en 2003, elle n'a pas hésité à brandir cette menace, contraignant ainsi les Etats-Unis à renoncer à proposer une résolution pour intervenir militairement en Irak.

1.3 La francophonie

Près de 220 millions de personnes sont francophones dans le monde. Le Français demeure donc une langue internationale – il est d'ailleurs considéré comme une langue officielle à l'ONU, à l'Union européenne et au Comité internationale olympique. 75 Etats sont membres de l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF), soit plus du tiers des Etats membres de l'ONU. Sa mission est de promouvoir la langue française, mais également les valeurs que la France entend porter, paix, démocratie, droits de l'homme, etc.

Un réseau de plus de 1 000 centres de l'Alliance française, implantés dans 136 pays, assure également la promotion du français : ils accueillent 450 000 personnes par an et plus de 6 millions d'étrangers participent à leurs activités culturelles. Le français est en outre promu par 461 établissements scolaires à l'étranger et diffusé par des médias internationaux tels que la radio RFI (35 millions d'auditeurs à l'étranger) et les chaînes de télévision TV5 Monde et France 24 (reçues par plus de 200 millions de foyers).

Enfin, les deux millions de français vivant à l'étranger contribuent également à diffuser la langue et la culture française. De la même manière, les étrangers installés en France pour des raisons professionnelles ou pour leurs études – avec 278 000 étudiants étrangers en France en 2011, la France est le troisième pays d'accueil au monde – se font les relais de la diffusion de la culture, des valeurs et de la langue françaises.

2. Rayonnement et attractivité

2.1 La place de la France dans les grandes institutions internationales

Au sein de l'OMC, du G 8, du G 20 et des autres grandes institutions internationales (l'ONU et les organisations qui en dépendent, notamment), la France promeut ses intérêts et son modèle. On peut noter que l'OMC est dirigée par un français, Pascal Lamy, et que c'est également une française, Christine Lagarde, qui est présidente du FMI. La contribution financière de la France au budget des organisations internationales (OI) s'élève à près de 900 millions d'euros (chiffre 2011), dont 60% sont consacrés à l'ONU.

Certaines de ces organisations internationales ont leur siège en France. C'est le cas de l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO, à Paris), Interpol (Lyon), le Centre international de la recherche sur le cancer (CIRC, à Lyon également) ou l'Organisation mondiale de l'eau (Marseille). La présence de la France dans toutes les organisations citées renforce donc l'influence de la France au plan international.

C'est également le cas au sein des institutions de l'Union européenne. Les grands pays, comme la France ou l'Allemagne, disposent en effet de plus de voix que les Etats moins peuplés. Plusieurs institutions européennes sont basées à Strasbourg : le Parlement européen, le Conseil de l'Europe et la Cour européenne des droits de l'homme, ainsi qu'une quinzaine d'autres institutions. Là encore, les représentants de la France entendent prôner les valeurs de la France ou son modèle social, face au modèle anglo-saxon considéré comme plus libéral.

2.2 Le rayonnement politique et culturel de la France

L'image de la France, pays des droits de l'homme et terre d'asile pour les réfugiés politiques (plus de 160 000 en 2011), demeure forte, bien qu'elle soit parasitée par les politiques de lutte contre l'immigration clandestine. Le pays porte également des valeurs de démocratie et de liberté à travers sa diplomatie, ce qui entraîne parfois des tensions avec des Etats étrangers : avec la Russie, concernant le problème de la Tchétchénie, ou avec la Chine, sur les questions du Tibet et des opposants politiques.

L'influence politique de la France passe également par une tradition d'aide au développement. La France est en effet le second donateur mondial (en pourcentage du PIB) pour l'aide publique au développement (APD). Toutefois, cette influence est parfois vécue comme une forme de néocolonialisme et les relations entre la France et certains milieux dirigeants d'Afrique sont dénoncées par certains (la « Françafrique »). La politique humanitaire de la France à l'étranger est également portée par de nombreuses ONG comme Médecins sans Frontières ou Médecins du Monde.

Quant au rayonnement culturel français, il est ancien : le français a longtemps été la langue des élites cultivées et de la diplomatie internationale. Les philosophes des Lumières sont à l'origine d'une longue influence culturelle et littéraire française. L'image d'une France raffinée est véhiculée par une production littéraire et artistique défendues par le principe d'exception culturelle que la France a porté. L'art de vivre à la française, le rayonnement international de Paris, la haute-couture et la cuisine contribuent également à l'image de la France à l'étranger.

2.3 Un pays attractif

La France demeure un carrefour pour les investissements étrangers : c'est le troisième pays au monde pour l'accueil d'IDE, le premier en Europe. C'est ainsi que les filiales de groupes étrangers emploient un salarié sur quatre dans le secteur manufacturier où elles réalisent 30% de la valeur ajoutée et contribuent à 20% de la recherche et du développement. Les principaux atouts de la France sont la densité de ses infrastructures, le niveau de qualification globalement élevé de sa main-d'œuvre et la qualité de la vie en général.

Cette attractivité se manifeste également dans le secteur du tourisme. Avec 80 millions de touristes par an (10% du flux mondial), la France est le premier pays touristique au monde – le troisième seulement en termes de chiffre d'affaire. Cette performance s'explique par la diversité de l'offre touristique : stations balnéaires variées, stations de sports d'hiver, diversité des paysages, patrimoine culturel (architecture, mode, gastronomie), importance de Paris, pôle touristique de rang mondial, etc.

Enfin, la France est attractive pour les étrangers. En 2011, l'Office français de l'immigration et de l'intégration (OFII) a accueilli plus de 100 000 primo arrivants, tandis que l'OFPRA a accordé le statut de réfugiés à plus de

8 000 demandeurs d'asile. Certains jugent ces chiffres très insuffisants et critiquent la politique de limitation de l'immigration de la France – qui fait l'objet de vifs débats. Mais le fait même que la France soit la destination réceptrice de flux migratoires, clandestins ou non, montre que le pays paraît attractif à de nombreux étrangers, à tort ou à raison.

3. Limites et freins à la présence française

3.1 Les faiblesses économiques

La France est largement dépendante de ses importations, en particulier dans le domaine des ressources énergétiques. La balance commerciale est largement déficitaire, puisque la plus grande partie de ce qui est consommé en France est produite à l'étranger. D'autre part, le niveau élevé d'endettement public affaiblit le pays, qui doit emprunter sur les marchés internationaux pour financer son déficit. Tout le monde s'accorde à dire que celui-ci doit être réduit, mais les désaccords sur la façon de désendetter le pays divisent la classe politique.

L'économie française souffre de problèmes structurels. La production de biens d'équipements est insuffisante, surtout si on la compare au voisin allemand. Les exportations françaises sont principalement dirigées vers l'Europe, qui connaît une croissance faible. Surtout, les exportations sont principalement réalisées par de grandes firmes internationales et trop peu par des petites et moyennes entreprises – le nombre d'entreprises moyennes est d'ailleurs insuffisant. Enfin, le secteur de la recherche et du développement n'est pas suffisamment développé et une partie de la population n'est pas qualifiée pour les métiers d'avenir.

Au total, la France a du mal à s'affirmer dans le contexte de la mondialisation. La part du pays dans le commerce mondial stagne sous les 4% et la France subit la concurrence des puissances émergentes – Chine, Inde, Brésil, etc. La nouvelle division internationale du travail (NDIT) entraîne des délocalisations, notamment dans le secteur industriel, et l'externalisation de services dans des pays à faible coût de main-d'œuvre.

3.2 Une influence politique et culturelle contestée

La montée en puissance des puissances émergentes se traduit également sur le plan politique. La place de la France au Conseil de sécurité de l'ONU est ainsi contestée par des Etats bien plus peuplés, qui revendiquent une place plus importante dans le domaine international. D'une façon générale, la diplomatie française recule en Afrique, où elle était traditionnellement très influente depuis la fin de la période coloniale. Et dans le « concert des nations », la France doit se résoudre à n'être qu'une puissance moyenne.

Sur le plan culturel, la France peine également à maintenir son rang. L'anglais gagne du terrain comme langue internationale et les productions culturelles françaises ont du mal à trouver un public à l'étranger, à l'exception de quelques belles réussites. Dans le domaine de la mode, Paris se voit disputer la place de capitale mondiale par Londres ou Milan. Dans le domaine de la gastronomie, les chefs français sont toujours demandés à l'étranger mais la cuisine française est concurrencée par de jeunes chefs étrangers.

Il est difficile de mesurer le recul de l'influence et de l'image culturelle de la France à l'étranger. Toutefois, il contribue à enfermer la France dans un certain nombre de clichés : pays du vin, du fromage et du luxe, la France n'est plus considérée mondialement comme un pays au rayonnement important.

3.3 Le débat sur le déclin français

Les ouvrages et les articles se sont multipliés sur le thème du déclin français : *La France qui tombe* (Nicolas Baverez), *France, état critique* (Jean Peyrelevade), etc. Pour caractériser ceux qui pensent observer ou prévoir le déclassement de la France sur le plan économique, diplomatique ou culturel, le terme de « déclinologues » a été forgé. On peut toutefois observer que ce type de discours n'est pas nouveau, mais qu'il a été revivifié par la mondialisation. D'autres observateurs soulignent au contraire les atouts qui permettraient à la France de maintenir, voire d'accroître son rayonnement : une démographie plus dynamique que celle de ses voisins, un patrimoine exceptionnel, l'existence de secteurs innovants et d'une recherche performante, etc. Il est donc impossible de trancher entre les prévisions optimistes ou pessimistes des uns et des autres.

Quant à la réflexion sur le rayonnement de la France au plan international, elle doit également être nuancée. Là encore, la France peut compter sur des atouts : sa présence à l'étranger, son histoire, ses spécificités culturelles, etc. Mais il est clair que l'émergence de nouveaux pays dans un monde multipolaire représente un défi pour la France.

La France, pôle touristique mondial

1. Un secteur dynamique de l'économie française

1.1 La première destination touristique mondiale

La France est la première destination touristique mondiale, devant les Etats-Unis, l'Espagne et la Chine. Elle a accueilli plus de 74 millions de touristes étrangers en 2010 (25 millions en 1975), ce qui représente près de 9% des flux touristiques internationaux. En outre, 50 millions de touristes français effectuent également des déplacements touristiques sur le territoire national chaque année.

Les touristes étrangers viennent très majoritairement des Etats proches de l'Union européenne : 55% sont originaires du Royaume-Uni, d'Allemagne, du Benelux et d'Italie, 75% des touristes visitant la France sont européens. Le nombre de touristes en provenance d'Amérique du nord demeure toutefois important : 2,9 millions d'Américains ont visité la France en 2010, ce qui a permis au pays de supplanter le Royaume-Uni dans ce domaine.

Le nombre de touristes en provenance des pays émergents est en constante augmentation. Il progresse principalement pour les touristes originaires d'Amérique latine (augmentation de 20% en 2011, grâce au développement d'une classe moyenne au Brésil), d'Asie (+ 15%, principalement grâce à la Chine et l'Inde), de Russie et du Moyen-Orient.

1.2 Le poids du tourisme dans l'économie

Le tourisme représente environ 8% du PIB français et génère un solde commercial excédentaire de plus de 6 milliards d'euros (36 milliards d'euros de recettes en 2010). En termes de poids dans l'économie française, il représente près de quatre fois plus que l'agriculture.

Toutefois, c'est un secteur sensible à la conjoncture internationale, qui a connu un premier ralentissement après les attentats du 11 septembre 2001 et un second après la crise économique de 2009. Depuis deux ans, on observe une reprise de l'activité : les difficultés économiques des voisins européens sont compensées par le dynamisme des arrivées en provenance des BRIC. Les niveaux de 2007 n'ont toutefois pas été retrouvés.

Le secteur touristique concerne 235 000 entreprises et génère environ 2 millions d'emplois (environ 1 millions d'emplois directs et autant d'emplois indirects), soit près de 7% de la population active. Les branches concernées sont très diverses : hôtellerie, restauration, nautisme, parcs de loisirs, transports, etc. Toutefois, il faut préciser que de nombreux emplois de ce secteur sont temporaires ou faiblement rémunérés.

1.3 Le paradoxe français

Première destination au monde, la France n'est qu'au troisième rang mondial pour les recettes générées par le tourisme, derrière les Etats-Unis et l'Espagne. En effet, 14 millions d'étrangers effectuent un simple transit en France, passant une simple nuit dans le pays avant de partir vers des stations balnéaires espagnoles ou dans d'autres pays.

De même, de nombreux touristes effectuent de brefs passages en France – quelques nuitées seulement –, généralement à Paris. Ils visitent quelques lieux emblématiques mais ne font que traverser le pays dans le cadre d'un voyage plus long. De ce fait, les touristes qui voyagent aux Etats-Unis ou en Espagne dépensent en moyenne trois fois plus que ceux qui voyagent en France.

Cette situation interpelle les pouvoirs publics et les différents acteurs, qui connaissent l'importance économique de ce secteur et l'enjeu qu'il représente pour l'emploi. La priorité est de s'adapter à une concurrence internationale de plus en plus attractive et de promouvoir l'image de la France à l'étranger ainsi que la qualité de l'accueil.

2. Les atouts de la France

2.1 Les atouts géographiques de la France et le patrimoine français

La position géographique de la France, à proximité des grands bassins émetteurs de flux touristiques, est un premier avantage. Mais la diversité géographique du pays représente un autre atout : la France fait partie des pays disposant de façades littorales étendues aux climats variés, d'un vaste domaine montagneux lui aussi varié (haute et moyenne montagne) permettant une diversité des activités et de vastes parcs naturels.

Les régions françaises bénéficient également d'un patrimoine architectural ancien – vieilles villes, cathédrales, monuments, etc. – et d'un riche patrimoine culturel : les grottes de Lascaux, les châteaux de la Loire, le Mont

Saint-Michel, etc. Certains de ces sites sont classés au patrimoine mondial de l'UNESCO, comme la Réunion ou les remparts de Carcassonne.

L'art de vivre à la Française, la gastronomie et le vin reviennent régulièrement dans les enquêtes effectuées auprès des touristes qui ont choisi de visiter la France. Pour prendre l'exemple des touristes brésiliens de plus en plus nombreux à venir en France, ils cherchent avant tout à s'immerger pour « vivre à la française », alors que leurs séjours aux Etats-Unis relèvent plus, selon eux, du « tourisme-shopping ».

2.2 Des équipements de qualité

En matière d'hébergement, la France s'est dotée d'un réseau dense et varié : hôtels, campings, chambres d'hôtes, gîtes ruraux, etc. Elle bénéficie également d'un développement précoce du tourisme : dès le XIXe siècle, les hôtels de luxe sont bâtis sur les littoraux atlantiques ou méditerranéens (Deauville, Cabourg, La Baule, Biarritz, Nice, Canne, etc.). Les stations balnéaires et de sports d'hiver font profit d'une longue expérience et d'une réputation internationale. En ce qui concerne l'hébergement de luxe, en 2011, un « jury palace » a choisi huit hôtels parisiens pour incarner « l'excellence à la française » pour attirer une clientèle fortunée.

Les parcs de loisirs se sont également développés, qui attirent un nombre considérable de visiteurs. Ainsi, le parc Astérix, à proximité de Paris, ou le parc Disneyland Paris de Marne-La Vallée, premier parc touristique en Europe avec plus de 8 millions de visiteurs étrangers par an (sur un peu plus de 15 millions d'entrées). Le pays offre également la possibilité de visiter de multiples parcs animaliers, zoos, aquariums, jardins botaniques, etc. L'activité touristique en France est facilitée par une bonne desserte du territoire national par le réseau de transports. Deux aéroports internationaux, Roissy et Orly, assurent l'accueil d'un public nombreux aux portes de Paris, première destination touristique du pays. Un réseau d'aéroports nationaux, de lignes de TGV ou d'autoroutes assure la desserte de la quasi totalité des espaces dédiés au tourisme dans le reste du pays.

2.3 Les acteurs et les aménagements

L'Etat demeure le principal acteur dans le domaine des aménagements. Un secrétariat d'Etat chargé du tourisme, dépendant du Ministère des Finances, analyse chaque trimestre la fréquentation touristique du pays, par le biais d'une enquête sur les visiteurs venant de l'étranger (EVE). Il met en outre à la disposition des professionnels du tourisme des informations-clés, stratégiques et juridiques, dans le cadre de la « Veille Info Tourisme ».

Les collectivités territoriales ont également pleinement compris les enjeux économiques que représente ce secteur d'activités en termes de devises et d'emploi. Elles doivent à la fois favoriser le développement touristique de leurs territoires et gérer les conséquences d'une arrivée massive et souvent saisonnière de flux touristiques. Dans les régions enclavées, leur objectif est de promouvoir leurs atouts grâce aux offices régionaux de tourisme et parfois à des campagnes nationales de publicité. A tous les niveaux, le développement du tourisme fait partie des enjeux de l'aménagement des territoires.

Les professionnels du tourisme sont enfin aidés par de nombreux réseaux, régionaux ou nationaux, ainsi que par des sociétés de conseils privées. De nombreux portails se sont développés sur Internet pour les informer et les conseiller dans le domaine du profil des clients, des agences de voyage, des informations juridiques, etc. La clientèle internationale y tient une place privilégiée.

3. Des espaces inégalement attractifs et des fragilités

3.1 Des espaces inégalement attractifs

Les espaces littoraux et les montagnes sont les plus attractifs, en particulier la Côte d'Azur et les Alpes du Nord (130 stations dans ce seul massif). Le littoral méditerranéen bénéficie de son ensoleillement, de la réputation des grandes stations comme Saint-Tropez, Cannes, Antibes ou Saint-Jean-Cap-Ferrat. Les littoraux de l'atlantique et de la Normandie sont un peu moins fréquentés. En montagne, les stations les plus connues comme Courchevel attirent les visiteurs les plus aisés.

Les villes sont également une destination privilégiée, en raison de leur patrimoine historique et culturel. Paris domine largement le classement des villes les plus visitées, avec 9 des 10 sites les plus fréquentés du pays : Notre Dame de Paris attire près de 14 millions de visiteurs chaque année, le Sacré Cœur 10 millions, et la Tour Eiffel 7 millions. Les musées parisiens et le château de Versailles figurent également dans ce classement.

Au total, les régions Île-de-France, Provence-Alpes-Côte d'Azur et Rhône-Alpes totalisent plus de la moitié des nuitées hôtelières en France. D'autres régions possèdent un patrimoine qu'elles doivent développer, mais

certaines souffrent d'un certain enclavement, ou sont pénalisées par le temps restreint que les touristes étrangers passent en moyenne en France.

3.2 Des faiblesses structurelles

La qualité de l'accueil est le plus souvent pointée par les étrangers qui « plébiscitent la France, mais pas les Français », pour reprendre le titre d'un article du *Monde* : mauvaise maîtrise de l'anglais, serveurs peu souriants, citoyens distants, voire arrogants, etc. Les enquêtes réalisées auprès des touristes étrangers montrent que ces facteurs expliquent pourquoi la France a tendance à perdre des parts de marchés dans ce secteur de plus en plus concurrentiel. Ce constat s'applique également aux territoires ultramarins. La France souffre de plus en plus d'une image vieillotte d'un pays figé dans son passé.

Les infrastructures sont également parfois critiquées : les aéroports internationaux sont jugés peu accueillants, leur desserte avec le centre parisien est chère et peu pratique. D'une manière générale, la qualité de l'hébergement ne fait pas non plus l'unanimité, d'autant plus que leur coût est souvent perçu comme trop élevé par rapport aux prestations attendues – confort et nourriture médiocre brisent parfois le mythe de l'art de vie à la française.

La montée en puissance de destinations touristiques offrant des prestations de qualité supérieure à des coûts plus abordables représente un véritable défi pour le tourisme français. D'autant que la concurrence concerne à la fois le tourisme de luxe – Dubaï, Abu Dhabi – et le tourisme de masse – destinations asiatiques desservies par des transports aériens *low cost*.

3.3 Le tourisme et la question du développement durable

Depuis le développement d'un tourisme de masse en France, certaines zones ont été dégradées par le bétonnage des côtes et les stations de sports d'hiver intégrées. Certains sites ont été totalement défigurés par les infrastructures liées au tourisme – bâtiments, transports, etc. Plus de 50% des côtes françaises sont aujourd'hui urbanisées. Ces espaces touristiques souffrent également de problèmes de gestion des déchets et d'une utilisation massive des réserves d'eau et de menace pesant sur les écosystèmes.

Les acteurs de l'aménagement des territoires se sont emparés du problème. L'Etat a promulgué des lois montagne et littoral, préservé des parcs naturels nationaux ou régionaux et protégé des sites les plus exposés. Ainsi, dans les Gorges de l'Ardèche, les bivouacs et les campings sauvages ont été interdits.

Le classement au patrimoine de l'UNESCO de sites particulièrement remarquables a également permis une législation plus contraignante pour les protéger d'une fréquentation trop importante, comme pour le site de la Pointe du Raz. Toute la difficulté consiste à demeurer compétitif dans le cadre d'une mondialisation du tourisme facilitée par la révolution des transports, tout en préservant le patrimoine et la qualité environnementale des espaces touristiques.

Paris, ville mondiale

1. Un rayonnement planétaire

1.1 Une mégapole de rang mondial

Par sa population, Paris intra-muros ne se place qu'au 25^e rang mondial et au 5^e rang de l'Union européenne, avec plus de 2,2 d'habitants. Mais Paris n'est pas réductible au seul Paris intra-muros, même si celui-ci concentre les lieux du pouvoir politique, les musées, la plupart des grands sites patrimoniaux, etc.

Ainsi, avec 10,4 millions d'habitants, l'agglomération de Paris – la ville, la petite couronne et la grande couronne - se situe juste au dessus du seuil défini par l'ONU pour désigner une mégapole (une agglomération de plus de 10 millions d'habitants). Pourtant située à l'écart de la mégapole européenne, l'agglomération parisienne est la deuxième en Europe par sa population – derrière Moscou - et la troisième au monde en terme de PIB par habitant – derrière Tokyo et New York.

Paris est en outre au cœur de la région Île-de-France qui réalise 30% du PIB et 16% des exportations du pays. La ville de Paris rassemble 40% des emplois de l'agglomération alors qu'elle ne représente que 23% de sa population – à plus de 80%, il s'agit d'emplois dans le secteur tertiaire.

1.2 Un centre d'impulsion de la mondialisation

Paris exerce des fonctions de commandement économique et financier au niveau international. La mondialisation renforce le poids de ces fonctions, comme pour les autres mégapoles, mais Paris semble en profiter plus : ainsi, elle se situe en troisième position des villes mondiales dans les études prenant en compte la production de services avancés. Sur les 500 premières FTN, 39 ont leur siège social à Paris ce qui place la capitale au second rang mondial derrière Tokyo.

Paris bénéficie d'une très bonne accessibilité, puisqu'elle se situe au premier rang mondial selon le classement Global Power City paru en 2010. Elle dispose de deux aéroports internationaux, et de 11 aéroports d'affaires. C'est d'ailleurs la première ville de congrès internationaux au monde, la première en Europe pour l'organisation de salons et la première destination touristique mondiale (28 millions de visiteurs par an, dont 18 millions d'étrangers).

Paris possède également un poids politique et diplomatique important puisqu'elle abrite le siège de deux organisations internationales, l'UNESCO et l'OCDE. Plus de 180 Etats y sont représentés par des ambassades et des consulats. C'est également la capitale de l'un des pays les plus puissants de l'Union européenne, l'un des fondateurs historiques de l'UE et l'une des puissances considérées comme les moteurs de la construction européenne.

1.3 Une métropole culturelle

Capitale de la mode, du luxe, de la gastronomie et d'un « art de vivre à la française », Paris dispose d'une bonne image dans le monde, même si ce n'est pas forcément le cas des Parisiens eux-mêmes. Cette image contribue évidemment à l'attractivité touristique de la ville, ce qui renforce encore son poids économique. Toutefois, dans le domaine de la création contemporaine (mode et arts), Paris a perdu de son influence par rapport à d'autres villes mondes comme Londres, Berlin ou New-York.

La vie culturelle est très dense dans la capitale ainsi que dans toute l'agglomération. De nombreux monuments, musées (Le Grand Louvre, Orsay, etc.), théâtres, salles de spectacle, deux salles d'opéra (l'Opéra Bastille et le Palais Garnier) et de multiples salles de spectacle confèrent à Paris le premier rang mondial en matière d'activités culturelles.

Toutefois, outre la perte d'influence déjà évoquée, certains ouvrent le débat de la muséification, voire de l'ossification de la ville et de son manque de dynamisme. Paris, véritable « musée à ciel ouvert », doit-elle à tout prix conserver ses particularités ou peut-elle moderniser son image ? La question a été largement débattue lorsqu'il a été question de bâtir des tours dans Paris intra-muros.

2. Une métropole polycentrique et fragmentée

2.1 Plusieurs centres d'activités spécialisées

Les lieux de commandement politique sont regroupés au cœur de la capitale, dans un triangle formé par le Sénat, le siège de l'OCDE et le Palais de l'Élysée, intégrant l'Hôtel Matignon, l'Assemblée nationale et le siège de l'UNESCO. C'est également le périmètre de nombreux ministères et de la plupart des ambassades et des consulats.

Mais les autres activités sont éclatées entre plusieurs pôles : le siège des grandes entreprises sont partagés entre le VIII^e arrondissement et le quartier de la Défense. La Bourse et le Ministère de l'Economie et des Finances sont dans Paris intra-muros, tandis que la recherche et les hautes technologies sont concentrées sur le plateau de Saclay. Le tourisme se partage également entre Paris même et Disneyland ou le Parc Astérix, à la périphérie de l'agglomération. Enfin, la logistique est concentrée autour des deux aéroports et des ports fluviaux. La fonction résidentielle demeure présente dans l'ensemble de l'agglomération, même si elle est en recul dans les arrondissements centraux.

2.2 Une agglomération en mutation

Le patrimoine de Paris est constamment renouvelé par de nouveaux projets architecturaux, souvent souhaités par les présidents successifs : le Centre Pompidou, le Grand Louvre, l'Opéra Bastille, la Grande Arche de La Défense, l'Institut du monde arabe, la BNF, le musée du quai Branly, etc., sont autant de réalisations dont le but était de renforcer l'image de métropole culturelle de la ville.

Les mutations concernent également le reste de l'agglomération parisienne, puisqu'il s'agit pour la mégapole de conserver son rang mondial. Ainsi, les projets d'aménagements du quartier d'affaires de La Défense, la Construction du Stade de France, les projets de renforcement des activités logistiques autour des aéroports ou de recherche sur le plateau de Saclay représentent autant d'enjeux dans la compétition mondiale entre les villes mondes.

Dans les années 1960, il s'agissait pour les autorités publiques chargées de l'aménagement du territoire de rééquilibrer le poids de Paris par rapport à la province, de réduire la macrocéphalie parisienne. Le débat a évolué, puisqu'il s'agit aujourd'hui pour Paris de conserver voire d'étoffer son rang mondial, puisque Paris est la seule métropole française à pouvoir résister à la concurrence mondiale.

2.3 La ségrégation spatiale et sociale

Elle est visible dans Paris intra-muros et se traduit par deux phénomènes : une tendance au départ des catégories sociales les plus défavorisées vers la périphérie de la capitale, du fait de la spéculation immobilière, et un renforcement des inégalités sociales entre les différents arrondissements de Paris.

Cette ségrégation se retrouve dans la banlieue parisienne, où l'on observe de fortes disparités entre les départements qui bordent la capitale, et à une échelle inférieure, entre les quartiers composant les villes de ces départements. Paris est ainsi placé au premier plan dans le débat sur la communautarisation – sociale et culturelle – qui travaille la société française.

Il faut également évoquer la pauvreté des espaces périurbains de la capitale, souvent occultée dans les médias par la fracture entre les banlieues aisées et les « quartiers » ghettosés. Les catégories populaires, employés, ouvriers, actifs ou retraités, vivant dans les zones périurbaines voire rurales, souffrent également de la pauvreté et d'un taux de chômage élevé. Cette situation s'explique par l'éloignement de ces populations des lieux économiques et de pouvoir, donnant accès à des emplois qualifiés et plus stable. Cette fracture peu connue a été récemment mise en lumière par le géographe Christophe Guilluy dans un essai intitulé *Fractures françaises* paru en 2010.

3. Les enjeux du Grand Paris

3.1 Les problèmes et les défis

Outre la compétition constante avec les autres mégapoles européennes, Paris est confrontée à de sérieux défis : baisse de la croissance du PIB, destructions d'emplois, solde migratoire déficitaire, problèmes de transports et de logement, question de l'emploi, etc. Le projet du Grand Paris, lancé en 2007, a pour objectif de permettre à la ville de relever ces nombreux défis et de pallier à des insuffisances.

Le problème principal concerne sans doute les transports : la desserte des deux aéroports internationaux, comme celle du plateau de Saclay, doit être améliorée afin que ces espaces conservent leur attractivité ou l'étoffent. De même, la connectivité entre Paris-centre et la banlieue, ainsi que les transports entre différentes banlieues doivent être améliorés.

Le second problème concerne à la fois le logement et l'emploi. Il est devenu très difficile, pour les jeunes et les classes moyennes, de s'installer dans Paris, à cause du coût important de l'immobilier. Le rejet en périphérie des classes populaires – Paris ne compte plus que 5% d'ouvriers – pose la question de la mixité sociale, mais a également des répercussions sur l'emploi du fait de l'éloignement et du problème des transports.

3.2 Renforcer la Région Capitale dans son rôle de ville-monde

Il s'agit tout d'abord de renforcer la place de Paris et de sa région dans la compétition entre les métropoles mondiales. L'Etat, en partenariat avec la région Île-de-France et les autres collectivités territoriales, ont prévu des investissements importants à moyen terme : un métro automatique, reliant les deux grands aéroports entre eux et avec le cœur de Paris, un projet de construction de 70 000 logements par an ; le développement de clusters, comme le plateau de Saclay ou le secteur de la Défense.

Il s'agit également de mieux insérer Paris dans les échanges maritimes : le projet « Grand Paris – Axe Seine » ambitionne d'inscrire la France au cœur des échanges économiques internationaux afin de faire du Grand Paris une véritable métropole maritime. Ce projet passe par le développement de l'axe Seine, Paris Rouen – Le Havre. La Porte Océane du Havre deviendrait alors l'avant-port de Paris : Schéma, le Grand Paris :

Cette liaison serait renforcée par une ligne de TGV entre Paris-La Défense et Rouen-Le Havre. Les nombreuses infrastructures réalisées seraient génératrices de nombreux emplois et auraient des retombées économiques importantes. L'ensemble de ces projets implique bien entendu les entreprises privées et s'inscrit également dans une démarche de développement durable.