

La France et l'UE dans le monde

Source documents : lelivresscolaire.fr

P'tit blog de Segpa



A

retenir

+

0

0

L'Europe, un pôle majeur de la mondialisation

• Grâce à l'intensité des [] entre les pays membres, l'Europe est la première [] [] du monde. [] des États membres de l'UE font partie des dix principales puissances [] mondiales.

• L'Europe s'appuie sur une [] aux rendements élevés, la deuxième [] mondiale et des [] performants (transports, tourisme, recherche, etc.). Cette puissance se fonde également sur l'[]

• L'Europe compte de nombreuses [] **transnationales**, dans des domaines diversifiés : par exemple, [] ou [] dans les transports, [] dans l'agroalimentaire, [] dans la grande distribution, [] dans l'énergie, etc. La recherche [] renforce la capacité d'[] des étudiants et des entreprises.

• Londres et Paris sont des [] au rayonnement mondial, très bien [] aux réseaux de la mondialisation. Les [] de la Northern Range forment la deuxième façade [] la plus active au monde.

• Très investie à l'[] et au **G8**, l'UE joue toutefois un rôle [] et [] marginal par rapport aux [] ou à la []. Les décisions communes dans ces domaines sont [] à prendre pour les [] États.

L'Europe, un pôle majeur de la mondialisation

- Grâce à l'intensité des échanges entre les pays membres, l'Europe est la première **puissance** commerciale du monde. Cinq des États membres de l'UE font partie des dix principales puissances économiques mondiales.
- L'Europe s'appuie sur une agriculture aux rendements élevés, la deuxième industrie mondiale et des services performants (transports, tourisme, recherche, etc.). Cette puissance se fonde également sur l'euro.
- L'Europe compte de nombreuses **firmes transnationales**, dans des domaines diversifiés : par exemple, Airbus ou Michelin dans les transports, Nestlé dans l'agroalimentaire, Carrefour dans la grande distribution, Total dans l'énergie, etc. La recherche scientifique renforce la capacité d'innovation des étudiants et des entreprises.
- Londres et Paris sont des métropoles au rayonnement mondial, très bien connectées aux réseaux de la mondialisation. Les ports de la Northern Range forment la deuxième façade maritime la plus active au monde.
- Très investie à l'ONU et au **G8**, l'UE joue toutefois un rôle politique et militaire marginal par rapport aux États-Unis ou à la Chine. Les décisions communes dans ces domaines sont difficiles à prendre pour les 28 États.

La France, grande puissance européenne et mondiale

•La France est une grande [] [], mais aussi une puissance [] au niveau mondial. Elle est membre de toutes les [] internationales, elle siège au conseil de [] de l' []. Elle est en mesure d'intervenir [] dans des [] hors de ses frontières.

•La **francophonie** assure le [] international de la [] française. Son réseau d' [] est l'un des plus importants au monde. 86 millions de [] internationaux visitent la France chaque année. Deux millions de Français sont [] à l'étranger.

•La France cherche à garder un [] mondial. Pour ce faire, elle mise sur l' [] d'évènements internationaux et sur sa capacité d' [].

•Les **territoires** [] assurent à la [] et à l'Europe des [] et une puissance géopolitique [] sur tous les continents.

La France, grande puissance européenne et mondiale

- La France est une grande puissance économique, mais aussi une puissance politique au niveau mondial. Elle est membre de toutes les organisations internationales, elle siège au conseil de sécurité de l'ONU. Elle est en mesure d'intervenir militairement dans des conflits hors de ses frontières.
- La **francophonie** assure le rayonnement international de la langue française. Son réseau d'ambassades est l'un des plus importants au monde. 86 millions de touristes internationaux visitent la France chaque année. Deux millions de Français sont **expatriés** à l'étranger.
- La France cherche à garder un rayonnement mondial. Pour ce faire, elle mise sur l'organisation d'évènements internationaux et sur sa capacité d'innovation.
- Les **territoires ultramarins** assurent à la France et à l'Europe des ressources et une puissance géopolitique stratégiques sur tous les continents.

Doc. 1

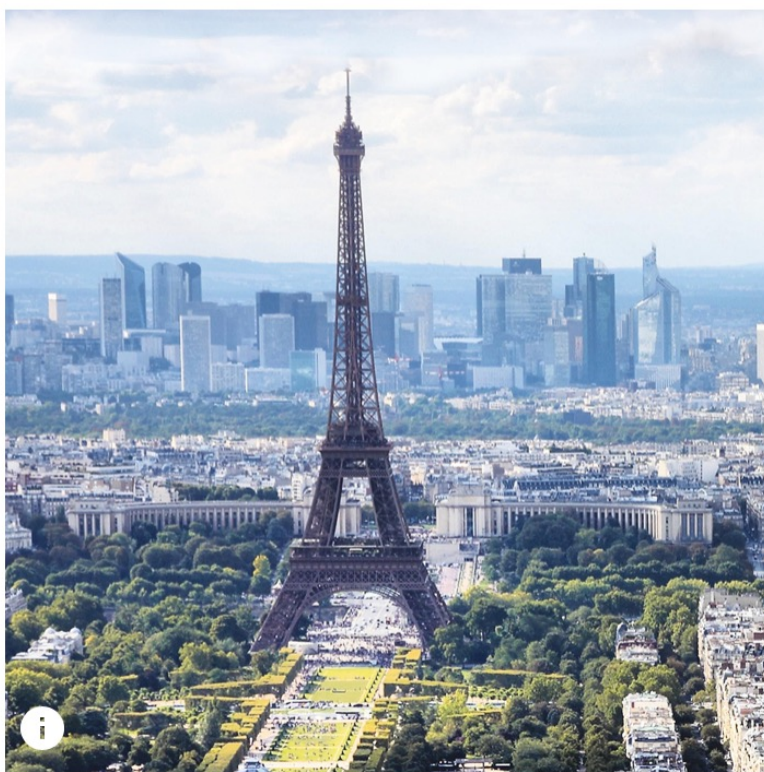
L'Euro



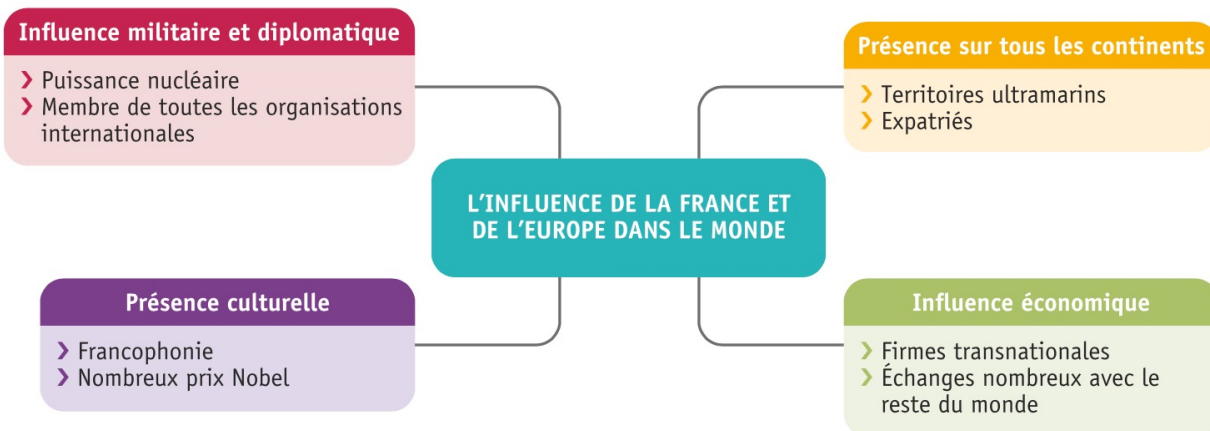
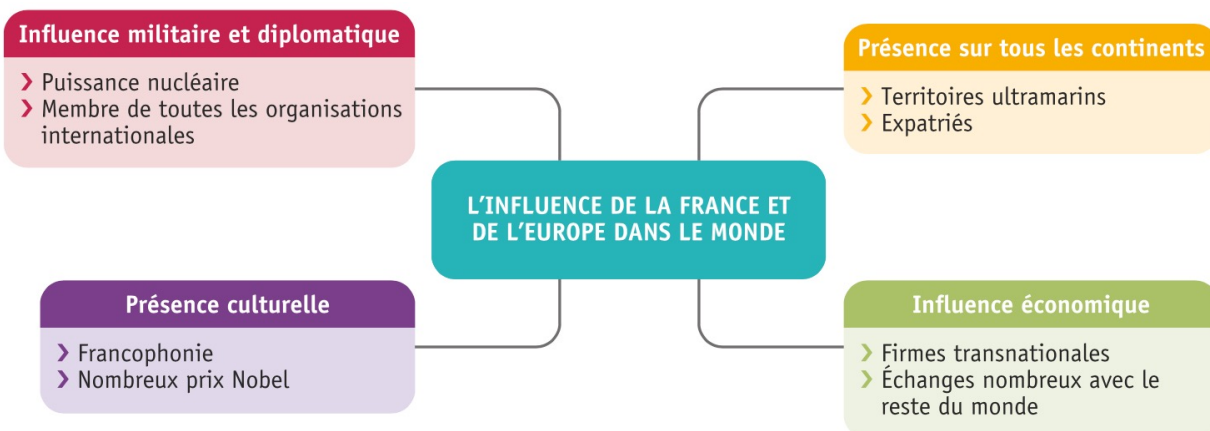
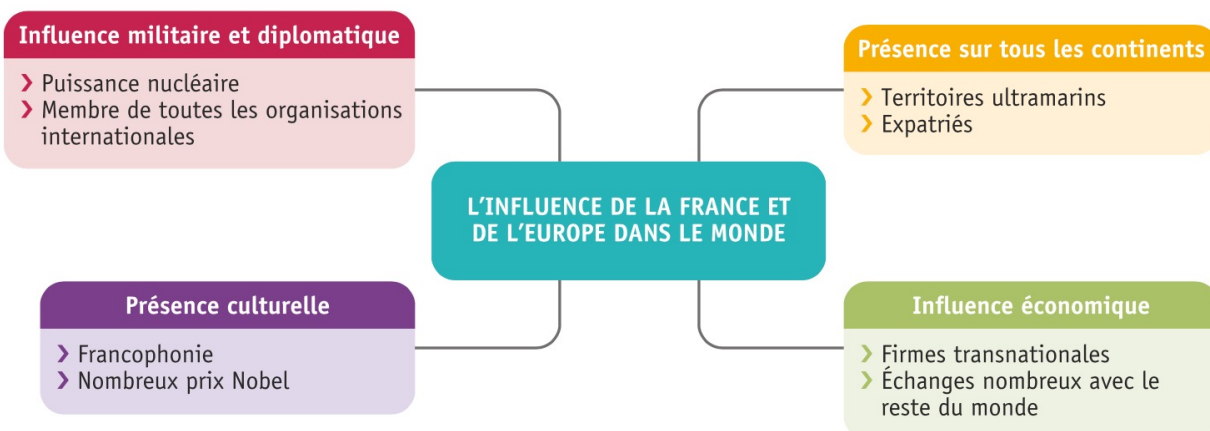
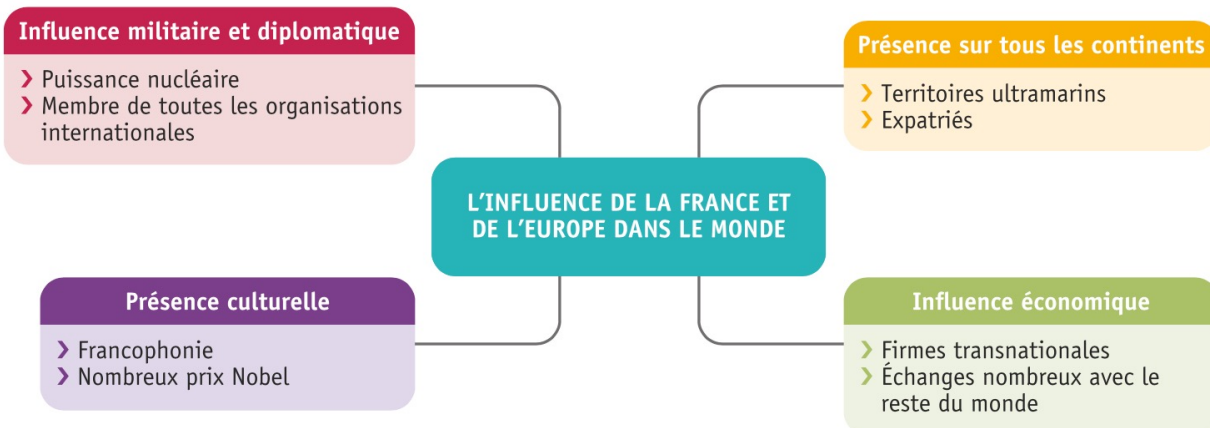
Siège de la Banque centrale européenne, Francfort.

Doc. 2

La tour Eiffel



La tour Eiffel, Paris.



Synthèse

- 1^{re} du monde
- Des dans de nombreux secteurs
- F dynamique
- Londres et Paris, de rang mondial
- L'UE représentée à l' et au
- La France, 6^e
- Une puissance et
- La fr
- Les territoires

Synthèse

- 1^{re} puissance commerciale du monde
- Des FTN dans de nombreux secteurs
- Façade maritime dynamique
- Londres et Paris, métropoles de rang mondial
- L'UE représentée à l'ONU et au G8
- La France, 6^e puissance économique
- Une puissance diplomatique et militaire
- La francophonie
- Les territoires ultramarins

Vocabulaire

• **Un expatrié** : résidant dans un que son pays d'origine.

• **Une firme transnationale (FTN)** : grande qui déploie son activité à l'échelle , en étant présente dans plusieurs (au minimum cinq) en plus de celui d'origine.

• **La francophonie** : ensemble des et des pays parlant le

• **Le G8** : des huit plus grandes mondiales.

• **Une puissance** : ou territoire qui se distingue par son poids territorial, et , ainsi que par son influence
 et

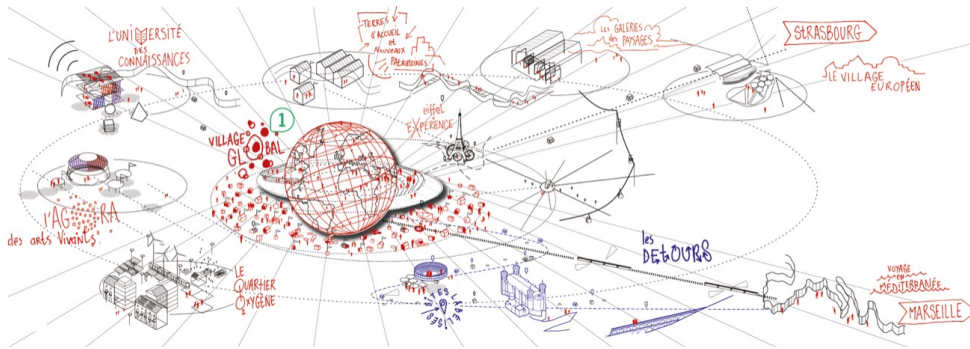
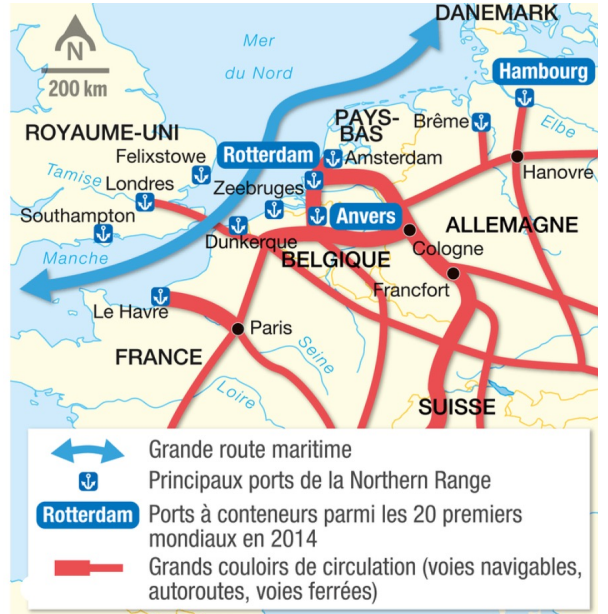
• **Les territoires ultramarins** : ensemble des territoires d'

• **Une zone économique exclusive (ZEE)** : zone de 200 milles marins (environ 370 km) au large d'un État, dans laquelle l' des lui revient.

Vocabulaire

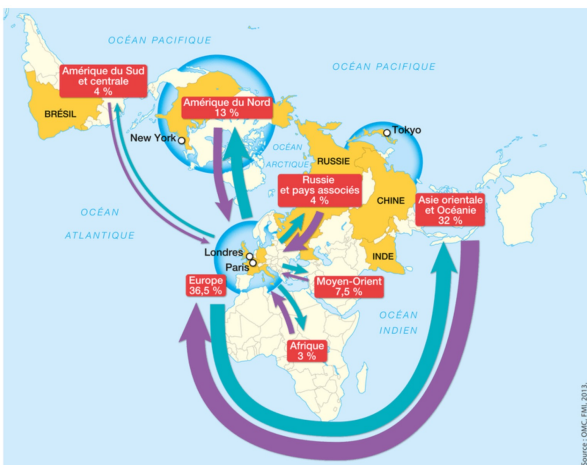
- **Un expatrié** : personne résidant dans un autre pays que son pays d'origine.
- **Une firme transnationale (FTN)** : grande entreprise qui déploie son activité à l'échelle mondiale, en étant présente dans plusieurs États (au minimum cinq) en plus de celui d'origine.
- **La francophonie** : ensemble des personnes et des pays parlant le français.
- **Le G8** : réunion des huit plus grandes puissances économiques mondiales.
- **Une puissance** : État ou territoire qui se distingue par son poids territorial, économique et démographique, ainsi que par son influence militaire, diplomatique et culturelle.
- **Les territoires ultramarins** : ensemble des territoires d'outre-mer.
- **Une zone économique exclusive (ZEE)** : zone de 200 milles marins (environ 370 km) au large d'un État, dans laquelle l'exploitation des ressources lui revient.

Sketchnote:
images pour
écrire et +
mémoriser^o



Gouvernement @gouvernementFR

.@Paris est candidate à l'organisation des Jeux Olympiques de 2024. Retweetez pour dire #OuiAParis2024 ! #Paris2024



Fiche révision

+
0



Fiche révision

1) Quelle est la place de l'UE dans les échanges internationaux ?

2) Citez trois firmes transnationales européennes.

3) Citez trois territoires ultramarins de l'UE.

4) Pourquoi la ZEE est un atout pour la France ?

5) Qu'est-ce que la « francophonie » ?

6) Donnez un exemple du rayonnement culturel français à l'étranger.

Correction

1 Quelle est la place de l'UE dans les échanges internationaux ?

L'Union européenne est la première puissance commerciale du monde.

2 Citez trois firmes transnationales européennes.

Airbus, Nestlé et Carrefour sont trois firmes transnationales européennes.

3 Citez trois territoires ultramarins de l'UE.

Les Açores, les territoires britanniques de l'océan Indien et la Martinique sont trois territoires ultramarins de l'UE.

4 Expliquez pourquoi la ZEE est un atout pour la France.

La France a la 2e ZEE du monde et peut y exploiter des matières premières, des ressources halieutiques et y développer des bases militaires.

5 Qu'est-ce que la « francophonie » ?

La francophonie correspond à l'ensemble des personnes et des pays parlant le français.

6 Donnez un exemple du rayonnement culturel français à l'étranger.

Grâce à sa gastronomie, la France est connue dans le monde entier.

Analyser une affiche publicitaire

0

Doc. 1

Affiches publicitaire d'Atout France en Inde (2015)



L'entreprise Atout France gère la communication touristique de la France. Cette campagne est construite autour du slogan « Be there ! Do that ! » : « Soyez là ! Faites-le ! ».

« Une somptueuse escapade dans la vallée de la Loire. » ; « Un rallye dans les vignobles d'Épernay, en Champagne. »

Doc. 1

Affiches publicitaire d'Atout France en Inde (2015)



L'entreprise Atout France gère la communication touristique de la France. Cette campagne est construite autour du slogan « Be there ! Do that ! » : « Soyez là ! Faites-le ! ».

« Une somptueuse escapade dans la vallée de la Loire. » ; « Un rallye dans les vignobles d'Épernay, en Champagne. »

Méthode

- Une publicité est un outil de communication utilisé pour attirer l'attention du public et pour convaincre.

- Une publicité peut prendre différents formats : affiche, page ou encart dans un journal ou sur internet, vidéo, etc.

•Présenter le document

- **La source de la publicité** : qui émet cette publicité ? Quand et où ?
- **La description** : la publicité représente-t-elle le produit ou l'action dont la publicité fait la promotion ? Utilise-t-elle une autre image ?
- **Le slogan et le logo** : le slogan est une phrase courte et efficace destinée à être retenue ; le logo est l'identification visuelle de l'entreprise ou de l'organisme qui diffuse la publicité.

•Analyser le message publicitaire

- **L'image** : que met-elle en avant ?
- **Le texte publicitaire** : quels arguments utilise-t-il pour convaincre ?

•Interpréter la publicité

- **La cible** : quel est public visé ?
- **Le but** : la publicité cherche-t-elle à vendre un produit en particulier ou à construire et diffuser une « image de marque » ?

Présenter le document

<u>Source</u> : qui? Quand ? Où ?	Description	Slogan	Logo

Analyser le message publicitaire

L'image	Le texte: arguments pour convaincre

Interpréter la publicité

La cible: public visé	Le but: vendre ou diffuser une image de marque?

Analyse guidée

- 1) Présentez le document.
- 2) Quelle est la langue utilisée sur ces affiches ?
- 3) Pourquoi ?
- 4) Pourquoi ces régions et ces images ont-elles été choisies ?
- 5) Quels atouts de la France ces affiches mettent-elles en avant ?
- 6) Montrez que la France attire des touristes du monde entier.

La France est le premier pays d'accueil des
internationaux. Elle attire des visiteurs du
grâce à d'importants atouts c.....,
p..... et p..... ainsi qu'à l'art de vivre
qui lui est associée, à la g..... et aux activités de
..... prisées des touristes.

Correction

1 Présentez le document.

Il s'agit de deux affiches réalisées par l'entreprise Atout France pour faire la publicité des atouts touristiques de la France en Inde.

2 Quelle est la langue utilisée sur ces affiches ? Pourquoi ?

La langue utilisée sur ces affiches est l'anglais. Il s'agit, avec l'Hindi, d'une des deux langues officielles en Inde où elle est très utilisée par les classes moyennes et supérieures.

3 Pourquoi ces régions et ces images ont-elles été choisies ?

Ces images montrent la diversité des régions françaises et la variété des activités que l'on peut pratiquer dans ce pays.

4 Quels atouts de la France ces affiches mettent-elles en avant ?

Les affiches mettent en avant les atouts culturels de la France, comme les châteaux de la Loire, et ses atouts naturels, avec ses paysages variés et ses vignobles.

5 À l'aide des documents et de vos connaissances, montrez que la France attire des touristes du monde entier

La France est le premier pays d'accueil des touristes internationaux. Elle attire des visiteurs du monde entier grâce à d'importants atouts culturels, patrimoniaux et paysagers ainsi qu'à l'art de vivre qui lui est associée, à la gastronomie et aux activités de luxe prisées des touristes.