

# Thème 3 - La France et ses régions dans l'Union européenne et dans la mondialisation : lignes de force et recompositions

Comment se manifeste l'influence de la France et de ses régions dans la mondialisation ?



# I. Une influence diplomatique et militaire qui cherche à s'affirmer

## a) Une forte présence diplomatique

- La France, membre permanent du Conseil de Sécurité de l'ONU, influence les décisions mondiales.
- Son rôle dans des négociations internationales renforce sa stature diplomatique.



La France est, depuis la fin de la Seconde Guerre Mondiale, l'un des cinq pays à disposer d'un siège permanent au Conseil de sécurité des Nations unies aux côtés de la Chine, des Etats-Unis, du Royaume-Uni et de la Russie. (Spencer Platt/Getty Images/AFP)

## b) Une présence d'organisations internationales sur son territoire

- Siège de l'UNESCO à Paris et d'autres institutions renforcent l'influence culturelle et éducative de la France.
- Impliquée dans des accords et alliances, la France favorise la coopération internationale.

## c) Une présence militaire planétaire

- Participation active aux opérations de maintien de la paix et aux missions humanitaires.
- La force de dissuasion nucléaire confère à la France un statut militaire mondial.



Casques bleus français lors du défilé du 14-Juillet, à Paris, en 2012. --

# II. Le rayonnement et l'attractivité économique de la France

## a) Une puissance économique et financière importante

- La France, membre du G7, joue un rôle crucial dans l'économie mondiale.
- Sa diversification industrielle et son secteur financier renforcent son influence économique.

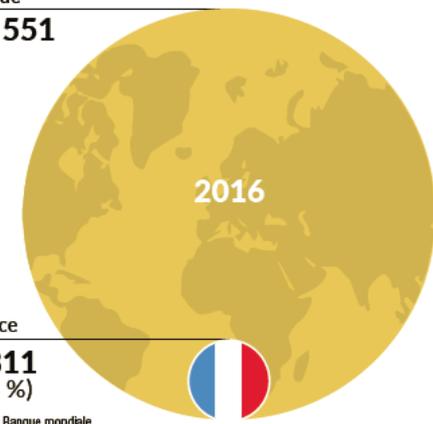
## b) Les FTN françaises intégrées dans la mondialisation

- Les grandes entreprises françaises multinationales contribuent significativement au commerce mondial.
- Investissements à l'étranger et partenariats renforcent le rayonnement international des entreprises françaises.

## c) Les limites à la présence

- Défis tels que la concurrence accrue, les fluctuations économiques mondiales.
- Enjeux liés à la souveraineté économique et aux questions environnementales.

Monde  
77 551



France  
2 811  
(3,6 %)

Source : Banque mondiale

Brand	Category	Brand Value 2020 \$MIL.	Brand Contribution	Brand Value % Change 2020 vs. 2019	Rank Change	Country of Origin
1 amazon	Retail	415,855	4	+32%	0	USA
2 Apple	Technology	352,206	4	+14%	0	USA
3 Microsoft	Technology	326,514	4	+30%	1	USA
4 Google	Technology	323,601	4	+5%	-1	USA
5 VISA	Payments	186,809	4	+5%	0	USA
6 Alibaba Group 阿里巴巴集团	Retail	152,525	3	+16%	1	China
7 Tencent 腾讯	Technology	150,978	4	+15%	1	China
8 FACEBOOK	Technology	147,190	4	-7%	-2	USA
9 McDonald's	Fast Food	129,321	4	-1%	0	USA
10 Mastercard	Payments	106,129	4	+18%	2	USA
11 AT&T	Telecom Providers	105,833	3	-2%	-1	USA
12 verizon	Telecom Providers	94,662	4	+0%	-1	USA
13 Coca-Cola	Beverages	84,022	5	+4%	1	USA
14 IBM	Technology	83,667	4	-3%	-1	USA
15 Marlboro	Tobacco	56,247	3	-19%	0	USA
16 SAP	Retail	57,585	3	+8%	3	USA
17 SAP	Technology	57,578	3	+0%	-1	Germany
18 Heineken	Alcohol	53,755	4	+58%	17	China
19 LOUIS VUITTON	Luxury	51,777	4	+10%	3	France
20 UPS	Logistics	50,748	4	-8%	-2	USA
21 Nike	Apparel	49,962	4	+5%	0	USA
22 Disney	Entertainment	48,802	4	-14%	-5	USA
23 PayPal	Payments	48,453	5	+10%	3	USA
24 Starbucks	Fast Food	47,753	4	+4%	0	USA
25 xfinity	Telecom Providers	46,973	3	-4%	-5	USA

SECTION TWO

Source: BrandZ™ / Kantar (including data from Bloomberg)  
Brand contribution measures the influence of brand alone on financial value, on a scale of 1 to 5, 5 being the highest

# III. Le rayonnement culturel de la France dans le monde

## a) Un soft power important

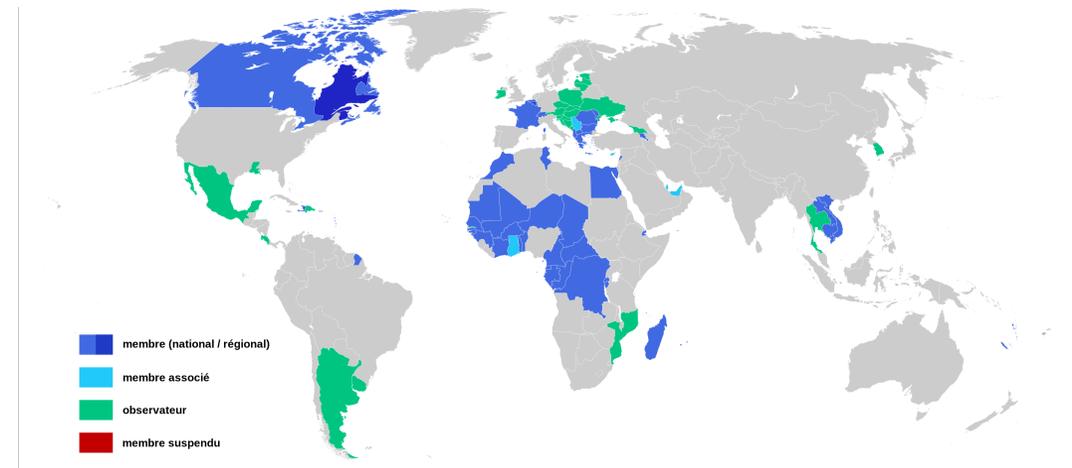
- La France utilise sa culture, sa langue et ses arts comme des outils d'influence.
- La francophonie contribue à son soft power en favorisant la diffusion de la langue française.

## b) Un modèle culturel attractif

- Influence mondiale de la littérature, de la mode, du cinéma et de la gastronomie française.
- Les institutions culturelles françaises, telles que l'Institut français, soutiennent la diffusion de la culture française.

## c) Mais un rayonnement aujourd'hui contesté

- Défis face à la mondialisation et à la diversité culturelle.
- Contestations liées à des questions socioculturelles et politiques.



## IV. La mondialisation en France

### a) Pour les entreprises, un État attractif

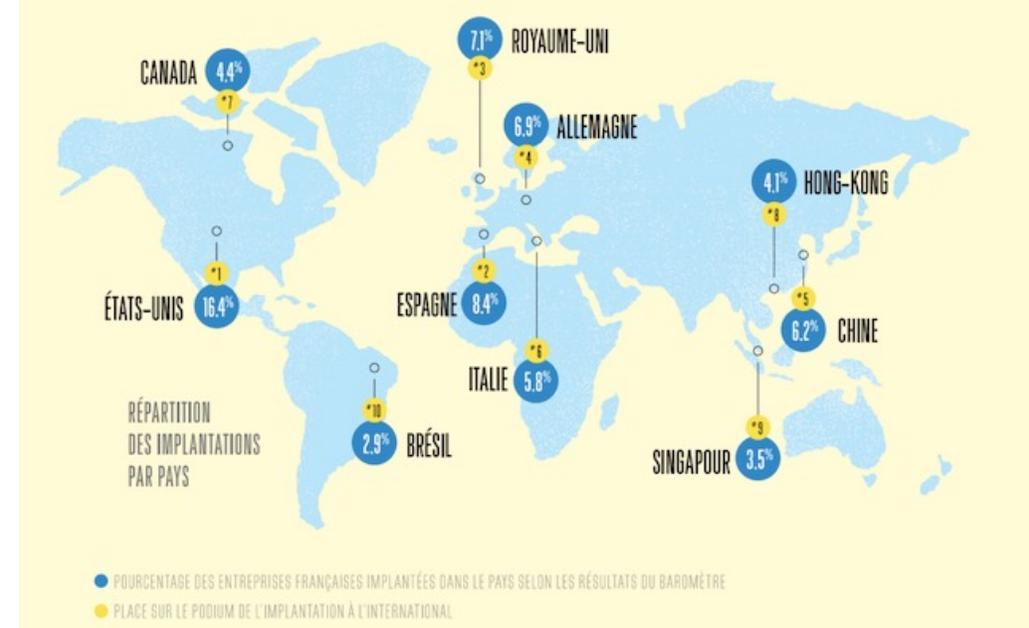
- Politiques d'incitation à l'investissement et à l'innovation.
- Avantages fiscaux et réglementaires pour attirer les entreprises étrangères.

### b) Une mondialisation à toutes les échelles

- Implication des entreprises françaises à l'échelle mondiale.
- Impact sur les échanges culturels, les migrations et les flux financiers.

### c) Une mondialisation contestée

- Réactions sociales et politiques face aux effets négatifs de la mondialisation.
- Débats sur la préservation de l'identité culturelle et les inégalités économiques.



Les militants de « Soulèvements de la Terre » sont « à l'origine des actions violentes » à Sainte-Soline, selon Gérard Darmanin. Photo Sipa