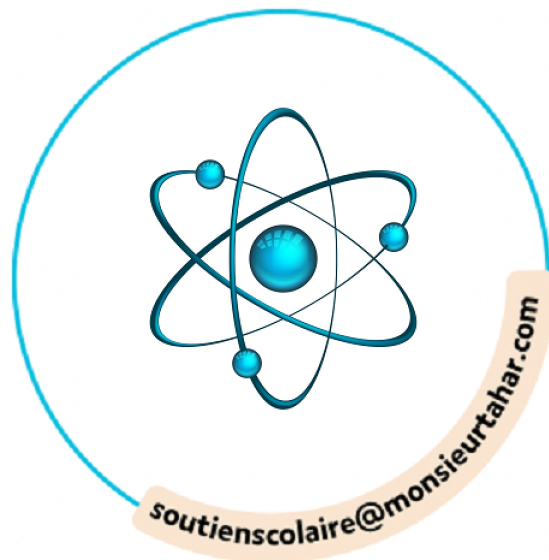


# GEOGRAPHIE

# CORRIGE



## CHAPITRE 2

J'apprends et  
je construis mes compétences

### 1 Je fais ma fiche de révision

#### ► Le vocabulaire

**Espace productif** : espace aménagé et mis en valeur pour une activité économique agricole, industrielle ou de services.

**Agriculture intensive** : agriculture productiviste caractérisée par la recherche de hauts rendements.

**Pôle de compétitivité** : regroupement sur un territoire, et autour d'une thématique d'entreprises, d'organismes d'enseignement supérieur et de laboratoires de recherche.

**Technopôle** : parc d'activités spécialisé dans les hautes technologies.

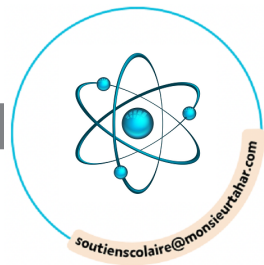
**Plate-forme multimodale** : nœud de circulation (aéroportuaire, ferroviaire, portuaire ou routier) qui permet le passage d'un mode de transport à un autre.

**Tertiarisation** : renforcement du poids des services dans l'économie et dans l'emploi.

**Délocalisation** : transfert d'un site de production vers un pays bénéficiant d'avantages compétitifs (bas salaires).

**Reconversion** : transformation d'un espace en crise pour y développer de nouvelles activités.

**Littoralisation** : concentration des hommes, des activités et des emplois sur les littoraux.



## Les acteurs

**Le secteur agricole :** ensemble des personnes travaillant dans l'un des domaines suivants : agriculture, élevage, pêche, exploitation forestière.

**Le secteur industriel :** ensemble des personnes travaillant dans l'industrie traditionnelle, de biens de consommation, de haute technologie, du numérique.

**Le secteur des services :** ensemble des personnes travaillant dans des activités qui ne produisent pas de biens : les services de proximité (petits commerces...), les activités tertiaires supérieures (activités de commandement politique, économique, culturel et de formation).

## Les repères géographiques

**Les principales métropoles :** Lille, Strasbourg, Lyon, Grenoble, Nice, Marseille, Montpellier, Toulouse, Bordeaux, Nantes, Rennes, Paris, Rouen.

**Les principales ZIP :** Dunkerque, Le Havre, Nantes (Saint-Nazaire), Marseille (Fos-sur-Mer).

## 2 Je teste mes connaissances

1. Le bocage Normand dans la vallée de la Risle : espace productif agricole ; 2. L'usine Peugeot à Sochaux : espace productif de l'industrie automobile ; 3. Port Grimaud sur le littoral Méditerranéen : station balnéaire ; 4. Quartier de la Défense à Paris : quartier d'affaires ; 5. Le viaduc de Millau : espace de transport ; 6. Fos-sur-Mer : zone industrialo-portuaire ; 7. Val Thorens dans les Alpes : station de ski ; 8. Technopôle de Sofia Antipolis : parc d'activités spécialisé dans les hautes technologies.

## 3 Je pratique différents langages : réaliser un croquis de paysage

### Étape 1

### Questions

**Question 1 :** Nord-est de Paris, en Moselle, département frontalier du Luxembourg.

**Question 2 :** Prise de vue oblique.

**Question 3 :** Espace productif en friche : espace industriel ; espace productif en développement : espace de services.

### Étape 2

**Le crassier d'Amnéville :** une friche industrielle reconvertie en espace récréatif

## Vers le brevet – Sujet guidé

### Exercice 1

### Le document

Le document 1 est la une d'un journal présentant la campagne de marketing territorial du département du Gard. Le but est de véhiculer une image dynamique du territoire pour attirer des entreprises. La stratégie vise la création d'une marque territoriale traduite dans le slogan : un territoire rural assimilé à un havre de paix, mais connecté aux réseaux de la mondialisation (création de pôles d'excellence ruraux comme celui de Cévennes Valley Numérique spécialisé dans le développement des technologies ludiques sur internet).

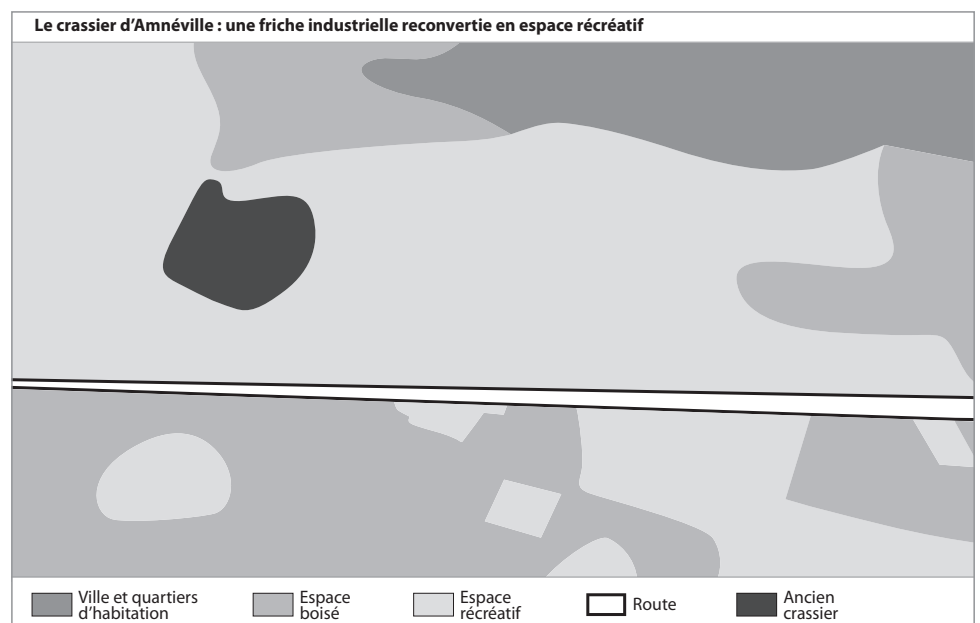
### Réponses

**Question 1 :** Il s'agit d'une page de journal gratuite publiée en 2019 par le conseil général du Gard qui présente une affiche de campagne promotionnelle. Public visé : les entrepreneurs, les cadres.

**Question 2 :** On voit au premier plan un jeune actif de dos assis à un bureau, au travail sur un ordinateur portable. Face à lui, des champs et des espaces boisés à perte de vue. Le slogan s'appuie sur un jeu de mots : le premier, « Silicon » raturé est remplacé par le mot « Gard » accolé au mot anglais « valley ». Dans la partie inférieure de l'affiche sont énumérés les aménagements numériques du département (fibre optique...). Un second slogan fait écho au slogan principal : « restez connecté à votre environnement ».

**Question 3 :** Les atouts mis en valeur sont : la sérénité du lieu, la beauté des paysages, les aménagements numériques du département.

**Question 4 :** Le slogan de l'affiche est un jeu de mots qui compare le département rural du Gard à la Silicon Valley, en Californie : l'un des espaces productifs de haute technologie le plus innovant et dynamique au monde où se localisent les plus grandes firmes du numérique. Ce slogan est aussi à mettre en relation avec le slogan du bas de l'affiche dans lequel le mot « environnement » a un double sens désignant l'environnement naturel remarquable du département et son environnement numérique, autrement dit le réseau internet.



**Question 5 :** Ce document veut inciter les cadres et leur famille à s'installer dans le Gard qui offre une qualité de vie exceptionnelle et des aménagements numériques performants. Ils permettent de travailler à distance des centres décisionnels localisés dans les métropoles.

**Exercice 2**

L'espace productif industriel français connaît des évolutions en lien avec la mondialisation. Il est tout d'abord structuré autour de pôles dynamiques : les pôles de compétitivité mondiale (Aerospace Valley en Occitanie spécialisé dans la filière aéronautique), les ZIP (Port 2000 au Havre), les technopôle (Sofia Antipolis).

Ensuite, la mondialisation induit des dynamiques nouvelles. La délocalisation des activités industrielles traditionnelles vers des pays où la main-d'œuvre est moins chère permet aux entreprises d'opérer des gains de productivité importants. C'est le cas de l'usine PSA qui a délocalisé une unité de production en Slovénie. La littoralisation des activités industrielles permet aussi de limiter les coûts de transport et de s'intégrer aux plus près des réseaux maritimes de la mondialisation.

Enfin, il y a une polarisation des activités innovantes dans les métropoles. Ainsi, une nouvelle géographie industrielle se dessine : si les régions d'industrie traditionnelle en reconversion du Nord et de l'Est de la France sont en difficulté, aux côtés des régions industrielles incontestée d'Île-de-France et lyonnaise émergent des espaces industriels dynamiques dans l'Ouest et le Sud s'appuyant sur les activités innovantes.

**Vers le brevet blanc – Sujet blanc**

**Exercice 1**

**Réponses**

**Question 1 :** Il s'agit d'une affiche publicitaire émanant du syndicat interprofessionnel du fromage Abondance placardée dans le département de Haute-Savoie aux vacances d'hivers 2019. La cible est le consommateur : touriste ou habitant du département.

**Question 2 :** Dans une pièce ressemblant à celle d'un chalet, un éleveur en bleu de travail, masque de ski sur le nez, effectue de la main droite un signe attribué aux jeunes. Devant lui est posée une tomme de fromage labellisée, et une paire de ski est appuyée sur le mur derrière lui. La croix de Savoie est accrochée au mur et dessous apparaît le slogan « Après la peuf, envoi du gros ! ».

**Question 3 :** L'activité agricole fromagère et le tourisme.

**Question 4 :** Le caractère humoristique repose sur le contraste entre l'éleveur d'un certain âge et sa gestuelle (signe de ralliement des jeunes), ainsi que ses paroles mêlant patois savoyard (peuf : poudreuse) et expressions employées par les jeunes générations.

**Question 5 :** Les adolescents et les jeunes adultes skieurs.

**Question 6 :** Le message consiste à inciter les jeunes consommateurs à consommer des produits locaux labellisés, ici du fromage de Savoie.

**Exercice 2**

**1. Développement construit**

D'abord, la France dispose de nombreux atouts comme les littoraux et les montagnes, et des territoires ultramarins insulaires offrant des paysages paradisiaques (La Martinique). Ces espaces sont aménagés avec la construction de stations balnéaires et de stations intégrées de sports d'hiver. Le littoral de la Méditerranée accueille de nombreux touristes, par exemple dans le golfe de Saint-Tropez, tout comme les Alpes avec des stations comme Courchevel. Ensuite, les villes sont également des lieux touristiques. Elles permettent le développement d'un tourisme culturel et d'un tourisme d'affaires grâce à la mise en valeur de leur patrimoine historique. C'est ainsi que Paris est la ville la plus visitée en France et dans le monde. Enfin, le tourisme se diffuse dans les campagnes avec le tourisme vert. Il s'agit d'un tourisme rural, par exemple dans les régions de montagnes en été. C'est le cas aussi de l'île de la Réunion, destination privilégiée des amateurs de randonnée.

**2. Mobiliser des repères géographiques**

