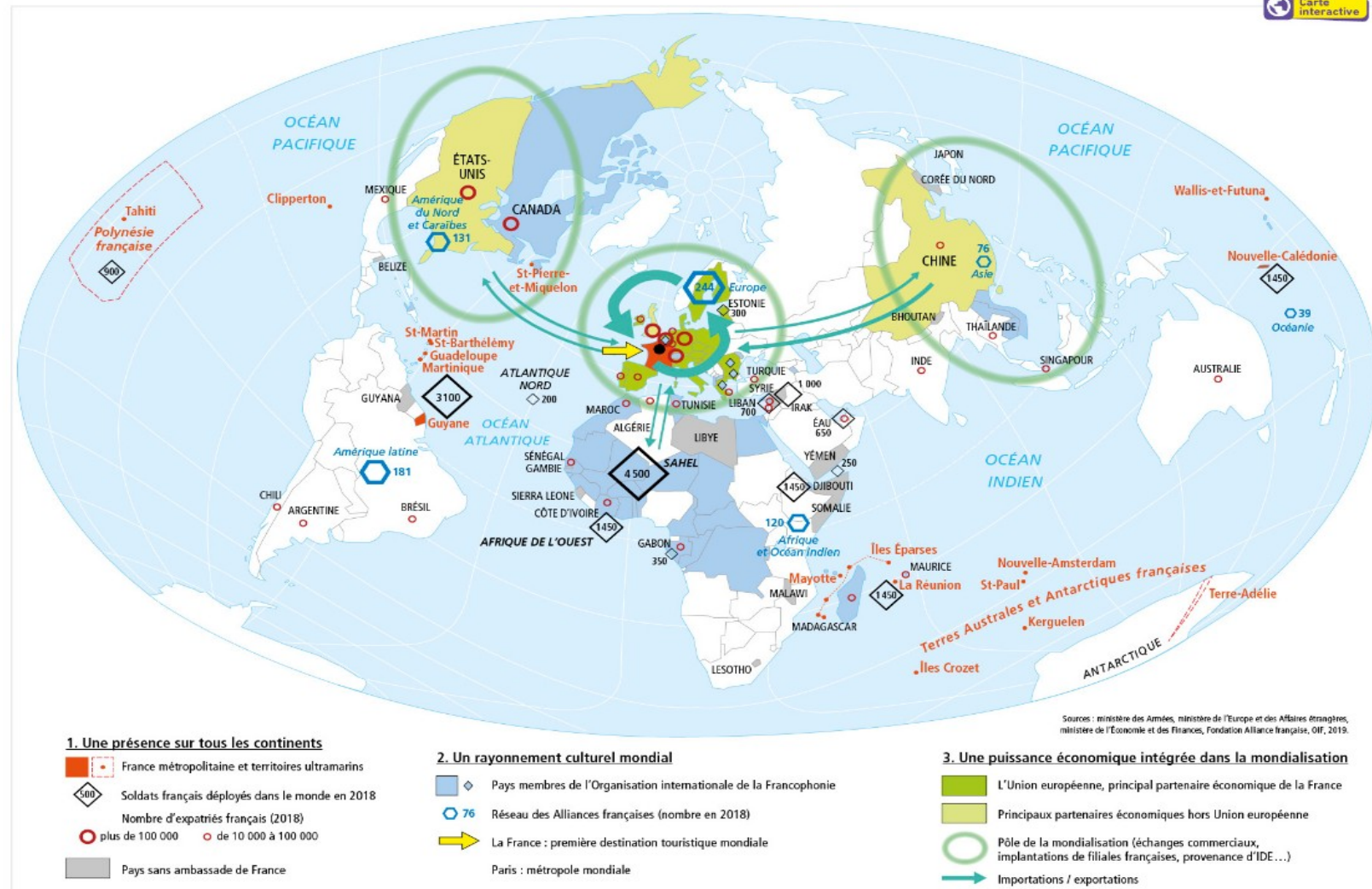


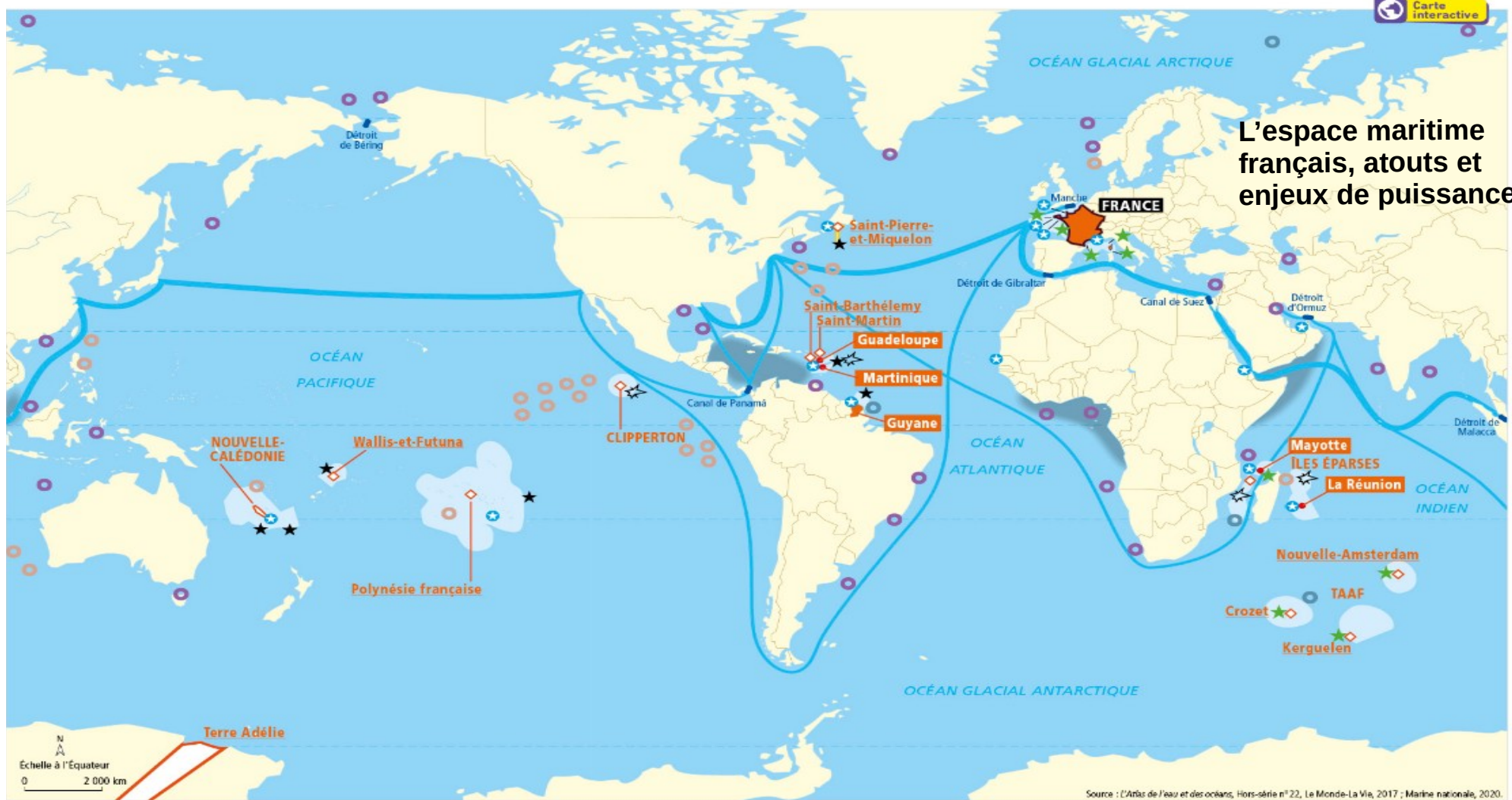
LA FRANCE DANS LA MONDIALISATION

Défilé Chanel haute
couture automne-hiver
2017-18, au Grand
Palais en juillet 2017



 Carte interactive

L'espace maritime français, atouts et enjeux de puissance



Source : L'Atlas de l'eau et des océans, Hors-série n° 22, Le Monde-La Vie, 2017 ; Marine nationale, 2020.

1. Un espace maritime français principalement ultramarin

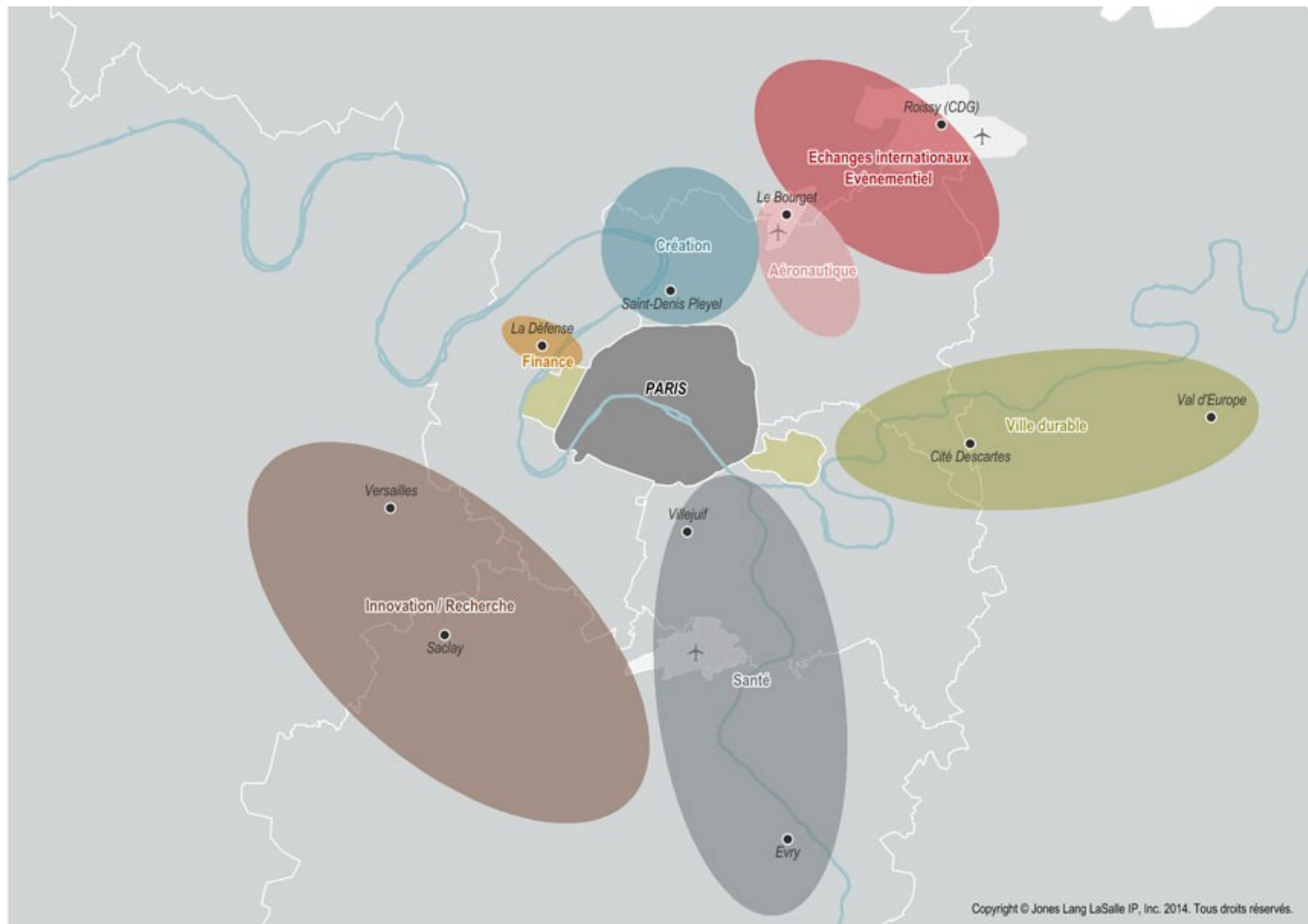
- France métropolitaine**
- Guyane** Départements et régions d'outre-mer (DROM)
- Crozet** Collectivités d'outre-mer (COM)
- TAAF** Collectivités et territoires à statut particulier
- Zone économique exclusive (200 milles marins)**

2. Un espace au cœur de la maritimisation des économies

- Principales routes maritimes**
- Détroits et canaux**
- Ressources halieutiques**
- Ressources en hydrocarbures**
- Ressources minérales non exploitées**

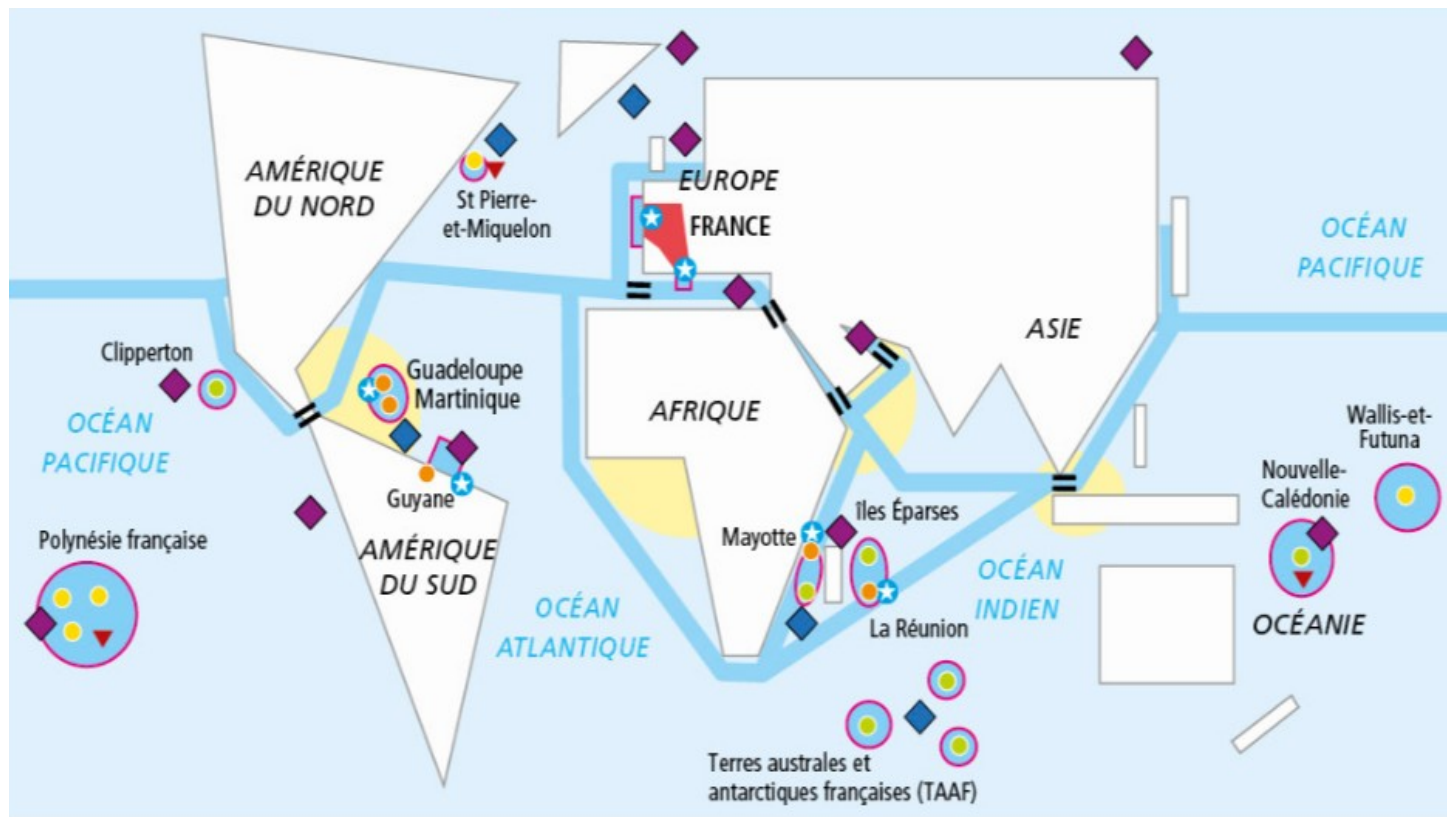
3. Des enjeux géostratégiques et environnementaux

- Extension du plateau continental en projet ou validé (350 milles max.)**
- Litiges frontaliers impliquant la France**
- Criminalité maritime (piraterie, drogues, clandestins, etc.)**
- Aires marines protégées**
- Bases de la Marine française**



7 pôles d'innovation.

Ligne 18



France, une puissance maritime ?

1. Des espaces maritimes français

- Départements et régions d'outre-mer (DROM)
- Collectivités d'outre-mer (COM)
- Collectivités et territoires à statut particulier
- ZEE française (200 milles marins)
- ★ Bases de la Marine française

2. Des ressources et des enjeux

- Principales routes maritimes
- = Détroits et canaux
- ◆ Ressources halieutiques
- ◆ Ressources en hydrocarbures et minerais
- Criminalité maritime



La cosmetic valley

Cosmetic Valley : Premier réseau mondial de la parfumerie cosmétique

Labellisée pôle de compétitivité par l'Etat en 2005, son rôle est d'aider les industriels de la filière de la parfumerie cosmétique au travers de :

- le développement commercial (mise en réseau, accompagnement à l'export des PME).
- l'amélioration de leur compétitivité (montage de projets de recherche et d'innovation).

(d'ap le site officiel de « cosmetic valley)

Les grandes marques qui nous font confiance :

Guerlain et Dior (LVMH),
Hermès,
Nina Ricci et Paco Rabanne (Groupe Puig),
Lolita Lempicka (Pacific Création, Groupe Amore Pacific),
Gemey-Maybelline et Yves Saint Laurent Beauté; (L'OREAL),
Clarins,
Caudalie,
Chanel,
Jean-Paul Gaultier, Issey Miyake, Narciso Rodriguez, Serge Lutens (Shiseido),
Head & Shoulders, Herbal Essence (Procter & Gamble),
Signal, Axe, Brut, Dove, Rexona, Sunsilk, Timotei (Unilever),
RoC, Neutrogena, Le petit Marseillais (Johnson & Johnson),
Chopard, Calvin Klein, Davidoff, Lancaster (Groupe Coty) ,
Veet, Biactol (Reckitt Benckiser),
Mustela (Laboratoire Expanscience)....

Une filière verticale de production localisée en France :

- culture de plantes aromatiques,
- élaboration des principes actifs,
- création et formulation,
- fabrication de parfums et cosmétiques,
- laboratoires de contrôle, de test et d'analyse,
- PLV et design, conditionnement, injection plastique, packaging et emballage,
- logistique ...

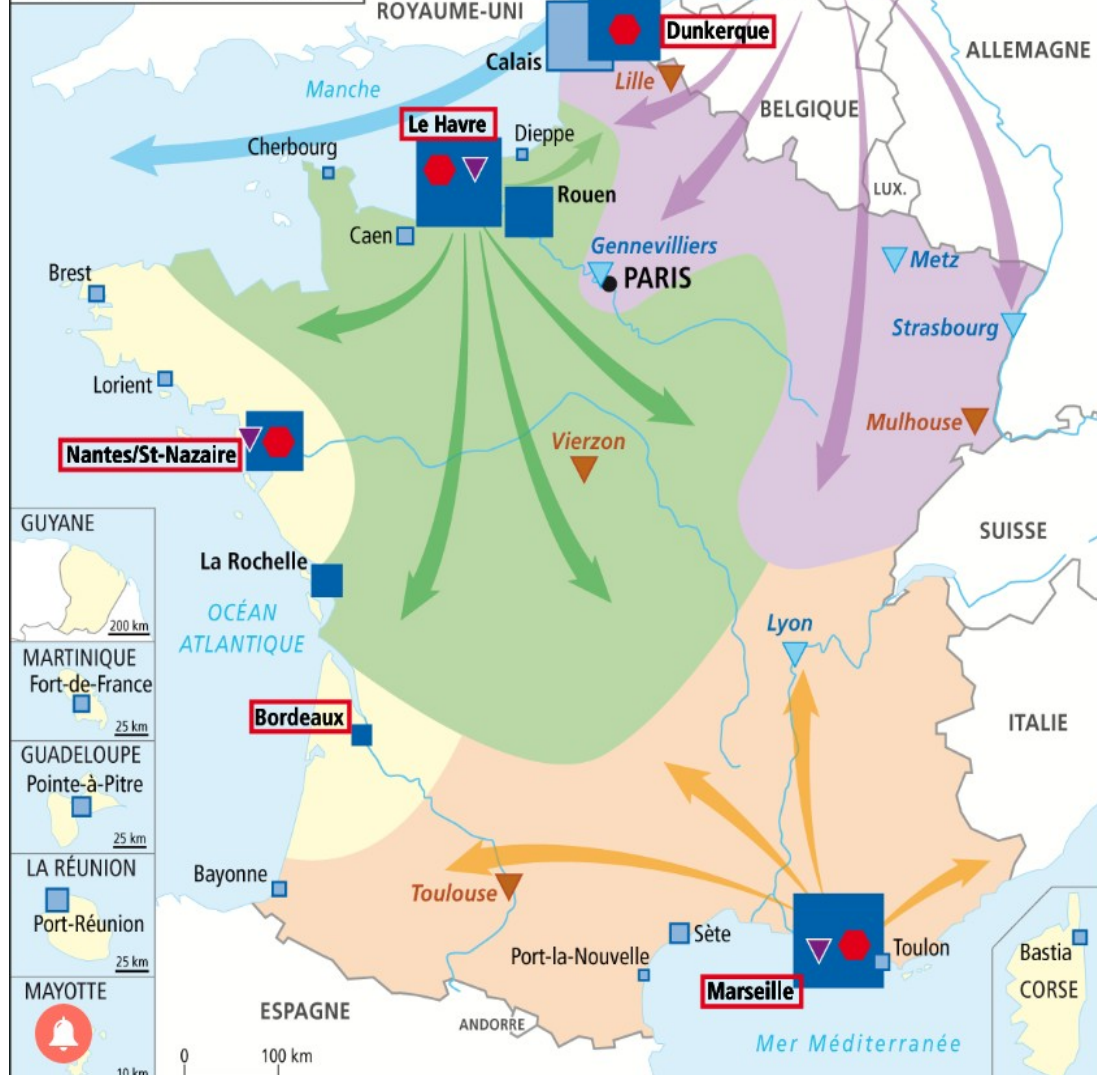
Des laboratoires publics au cœur de la recherche cosmétique :

- CNRS, IRNA, BRGM
- Université d'Orléans, Université de Rouen, Université François Rabelais de Tours, Université de Versailles/Saint Quentin-en-Yvelines, Université du Havre, Université de Cergy Pontoise. Université Paris 13.

Une main d'œuvre qualifiée grâce à une offre de formation spécialisée :

- IBCBS (International Beauty & Cosmetic Business School)
- ISIPCA (Institut Supérieur du Parfum, de la Cosmétique et de l'Alimentaire)
- EBI (Ecole de Biologie Industrielle)
- Sup'Biotech
- ESCEM (Ecole Supérieure de Commerce et de Management)
- CESI (Ecole d'ingénieurs)
- ENIVL (Ecole Nationale d'Ingénieurs du Val de Loire)
- ESITPA (Ecole d'ingénieurs en Agriculture)
- ESAD (Ecole Supérieure d'Art et de Design de la ville d'Orléans)
- Groupe IMT,
- Lycée privé d'esthétique de Touraine, Lycée des métiers Maurice Violette,

LES PORTS FRANÇAIS DANS LA MONDIALISATION



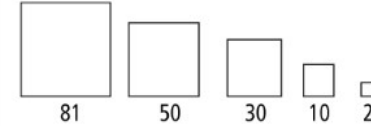
Cliquer sur la légende

1. Les ports de commerce

■ Grands ports maritimes (GPM)

■ Autres ports

Traffics portuaires (en millions de tonnes)



■ Hinterland des GPM

→ Zones de diffusion des GPM

● Zones industrialo-portuaires (ZIP)

2. Des ports spécialisés

▼ Ports d'importation de pétrole

■ Ports spécialisés dans le trafic de conteneurs

↔ Intégration des ports de la Manche dans la Northern Range

▼ Ports fluviaux connectés aux ports maritimes

▼ Ports secs : bases continentales d'appui des ports maritimes

TOUT MASQUER

LA CROISSANCE DE L'ÉCONOMIE MARITIME EN FRANCE

Cliquer sur la légende

1. L'économie maritime française

- Principaux ports de pêche
- Principaux sites d'aquaculture et d'ostréiculture
- Zone d'extraction de granulats marins
- Littoraux touristiques

2. L'exploitation des énergies marines renouvelables

Site existant, en projet ou à l'étude :

- ✕ Éolien
- ▼ Houlomoteur
- ✕ Hydrolien
- ▼ Usine marémotrice

3. L'affirmation de la puissance maritime : sécuriser et protéger

- Zone économique exclusive
- ★ Ports militaires
- Centres régionaux opérationnels de surveillance et de sauvetage (CROSS)
- Aires marines protégées

TOUT MASQUER



Rayonnement culturel et attractivité touristique internationale



1. Des territoires attractifs divers

- Paris, métropole culturelle et touristique mondiale
- Autres métropoles culturelles et touristiques
- Littoraux touristiques
- Alsace Régions de tourisme culturel
- Tourisme vert
- Tourisme de montagne

2. Des facteurs de rayonnement et d'attractivité

- Principaux aéroports
- Principaux axes de communication
- Sites classés au patrimoine mondial de l'Unesco
- Sièges d'organisation culturelle internationale (Unesco, OIF)

3. Des échanges culturels

- Flux d'étudiants étrangers
- Flux de touristes étrangers (en millions)
- Exportations de produits culturels (films, œuvres littéraires...), médias français diffusant à l'international