

BREVET PROFESSIONNEL

Toutes spécialités

Session 2025

Durée : 1 heure 30

Coefficient : 1,5

Épreuve : Expression et connaissance du monde

Partie : Histoire ou Géographie

Aucun document n'est autorisé.

Toutes les réponses doivent être rédigées.

Les annexes 1 et 2 pages 8/9 et 9/9 sont à rendre agrafées à votre copie.

L'usage de la calculatrice et du dictionnaire n'est pas autorisé.

Documents à rendre :

- annexe 1page 8/9
- annexe 2page 9/9

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Le sujet se compose de 9 pages, numérotées de 1/9 à 9/9.

BREVET PROFESSIONNEL Toutes spécialités	Session 2025	25-BP-P-ECM-HG-ME3 25-BP-A-ECM-HG-ME1	SUJET
Épreuve : Expression et connaissance du monde Partie : histoire ou géographie	Durée : 1h30	Coefficient : 1,5	Page 1/9

ANALYSE D'UNE SITUATION EN GEOGRAPHIE

Sujet d'étude :

La mondialisation : fonctionnement et intégration inégale des territoires

Situation :

Le football, vers une nouvelle géographie ?

DOCUMENT 1 Loïc Ravenel, Raffaele Poli et Roger Besson, « Les footballeurs expatriés dans le monde : étude globale 2021, Rapport mensuel de l'Observatoire du football CIES n°65 - Mai 2021, CIES Football Observatory, [en ligne], disponible sur <https://football-observatory.com/IMG/sites/mr/mr65/fr/> (consulté le 10 décembre 2023)

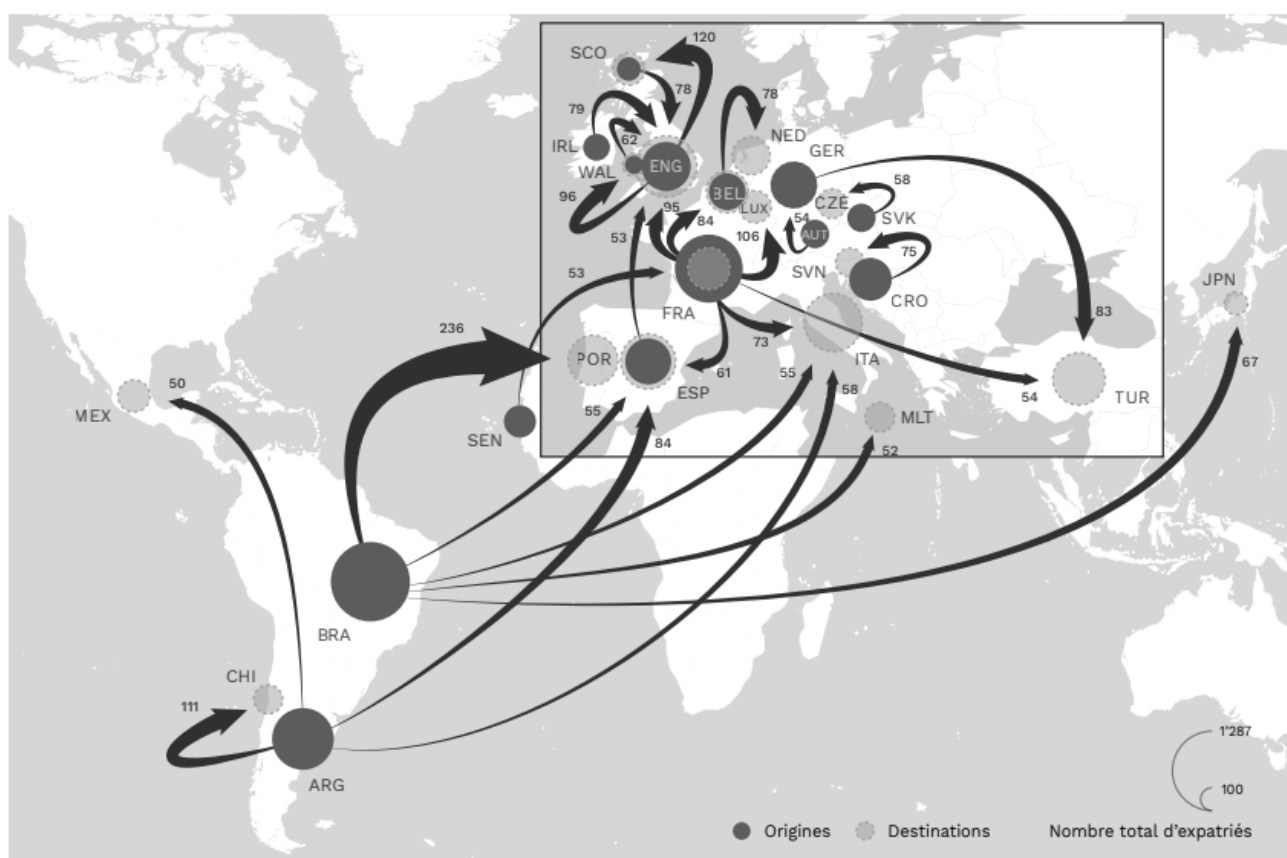
DOCUMENT 2 Nicolas Gallant, « Coupe du monde de foot : voici pourquoi vous voyez autant de panneaux en chinois au bord du terrain ! », publié sur *capital.fr*, le 06/07/2018, [en ligne], disponible sur www.capital.fr/entreprises-marches/coupe-du-monde-2018-voila-pourquoi-vous-voyez-autant-de-panneaux-en-chinois-au-bord-du-terrain-1296768 (consulté le 10 décembre 2023)

DOCUMENT 3 FIFA, « Pays organisateurs de la Coupe du Monde de la FIFA™ », publié sur *fifa.com*, [en ligne], disponible sur www.fifa.com/fr/tournaments/mens/worldcup (consulté le 10 décembre 2023)

DOCUMENT 4 Xavier Aurégan, « Vers une nouvelle géographie du football, L'investissement chinois dans le ballon rond », in *Géographie et cultures* [en ligne], 104 | 2017, mis en ligne le 16 novembre 2018,.Disponible sur <http://journals.openedition.org/gc/6133> (consulté le 10 décembre 2023)

BREVET PROFESSIONNEL Toutes spécialités	Session 2025	25-BP-P-ECM-HG-ME3 25-BP-A-ECM-HG-ME1	SUJET
Épreuve : Expression et connaissance du monde Partie : histoire ou géographie	Durée : 1h30	Coefficient : 1,5	Page 2/9

DOCUMENT 1 : La mobilité des joueurs de football à l'échelle mondiale



SOURCE : Loïc Ravenel, Raffaele Poli et Roger Besson, « Les footballeurs expatriés dans le monde : étude globale 2021, Rapport mensuel de l'Observatoire du football CIES n°65 - Mai 2021, CIES Football Observatory, [en ligne], disponible sur <https://football-observatory.com/IMG/sites/mr/mr65/fr/> (consulté le 10 décembre 2023)

BREVET PROFESSIONNEL Toutes spécialités	Session 2025	25-BP-P-ECM-HG-ME3 25-BP-A-ECM-HG-ME1	SUJET
Épreuve : Expression et connaissance du monde Partie : histoire ou géographie	Durée : 1h30	Coefficient : 1,5	Page 3/9

DOCUMENT 2 : La Coupe du Monde de la FIFA™ et le sponsoring

La Coupe du monde de la Fédération internationale de football association (Fifa) n'est pas seulement l'un des plus grands événements sportifs de la planète. C'est aussi "une formidable opportunité commerciale", souligne la société de gestion Candriam. "Au cours des trente dernières années, un basculement de l'Ouest vers l'Est s'est opéré parmi les sponsors, la Fifa ayant du mal à garder sur le terrain les entreprises occidentales, soucieuses de préserver leur image institutionnelle. Seule Coca-Cola continue de tenir la distance", relève-t-elle.

La Fifa distingue trois groupes de sponsors : les partenaires, les sponsors et les supporters régionaux. Dans le haut du classement figurent "les partenaires de longue date, tel Coca-Cola qui a sponsorisé toutes les Coupes du monde depuis 1978 et qui est le partenaire de la Fifa depuis 1974. Les seules autres sociétés occidentales à être des partenaires de la Fifa ou des sponsors historiques de la Coupe du monde sont Adidas et Visa", souligne Candriam.

Ces dernières années, "de plus en plus d'entreprises d'Orient ou d'Extrême-Orient sont venues s'ajouter à la liste des sponsors et partenaires, à l'image de Hyundai Motor Group, Emirates ou Sony, dont le partenariat avec la Fifa est désormais solidement établi", juge la société de gestion. Elles ont été rejointes cette année par "le groupe pétrolier national russe Gazprom, Qatar Airways et la multinationale chinoise Wanda Group", précise-t-elle.

Sept entreprises chinoises, positionnées sur des secteurs aussi variés que la téléphonie mobile, les produits laitiers, les véhicules électriques et les technologies de réalité virtuelle, sponsorisent la Coupe du monde, rapporte de son côté China News Service, agence de presse chinoise détenue par le gouvernement. Le géant laitier chinois Mengniu Dairy s'est même offert les services d'un ambassadeur de luxe, le célèbre footballeur Lionel Messi. "Nos entreprises sont avides de multiplier les investissements et les acquisitions à l'étranger pour valoriser leurs marques. Les énormes montants qu'elles consacrent au sponsoring du Mondial participent à leurs efforts pour acquérir une envergure planétaire", explique l'agence, citant un rapport du think tank Center for China and Globalization¹.

La montée en puissance des multinationales des pays émergents parmi les sponsors et partenaires de l'événement n'est pas le fruit du hasard. Ce phénomène s'explique en effet essentiellement par "les deux grandes tendances qui façonnent l'économie mondiale : la mondialisation et l'essor des pays émergents. Les échanges internationaux, qui représentaient moins de 40 % du PIB mondial en 1982, n'ont cessé d'augmenter pour atteindre 60 % à la veille de la crise financière de 2008. Parallèlement, la part des pays émergents dans le PIB mondial est passée de 36 % en 1982 à 60 % en 2018, à parité de pouvoir d'achat", souligne Candriam. [...]

SOURCE : Nicolas Gallant, « Coupe du monde de foot : voici pourquoi vous voyez autant de panneaux en chinois au bord du terrain ! », publié sur *capital.fr*, le 06/07/2018, [en ligne], disponible sur www.capital.fr/entreprises-marches/coupe-du-monde-2018-voila-pourquoi-vous-voyez-autant-de-panneaux-en-chinois-au-bord-du-terrain-1296768 (consulté le 10 décembre 2023)

¹ **Center for China and Globalization** : le Centre pour la Chine et la mondialisation est un groupe de réflexion chinois basé à Pékin.

BREVET PROFESSIONNEL Toutes spécialités	Session 2025	25-BP-P-ECM-HG-ME3 25-BP-A-ECM-HG-ME1	SUJET
Épreuve : Expression et connaissance du monde Partie : histoire ou géographie	Durée : 1h30	Coefficient : 1,5	Page 4/9

DOCUMENT 3 : Pays organisateurs de la Coupe du Monde de la FIFA™

 COUPE DU MONDE DE LA FIFA, CANADA, MEXIQUE, ETATS-UNIS 2026™	
 COUPE DU MONDE DE LA FIFA, QATAR 2022™	 COUPE DU MONDE DE LA FIFA, CORÉE/JAPON 2002™
 COUPE DU MONDE DE LA FIFA, RUSSIE 2018™	 COUPE DU MONDE DE LA FIFA, FRANCE 1998™
 COUPE DU MONDE DE LA FIFA, BRÉSIL 2014™	 COUPE DU MONDE DE LA FIFA, ÉTATS-UNIS 1994™
 COUPE DU MONDE DE LA FIFA, AFRIQUE DU SUD 2010™	 COUPE DU MONDE DE LA FIFA, ITALIE 1990™
 COUPE DU MONDE DE LA FIFA, ALLEMAGNE 2006™	 COUPE DU MONDE DE LA FIFA, MEXIQUE 1986™

SOURCE : FIFA, « Pays organisateurs de la Coupe du Monde de la FIFA™ », publié sur *fifa.com*, [en ligne], disponible sur www.fifa.com/fr/tournaments/mens/worldcup (consulté le 10 décembre 2023)

BREVET PROFESSIONNEL Toutes spécialités	Session 2025	25-BP-P-ECM-HG-ME3 25-BP-A-ECM-HG-ME1	SUJET
Épreuve : Expression et connaissance du monde Partie : histoire ou géographie	Durée : 1h30	Coefficient : 1,5	Page 5/9

DOCUMENT 4 : Le football, outil en construction du soft power chinois

En octobre 2007, durant le XVII^e Congrès du Parti communiste chinois, Hu Jintao mentionne pour la première fois l'expression « soft power »². Considéré depuis une décennie comme un outil incontournable pour valoriser l'image de la Chine à l'étranger, il est naturellement devenu un pilier des stratégies diplomatique et commerciale chinoises. [...]

La stratégie de séduction et de représentation chinoise par le football a volontairement déplacé la carte du sport le plus pratiqué au monde vers l'Est, d'où une nouvelle géographie du football qui suit celle de l'économie internationale. Après les Jeux olympiques de 2008 à Pékin, l'actuel Président chinois souhaite effectivement poursuivre l'intégration de son territoire dans la mondialisation du sport. Dans ce cadre, le football se veut une « vitrine de la vitalité et de la grandeur des nations », soit un « instrument de propagande » douce qui se met au service de la politique extérieure et de la diplomatie économique. Pékin pourrait ainsi tirer quelques enseignements du Qatar, de sa relation privilégiée avec une partie de l'élite française et de son investissement au Paris-Saint-Germain (PSG).

La Chine, futur « centre » du football mondial ? À moyen terme, le retard accumulé semble plutôt réhibitoire, la Chine ne pouvant que devenir une « périphérie » de l'Europe. En revanche, les nouveaux flux et échanges entre ces deux espaces vont accroître la mondialisation « du marché du travail du personnel sportif », engendrant conséquemment de nouvelles réalités sociales, spatiales, économiques et financières, avec en outre des connexions suscitées par l'ouverture de ce marché footballistique chinois. Le demandeur, qu'il soit consommateur de football ou acteur (joueur, entraîneur, investisseur, etc.), se retrouvera de plus en plus dans une situation de marché dit monopsone³.

Afin de pouvoir un jour exporter cet outil du soft power qu'est le football – et donc les joueurs –, certains acteurs chinois entendent directement concurrencer les Européens, y compris dans la formation in situ. L'école de football Guangzhou Evergrande, du nom d'un des principaux clubs, n'a rien à envier aux plus grands clubs européens. Ce campus accueille 2 800 élèves répartis sur 50 terrains d'entraînement à 80 kilomètres au nord de Canton où réplique démesurée de la coupe du monde de football de 12 mètres et bâtiments rappelant les parcs Disney reproduisent les schèmes traditionnellement attribués au monde du football : magie, démesure et argent. Ayant pour mission d'inculquer cette « science du football » européenne aux élèves, les 150 instructeurs chinois sont eux-mêmes encadrés par 22 techniciens espagnols du Real Madrid. En Chine, durant la saison 2017-2018, seules trois des seize équipes de la CSL sont entraînées par des entraîneurs chinois ; neuf l'étant par des experts européens ou étant passés par l'Europe où ils y ont acquis une renommée internationale.

SOURCE : Xavier Aurégan, « Vers une nouvelle géographie du football, L'investissement chinois dans le ballon rond », in *Géographie et cultures* [en ligne], 104 | 2017, mis en ligne le 16 novembre 2018,. Disponible sur <http://journals.openedition.org/gc/6133> (consulté le 10 décembre 2023)

² **Soft power** : Stratégie d'influence « douce » qui permet à un État d'orienter les relations internationales en sa faveur.

³ **Monopsone** : marché sur lequel il existe de nombreux offreurs pour un unique demandeur.

BREVET PROFESSIONNEL Toutes spécialités	Session 2025	25-BP-P-ECM-HG-ME3 25-BP-A-ECM-HG-ME1	SUJET
Épreuve : Expression et connaissance du monde Partie : histoire ou géographie	Durée : 1h30	Coefficient : 1,5	Page 6/9

QUESTIONS

DOCUMENT 1 (5 points)

Question 1 :

Complétez le tableau de l'**annexe 1** à rendre avec la copie, en analysant l'organisation des flux migratoires des joueurs de football à l'échelle mondiale et à l'échelle régionale.

DOCUMENTS 2, 3 (5 points)

Question 2 :

En vous appuyant sur le document 2, montrez que le football est au cœur de la mondialisation en complétant le schéma en annexe 2 à rendre avec la copie.

Question 3 :

D'après le document 2, « un basculement de l'Ouest vers l'Est s'est opéré ». En quoi le document 3 illustre-t-il ce constat ?

DOCUMENT 4

Question 4 : (4 points)

Pour chaque affirmation, déterminez si elle est vraie ou fausse et justifiez votre choix :

- Le football est un outil du « soft power » chinois.
- Le football permet l'intégration du territoire chinois dans la mondialisation du sport.

DOCUMENTS 1, 2, 3, 4 (6 points)

Question 5 :

À l'aide de vos **connaissances** et de vos réflexions sur les **documents**, vous montrerez que le football illustre le phénomène de la mondialisation et redessine une nouvelle organisation géographique à l'échelle mondiale.

BREVET PROFESSIONNEL Toutes spécialités	Session 2025	25-BP-P-ECM-HG-ME3 25-BP-A-ECM-HG-ME1	SUJET
Épreuve : Expression et connaissance du monde Partie : histoire ou géographie	Durée : 1h30	Coefficient : 1,5	Page 7/9

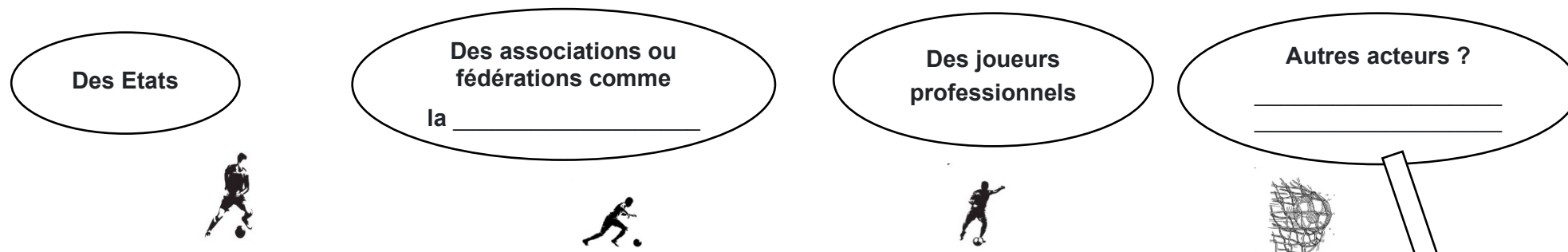
ANNEXE 1 (À RENDRE AVEC LA COPIE)

LA MOBILITÉ DES JOUEURS DE FOOTBALL		
Un continent accueillant un grand nombre de joueurs expatriés	Un pays accueillant un grand nombre de joueurs expatriés	Un continent n'accueillant que très peu ou pas de joueurs expatriés
.....		
Principaux constats	À l'échelle mondiale : 	
	À l'échelle régionale : 	

ANNEXE 2 (À RENDRE AVEC LA COPIE)

Le football au cœur de la mondialisation

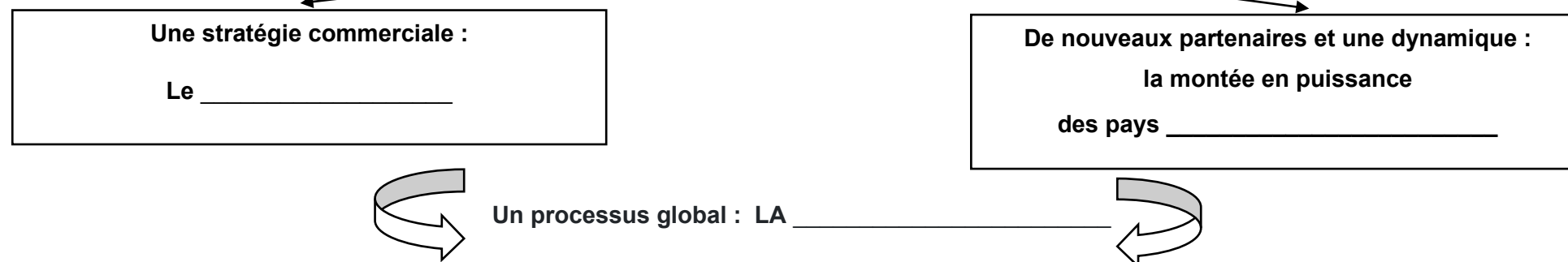
Des acteurs



Des mouvements



Des stratégies et des dynamiques



BREVET PROFESSIONNEL Toutes spécialités	Session 2025	25-BP-P-ECM-HG-ME3 25-BP-A-ECM-HG-ME1	SUJET
Épreuve : Expression et connaissance du monde Partie : histoire ou géographie	Durée : 1h30	Coefficient : 1,5	Page 9/9