

Évaluation type bac (2 heures) – 2025 – Spécialité de première

Partie 1 : Mobilisation des connaissances (8 points)

Montrez, en vous appuyant sur 3 des 5 hypothèses, que le **modèle de la concurrence parfaite** s'éloigne de la réalité.

Conseils de méthode pour l'EC1 :



- Pensez à bien expliciter les termes ou notions clés
- Mobilisez si possible la méthode AEI (affirmation, explication, illustration)
- Structurez et développez votre réponse de façon cohérente avec des connecteurs logiques

- **Expliciter la notion de « modèle » en économie** : représentation simplifiée de la réalité, construction théorique, « environnement mental ». **[1 point]**
- **Présenter les hypothèses du modèle de la concurrence parfaite** : atomicité, homogénéité, transparence, fluidité, mobilité **[1 point]**
- **Choisir 3 hypothèses et les remettre en cause (parmi les 5 suivantes)** :

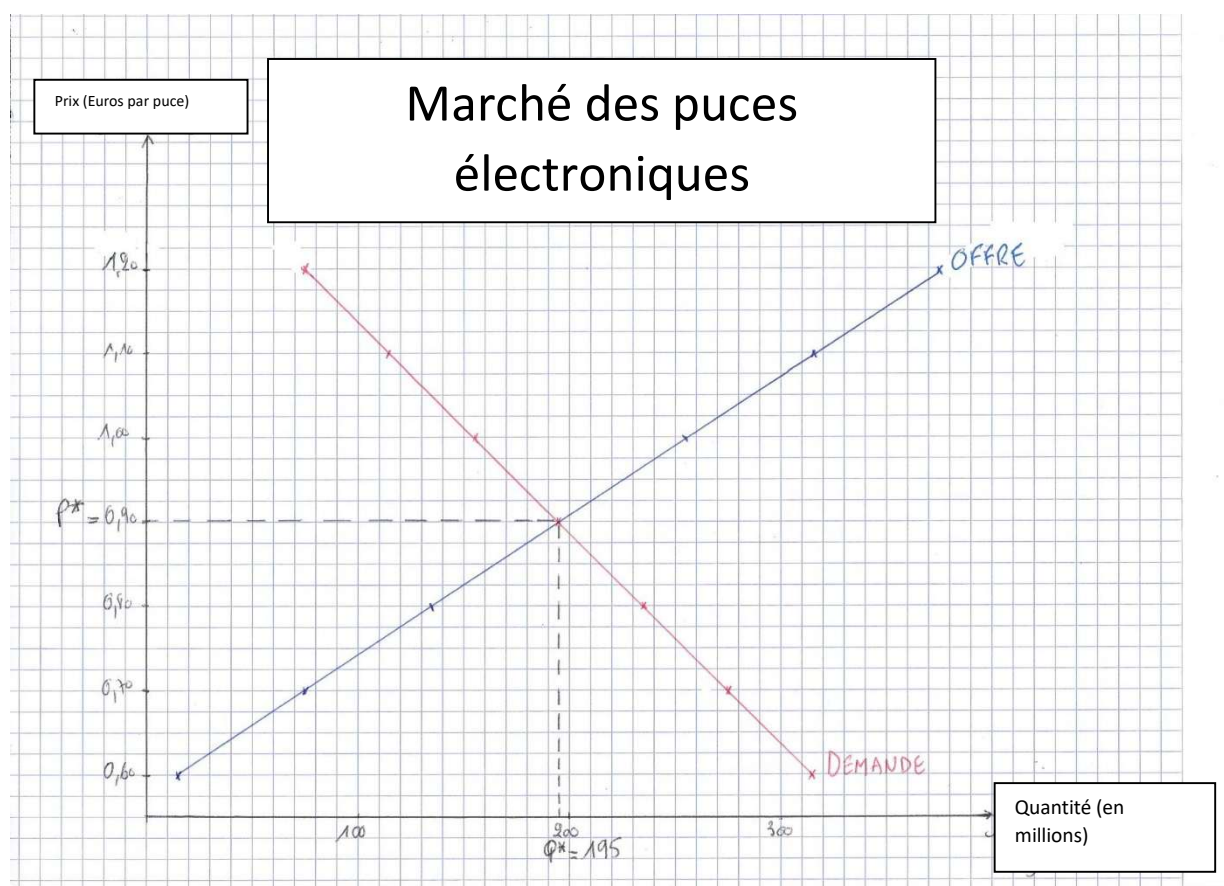
Connaissances mobilisables et exemples (utiliser méthode AEI)		
Hypothèse	Explicitation de l'hypothèse	Remise en cause
Atomicité	Une multitude d'offreurs et de demandeurs sur un marché, aucun n'a un poids suffisant pour influencer la formation des prix, les agents sont donc tous preneurs de prix [1 point]	Dans la réalité on observe des situations de monopole avec un offreur face à une multitude de demandeurs comme c'est le cas de la SNCF sur de nombreuses lignes nationales pour le transport des voyageurs mais aussi des situations d'oligopoles avec seulement quelques offreurs qui peuvent former des ententes, des cartels comme ce fut le cas dans la téléphonie avec SFR, Bouygues et Orange avant l'arrivée de Free. [1 point]
Homogénéité	Sur un marché en CP, les produits sont identiques, interchangeables, parfaitement substituables [0.5 point]	Dans la réalité, on observe le plus souvent des situations de concurrence monopolistique. Les producteurs élaborent des stratégies de différenciation verticales, sur la qualité, en termes de niveau de gamme comme sur le marché de la téléphonie entre <i>Apple</i> et <i>Redmi</i> mais ils élaborent aussi des stratégies de différenciation horizontales, concernant la variété (design, caractéristiques propres, SAV, coloris, etc.) comme on peut le voir sur le marché de l'automobile entre des firmes

		comme Renault, Peugeot et Citroën par exemple [1.5 point]
Transparence	L'information circule parfaitement entre les offreurs et les demandeurs, sans délai ni coûts. Acheteurs et producteurs connaissent tout du produit qui est au cœur de leur transaction [1 point]	Dans la réalité, l'information n'est pas toujours accessible, elle est parfois dissimulée de façon volontaire (marché des voitures d'occasion par exemple) mais aussi parfois de façon involontaire (le producteur lui-même n'a pas nécessairement l'information sur l'origine des composants qui composent son produit). On peut donner l'exemple des téléphones portables, les consommateurs ne savent par exemple pas d'où viennent les terres rares qui sont utilisées dans les composants, le coût d'accès à cette information est élevé et s'ils voulaient tout connaître et tout comprendre de ce produit complexe, il leur faudrait en amont une formation en ingénierie. [1 point]
Fluidité (ou contestabilité)	Les agents économiques, offreurs comme demandeurs doivent pouvoir entrer (contester) et sortir librement du marché à tout moment. [1 point]	La réalité est bien différente puisque pour un producteur par exemple, il n'est pas toujours possible d'entrer sur un marché notamment du fait des institutions. Par exemple, pour une pharmacie, un opérateur téléphonique ou une banque (exemples vus en classe) il faut une autorisation des pouvoirs publics. De la même manière, il est parfois difficile de sortir d'un marché lorsque les coûts fixes sont élevés, sortir du marché de l'aéronautique pour Airbus ou de l'automobile pour un constructeur ne peut se faire immédiatement. [1 point]
Mobilité	Cette hypothèse stipule que les facteurs de production c'est-à-dire le travail (activité humaine) et le capital (capital fixe : machines, locaux, terres, usines, etc.) peuvent se déplacer entre les secteurs et géographiquement. [1 point]	La réalité est bien différente : - La mobilité des travailleurs entre les secteurs nécessite une conversion, une période de formation (un agriculteur ne devient pas ingénieur du jour au lendemain) et la mobilité géographique est aussi limitée (un ouvrier français ne suit pas son usine délocalisée en Pologne par exemple) - La mobilité du capital est aussi limitée : les machines, mêmes flexibles comme les robots industriels, passent difficilement d'un secteur à un autre. Certaines machines peuvent être délocalisées mais ce n'est pas possible pour les terres des agriculteurs par exemple et difficile pour des sites industriels complexes (hauts fourneaux par exemple). [1 point]

Partie 2 : Modélisation graphique (12 points)

Offre et demande sur le marché des semi-conducteurs							
Prix en euros par puce électronique	0,6	0,7	0,8	0,9	1	1,1	1,2
Production de puces électroniques (en millions)	15	75	135	195	255	310	375
Consommation de puces électroniques (en millions)	315	275	235	195	155	115	75

1. Représentez graphiquement ce marché en choisissant une échelle pertinente.



2. Les pouvoirs publics décident d'appliquer une taxe faisant passer le prix unitaire pour le consommateur à 1.10 euro. Représentez cela graphiquement et précisez quelles en seront les conséquences sur les prix et les quantités.

Démonstration faite en classe

3. Identifiez graphiquement, après l'instauration de la taxe, les différents surplus ainsi que la zone des recettes fiscales et expliquez à quoi correspondent ces zones (aucun calcul n'est attendu)

Démonstration faite en classe