

SECONDE ENSEIGNEMENT D'EXPLORATION SES  
ACADEMIE DE RENNES  
GILLES GUEGAN

DUREE : 1heure

Calculatrice autorisée- aucun document autorisé.

**Question 1 : Comment les prix et les revenus influencent les choix des consommateurs ?**

**ATTENTION : RENDRE LE SUJET AVEC LA COPIE, EN INDIQUANT VOS NOM, PRENOM ET CLASSE, AVEC LE TABLEAU VRAI/FAUX REMPLI.**

Nom : .....

Prénom : .....

Classe : .....

**Partie 1 : connaissances (/10 points) à rendre avec la copie**

Répondez, en cochant une croix, par vrai ou faux aux affirmations suivantes : +1 par bonne réponse, -0.5 par réponse fausse, zéro si l'élève choisit de ne pas répondre.

propositions	vrai	faux
1 : le revenu disponible est égal au salaire.		
2 : la consommation des ménages correspond à la partie du revenu disponible qui est dépensé immédiatement par les ménages.		
3 : l'épargne correspond à la partie du revenu disponible qui n'est pas consommée immédiatement par les ménages.		
4 : le pouvoir d'achat correspond aux dépenses des ménages.		
5 : Sans faire de crédit, un ménage ne peut dépenser plus que ses revenus.		
6 : Si un ménage ayant de très gros revenus consomme beaucoup plus qu'un ménage aux revenus modestes, il ne peut pas épargner.		
7 : L'épargne procure au ménage des revenus supplémentaires.		
8 : Si les revenus des ménages n'augmentent pas, une baisse des prix augmente néanmoins le pouvoir d'achat des ménages.		
9 : Si la hausse des prix est inférieure à la hausse des revenus des ménages, le pouvoir d'achat des ménages augmente.		
10 : En principe, en économie, les prix à la consommation ne peuvent jamais diminuer.		

**Partie 2 : Méthode d'analyse (/4 points).**

Evolution de la structure de consommation par fonction des ménages.

	<b>1960</b> En %	<b>2010</b> En %	Valeur en 2010 en millions d'euros
Alimentation	27,3	<b>12,5</b>	<b>180,0</b>
Habillement	10,1	3,3	47,3
Logement, eau, gaz, électricité...	9,8	19,3	277,5
Meubles, articles de ménage et entretien courant de l'habitation	7,8	4,4	65,3
Santé	1,9	2,9	41,8
Transports, communications	9,3	12,7	182,3
Loisirs et culture	5,8	6,5	93,4
Autres	13,5	13,9	199,3
<u>Dépense de consommation socialisée</u>	14,6	24,4	350,4
TOTAL : <u>consommation effective des ménages</u>	100	100	1435,2

\* taux de variation des  
quantités consommées  
(mesurées en volume)

d'après  Comptes  
nationaux

- **Question 1** : Quelle(s) information(s) nous fournit le tableau statistique ci-dessus ? (1pt)
- **Question 2** : Expliquez par une phrase les chiffres soulignés dans le tableau.(1 pt)
- **Question 3** : Quelle observation peut-on faire sur l'évolution des dépenses des ménages entre 1960 et 2010 ? (2 pts) (réponse courte mais justifiée)

### **Partie 3 : raisonnement appuyer par un document : (/10 points)**

#### **Document : A la découverte de l'élasticité-prix : que faire quand le prix des vaccins flambe ?**

La panique. C'est le seul mot pour décrire la situation dans les hôpitaux, les cliniques et les maisons de retraite aux États-Unis en octobre 2004. Au début de ce mois, l'un des deux seuls fournisseurs de vaccins contre la grippe pour la totalité du marché américain (la Chiron Corporation) annonça que des problèmes de contamination l'obligeaient à fermer son usine de production. [Chaque] année la grippe tue environ 36 000 Américains et en envoie 200 000 autres à l'hôpital. Les victimes sont plus couramment des enfants, des personnes âgées ou des personnes souffrant d'insuffisance du système immunitaire. En temps normal ces personnes, de même que les travailleurs du secteur de la santé, sont les premières à être immunisées.

La pénurie de vaccins de 2004 bouleversa ces plans. À mesure que la nouvelle se répandait, la ruée sur les doses disponibles s'intensifiait. Les gens faisaient la queue au milieu de la nuit devant les commerces qui en avaient encore [...] Dans le même temps, les distributeurs de produits pharmaceutiques - les sociétés qui obtiennent les vaccins de producteurs et les distribuent ensuite aux hôpitaux et aux pharmacies - virent dans cette frénésie une opportunité de profits. L'un d'entre eux, Med-Stat, qui demandait normalement 8,50 \$ pour un vaccin, commença à faire payer 90 \$, plus de 10 fois le prix normal. [...]

La plupart des gens refusaient ou n'étaient pas capables de payer un tel prix pour un vaccin, mais beaucoup acceptèrent. Med-Stat avait vu juste en pensant que les consommateurs du vaccin étaient relativement insensibles au prix ; autrement dit, la forte augmentation du prix du vaccin ne modifia pas beaucoup les quantités demandées par les consommateurs. [...]

*Source : Paul Krugman (2009), Microéconomie, De Boeck.*

**Question :** A partir d'un paragraphe argumenté (20 lignes maximum), vous répondrez à, la question suivante, en analysant le document ci-dessus et à partir de vos connaissances :

- **En quoi, en 2004, aux USA, le producteur de vaccins Med-Stat a-t-il vu « juste » en augmentant les prix de ses vaccins ?**