

DISSERTATION

Comment remédier aux limites du marché ?

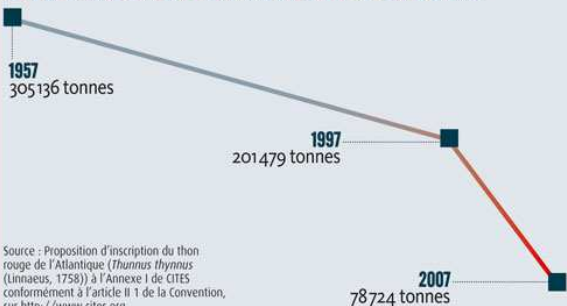
Il est demandé au candidat :

- de répondre à la question posée par le sujet ;
- de construire une argumentation à partir d'une problématique qu'il devra élaborer ;
- de mobiliser des connaissances et des informations pertinentes pour traiter le sujet, notamment celles figurant dans le dossier ;
- de rédiger en utilisant le vocabulaire économique et social spécifique et approprié à la question, en organisant le développement sous la forme d'un plan cohérent qui ménage l'équilibre des parties.

Il sera tenu compte, dans la notation, de la clarté de l'expression et du soin apporté à la présentation.

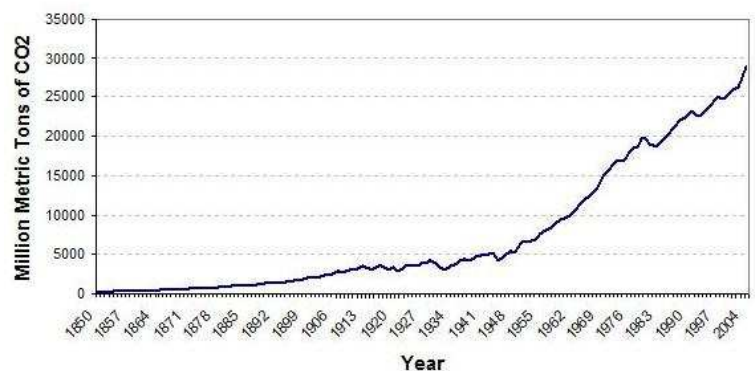
Document 1. Les stocks de thon rouge dans le monde

UNE BAISSÉ ALARMANTE DES STOCKS



Document 2. Emissions globales de CO₂ (1850-2004)

Historical Global CO₂ Emissions* (1850-2004)



*from Fuel Burning, Cement Manufacture, and Gas Flaring

Source: Marland et. al (2007) Global, Regional, and National CO₂ Emissions. In Trends: A Compendium of Data on Global Change. CDIA/C. U.S.A.

Document 3. Les lessiviers sanctionnés

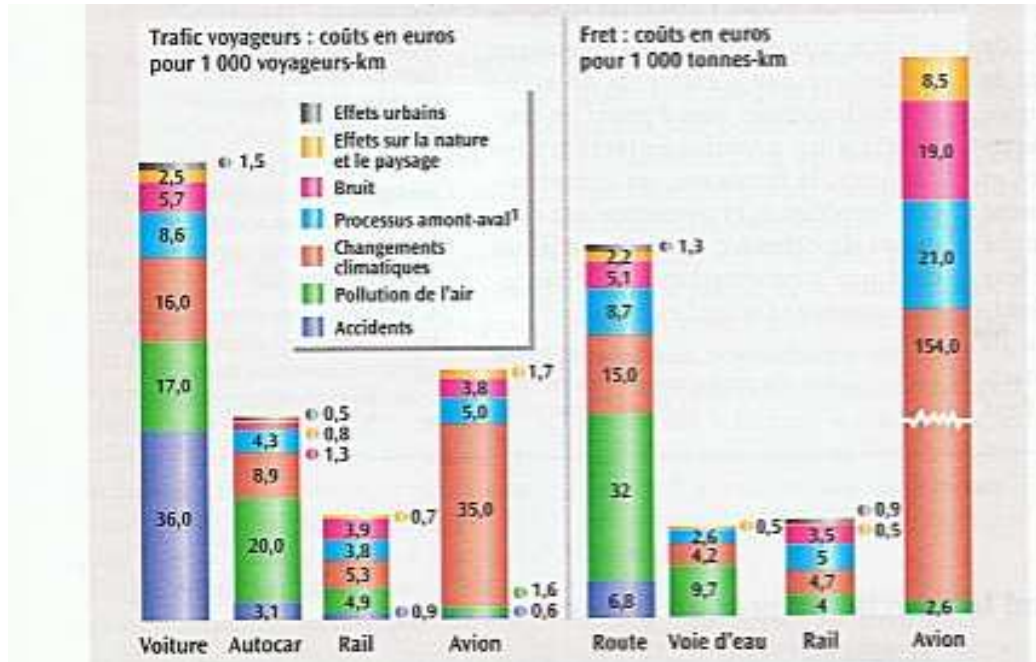
Entre 1997 et 2004, les quatre fabricants de lessive présents sur le marché français se sont concertés pour geler les prix et les promotions. L'Autorité de la concurrence vient de leur infliger une lourde amende de 361,3 millions d'euros.

Ariel, Skip, Le Chat, Dash, Omo, Super Croix, Gama, Vizir, Bonux, Persil, X-Tra, etc. : la totalité des grands noms de la lessive présents sur le marché français ont trempé dans l'entente sur les prix rendue publique hier par l'Autorité de la concurrence. Entre 1997 et 2004, Unilever, Colgate, Procter & Gamble et Henkel, les quatre fabricants mondiaux qui commercialisent ces marques se sont mis d'accord sur leurs prix de vente aux grandes surfaces et sur les promotions pratiquées, gelant ainsi la concurrence et maintenant artificiellement les prix. Toutes les formes de lessives (poudre, tablettes, liquide) étaient concernées. L'Autorité de la concurrence se refuse toutefois à donner une estimation du préjudice pour les consommateurs, arguant qu'elle ignore comment auraient évolué les prix s'il n'y avait pas eu entente.

En avril dernier, la Commission européenne cette fois avait condamné l'américain Procter & Gamble, l'anglo-néerlandais Unilever et l'allemand Henkel pour entente à la fois sur les prix et sur les quantités de lessive dans leurs emballages.

Anne-Sophie Stamane, Que Choisir, 09/12/2011

Document 4. Les transports : vecteurs de pollution



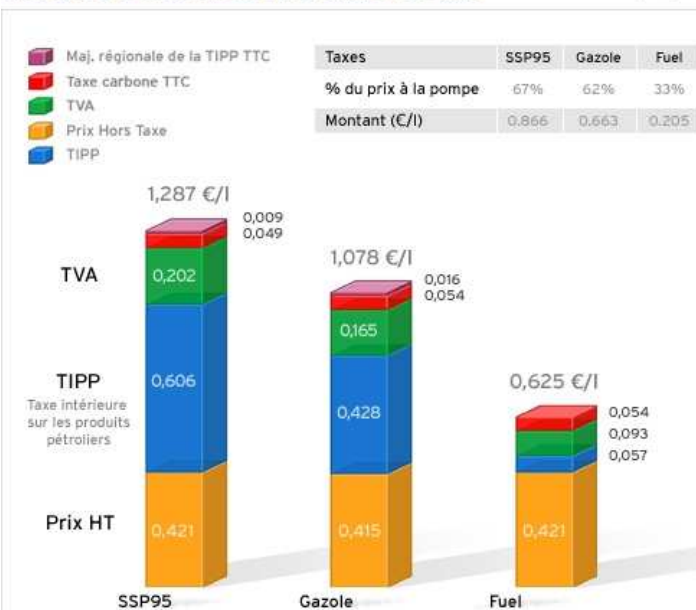
Alternatives économiques, H-S, 2000

Document 5. La fiscalité sur les carburants

L'impact de la nouvelle fiscalité sur les carburants

Avec un coût de la taxe carbone à 17€ / tonne de CO2 émise

09/10/09



Sources : Union Française des Industries Pétrolières

Infographie : LE FIGARO.fr
Damien Hypolite