Sujet pour section bilingue francophone

SESSION 2011

ÉCONOMIE

- DURÉE DE L'ÉPREUVE : 1 HEURE 30 -
- TOUS LES SUJETS SONT OBLIGATOIRES. 10 POINTS SONT ACCORDÉS D'OFFICE. -

L'usage de la calculatrice n'est pas autorisé pour cette épreuve

La qualité de la rédaction, la clarté et la précision des raisonnements entreront pour une part importante dans l'appréciation des copies

- **Première partie: Questionnaire à Choix Multiples** **14 points**

(2 pts. par question)

Pour chaque question de cet exercice, une seule proposition est exacte. Vous indiquerez sur la copie le numéro de la question et la lettre correspondant à l'affirmation choisie. Aucune justification n'est demandée.

1) L'acquisition de biens de production par une entreprise est appelée:
a) valeur ajoutée
b) taux d'intérêt
c) taux de profit
d) investissement

2) Selon Abraham Maslow, les besoins à satisfaire en priorité sont les besoins:
a) d'accomplissement personnel (morale, créativité…)
b) d'estime (des autres et de soi)
c) physiologiques (manger, boire, dormir…)
d) de sécurité (de l'emploi, de la santé…)

3) Dans la consommation marchande, le prix d'un bien est:
a) égal à son coût de revient
b) supérieur à son coût de revient
c) inférieur à son coût de revient
d) l'inverse de son coût de revient

4) Lorsqu'une entreprise doit utiliser pour sa production à la fois du travail et du capital fixe, on dit que les facteurs de production sont:
a) substituables b) autonomes c) indépendants d) complémentaires

5) Le coût supplémentaire induit par la dernière unité produite est le coût:
a) moyen b) total c) marginal d) fixe

6) En règle générale, lorsque pour un bien ou un service l'offre est supérieure à la demande, le prix:
a) diminue b) augmente c) stagne d) double

7) Le traité de Rome, instituant la Communauté Économique Européenne, a été signé le 25 mars:
a) 1937 b) 1957 c) 1977 d) 1997

- **Deuxième partie: Question de cours 16 points**

Après avoir donné les définitions de la productivité du travail et de la productivité du capital, vous rappellerez de quelles façons peuvent être distribués les gains de productivité.

- **Troisième partie: Etude d'un dossier documentaire 28 points**

Document 1:
Sur la plupart des marchés d'exportation, les vins roumains ont gardé leur image de vins des «pays de l'Est» - bon marché et de qualité médiocre. Annuellement, le pays n'exporte qu'entre 4 et 18% de sa production de vin, ce qui représente peu par rapport aux exportations des grands pays producteurs. Exceptionnellement, 27% de la production a été exporté en 2006. Les producteurs roumains préfèrent vendre leur vin sur le marché local où ils peuvent proposer leurs produits à des prix plus élevés que sur les marchés étrangers. En outre, les consommateurs roumains choisissent le plus souvent les vins produits dans le pays. Ceci peut expliquer en partie la baisse des exportations de près de 50% au cours des trois dernières années pour arriver à 141 milles d'hectolitres de vin en 2008. En 2005, le volume des exportations avait été de 270 000 hectolitres. […] En 2009, pour la première fois depuis 2000, les exportations de vins roumains ont dépassé les importations. Au cours du premier trimestre de cette année, la valeur des exportations a atteint 3,4 millions d'euros, alors que la valeur des importations a été de 3,32 millions d'euros. […] En 2008, la Roumanie est entrée sur le marché du vin en Inde. Les plus grands producteurs ont commencé à exporter du vin vers ce pays dans le but de gagner des parts de marché en Asie du Sud.

Winealley.com, 20/10/2009.

Document 2:

Fermierii români din domeniul viticulturii, una dintre cele mai importante sectoare ale agriculturii din țară, consideră piața din China ca fiind cea mai mare din Asia şi mult mai profitabilă decât pieţele tradiționale europene. Producătorii români de vinuri au făcut primul pas spre piața chineză, prezentându-şi produsele la o expoziție de vinuri în China în 2009. Prezența lor a fost un succes şi a fost urmată curând de primele livrări de vin românesc către China. Studiile de marketing efectuate pe piața din China de importanți producători români de vin s-au dovedit a fi mai mult decât optimiste - un potențial de aproximativ 91 milioane de litri exportate. Patru dintre cei mai mari producători de vin din România au apreciat că în următorii trei ani, în pofida crizei economice mondiale, exportul românesc de vin către China s-ar putea transforma într-o afacere importantă, dacă nu cea mai importantă din agricultura României. Pentru a îndeplini acest obiectiv, cel mai important pas va fi construirea unui terminal special pentru încarcarea vinului în portul românesc de la Galați. Câțiva exportatori de vin românesc şi investitori chinezi construiesc deja depozite mari exclusiv pentru depozitarea vinurilor, terminale cu capacitate mare de încarcare şi alte unități în portul din Galați.

Ziare.com, 03/11/2010.

Document 3: Parts en % des principaux clients de la Roumanie pour les exportations de vin en 2008 (en valeur).

Italie	**59**
Allemagne	**10**
Chine	**5**
Russie	**5**
Grande Bretagne	**4**
Estonie	**3**
Bulgarie	**3**
Etats-Unis	**2**
Autres pays de l'Union Européenne	**7**
Reste du monde	**2**

Source: Comtrade, ONU, 2009.

Questions sur les documents:

1) (document 1) Quelles sont les raisons qui permettent d'expliquer la faiblesse de la part des exportations dans la production de vin en Roumanie? [7 pts.]

2) (document 1) En 2008 et 2009, quels sont les deux éléments positifs concernant les exportations de vins roumains? [6 pts.]

3) (document 2) Pourquoi les producteurs de vin roumains s'intéressent-ils au marché chinois? [6 pts.]

4) (document 2) Quels sont les moyens mis en œuvre par les producteurs de vin roumains pour exporter vers la Chine? [6 pts.]

5) (document 3) Quelle était en 2009 la part des exportations de vin roumain vers les pays membres de l'Union Européenne? [3 pts.]

- **Quatrième partie: Synthèse à partir du dossier documentaire: 32 points**

(15 par partie, 1 point pour l'introduction, 1 point pour la conclusion)

À l'aide des trois documents du dossier et de vos connaissances de cours, vous analyserez les caractéristiques des exportations de vin roumain. Pour ce faire, vous apporterez une réponse argumentée et logiquement structurée à chacune des deux questions suivantes:

1) Quelles sont les raisons des faiblesses et de la concentration géographique des exportations de vin roumain? (réponse d'environ 150 mots).

2) De quelles façons les producteurs de vin roumain souhaitent-ils accroître et diversifier leurs parts de marché à l'exportation? (réponse d'environ 150 mots).

Cette synthèse comportera également une introduction (une ou deux phrases où vous présenterez les deux parties de la synthèse), ainsi qu'une conclusion (une ou deux phrases où vous ferez le bilan de la synthèse).