

Economics

2^{nde} Internationale

M. Dépinoy

5 minutes reading time + 75 minutes

INSTRUCTIONS TO CANDIDATES

- You are not permitted to write anything during the five minutes reading.
- Do not open this booklet until instructed to do so.
- Do not start writing on this paper until allowed to do so.
- Calculators and dictionaries are permitted.
- Write your answers on the present booklet.
- All your answers must be properly justified.
- All numerical answers should be given exactly or correct to two decimal points.
- You are not allowed to leave the room until the end of the examination.
- The maximum mark for this examination paper is [40 marks].

NAME : Jingjie YANG

SCORE: 33 /40

COMMENTS :

Bon travail ! les notes sont très bien et les méthodes acquises. Attention faire vos fautes de grammaire et de vocabulaire. Prenez le temps de vous re lire.

Ex 1. Répondre par vrai ou faux aux affirmations suivantes en justifiant votre réponse (10 points)

9,5

	Affirmation	Vrai	Faux	Justification
1	Les administrations publiques cherchent à faire du profit		X ↗	Les administrations publiques produisent des services non marchands par définition, il ne cherchent pas à faire du profit.
2	Un supermarché produit des services marchands	X ↗		La vente au supermarché et la livraison sont des services destinés à être vendus sur le marché, c'est donc des services marchands.
3	MSF ne produit pas		X ↗	Les activités de MSF ne sont pas vendues, mais elles sont quand-même socialement reconnues et rémunérées, et MSF donc produit.
4	Sachant que le coût annuel des transports publics en région parisienne est de 9,3 M d'€ et que les recettes liées à la vente des billets et des abonnements est de 3,8 M d'€, ils produisent un service marchand		X ↗	Le prix 3,8 M d'€ représente moins de 50% des coûts de production (9,3 M d'€), c'est donc un service non marchand proposé à titre quasi-gratuit.
5	Un professeur produit lorsqu'il fait des exercices de mathématiques avec ses enfants		X ↗	Cette activité n'est ni déclarée, ni vendue ou rémunérée, ce n'est donc pas une production.
6	LVMH produit à la fois des biens et des services	X ↗		LVMH produit des biens (sacs, parfums, etc.) et également des services (loisirs, etc.).
7	La vente de copies de sacs Louis Vuitton est de la production		X ↗	Cette vente est illégale, ce n'est donc pas la production.
8	L'entreprise pétrolière Total est classée dans le secteur tertiaire		X ↗	Le secteur tertiaire consiste en l'ensemble des activités de production des services, lorsque l'activité majeure de Total est de produire des biens comme la pétrole et il est donc dans le secteur tertiaire.
9	Une administration publique tire ses revenus de cotisations volontaires		X ↗	Une administration publique tire ses revenus de cotisations obligatoires comme les impôts.
10	Une Société Anonyme est une entreprise dont on ne connaît pas le nom		X ↗	Dans une Société anonyme, c'est la vente des actions des actionnaires sur le marché qui est anonyme, et non pas le nom d'entreprise.

Ex 2. Texte à trous (4 points)

4.

Complétez le texte ci-dessous avec les termes suivants : capital, complémentaires, facteurs de production, heures, technique de production, travail, capital fixe, travailleurs, substituables, consommations intermédiaires.

Pour produire, une entreprise doit utiliser des facteurs de production : ce sont le travail et le capital. Si elle peut combiner de façon variable les facteurs de production, on dit qu'ils sont substituables. Si une seule complémentaires est possible, les facteurs sont complémentaires.

Le facteur travail est mesuré par le nombre de salariés ou d'heures effectuées.

Le capital fixe est composé des machines, locaux, véhicules de transport...

Les capitaux circulants sont des produits qui sont transformés au cours de la production: énergie, matières premières, produits intermédiaires, etc...

bien.

Ex 3. Uber, prochaine faillite du siècle ? (8 points)

Créé il y a 7 ans, Uber est devenu rapidement un modèle pour de nombreuses start-up et on ne compte plus les "Uber-like". En dé poussierant le secteur du taxi, et en profitant des nombreuses grèves qui ont offert une publicité gratuite au service de VTC, Uber est devenu un acteur majeur du monde technologique, valorisé aujourd'hui près de 70 milliards \$. Rien ne semble pouvoir arrêter la firme californienne. Et pourtant, derrière la vitrine médiatique, le colosse pourrait se révéler plus fragile qu'il n'y paraît. Et si, comme le prédisent certains économistes, l'aventure Uber se terminait par une faillite ?

Pour comprendre cette prédiction surprenante, il faut lire le passionnant article de Bloomberg. Où l'on apprend que depuis sa création, l'entreprise californienne a perdu quelques 4 milliards \$! Pire, sur le premier semestre 2016, l'entreprise perdait 1,2 milliards \$ pour 2,1 milliards \$ de Chiffre d'Affaires ! [...]

Et pourtant, l'entreprise se porte bien et dispose encore de plus de 4 milliards de trésorerie grâce aux quelques 16 milliards de \$ amassés en levées de fond et en dette, ce qui lui donne le temps de voir venir. Les investisseurs continuent donc à suivre l'entreprise qui doit cependant compter régulièrement sur une nouvelle levée de fond pour ne pas baisser le rideau. Jusqu'à quand ?

On a coutume de dire dans une entreprise 'normale' que c'est le client qui paie nos salaires, ce qui est assez sain. Mais quand ce sont les investisseurs qui paient les salaires, même au bout de 7 ans et avec une position mondiale dominante, quelque chose semble aller de travers.

Ainsi, le vrai client d'Uber n'est plus l'utilisateur du service de VTC, mais les investisseurs qu'il faut convaincre de réinvestir régulièrement. Remettre une pièce dans la machine car sinon tout s'arrête et tout le monde perd.

Et si les investisseurs continuent à suivre (pour le moment), c'est qu'ils pensent un jour retrouver leur mise. Que le service sera tellement puissant et tellement gros qu'il pourra alors devenir vraiment rentable. On garde en mémoire les aventures de Google, Facebook ou Amazon qui sont passés par là.

Le problème, c'est que l'avenir pour Uber pourrait être plus sombre, et qu'être le plus gros ne suffit pas nécessairement à la rentabilité.

Deux raisons pour lesquelles Uber pourrait tomber :

#1 : La facilité du changement

La stratégie appliquée par Uber est le fameux "Winner Takes All". Selon cet adage, il faudrait investir énormément à coup de levées de fonds pour devenir le plus gros sur son marché, dominer les concurrents et pouvoir alors augmenter ses marges et devenir rentable. C'est la stratégie appliquée avec succès par Google, Facebook ou Amazon.

Le problème ? Pour que cette stratégie fonctionne, il faut que la taille ou l'ancienneté apportent un réel avantage compétitif. Et alors, en effet, les concurrents sont éliminés et le gagnant peut pratiquer la politique tarifaire qu'il souhaite, ou presque.

Malheureusement pour Uber, rien de tout cela ne s'applique dans le cas des VTC.

- Uber ne dispose pas d'avantage technologique majeur face à ses concurrents (contrairement à Amazon ou Google)
- Le fait d'être client depuis longtemps n'apporte pas de bénéfice notable pour le client de nature à freiner le changement (contrairement à Facebook par exemple). [...]

#2 : Le mythe des coûts fixes

Aussi, derrière cette stratégie de croissance boostée aux levées de fonds, on trouve le mythe des coûts fixes. Selon cette approche, les services tels que Uber seraient basés sur de gros coûts fixes, à savoir le développement de la plateforme, le marketing et l'acquisition des premiers clients.

Mais les coûts variables seraient faibles, et une fois que le volume d'activité aurait atteint les coûts fixes, la rentabilité pourrait exploser. [...]

Sauf que non. Dans le cas des marketplace de service comme Uber, le plus gros des coûts sont en général les salaires des équipes et les coûts d'acquisition marketing. [...] Ce sont donc des coûts fixes...variables ! Conséquence ? Dès que le volume d'affaire augmente, les besoins en [ressources humaines] augmentent et donc les coûts associés. Et cette fameuse barre des coûts fixes, qui semblait pourtant si proche, s'éloigne toujours plus.

Au final, malgré son succès, sa notoriété médiatique, ses parts de marché et ses levées de fonds, Uber est condamné à trouver encore et toujours de nouveaux investisseurs, ou à équilibrer enfin son business model dans un contexte complexe.

Et à la fin, il n'est pas exclu que les lois de l'économie que connaît n'importe quel boulanger finissent par s'imposer : il faut générer de la marge pour faire tourner une entreprise, même la plus glamour, même la plus innovante.

Pierre Andre, medium.com

1. Décrivez la combinaison productive de Uber

La combinaison productive de Uber consiste en les chauffeurs et les équipes de marketing pour le travail et les voitures surtout VTC pour le travail. capital !!

17

2. Rappelez à quoi correspondent les coûts fixes ? Pourquoi selon le texte, Uber ne peut-il pas espérer baisser ses coûts moyens de production en augmentant son volume de production ?

Les coûts fixes correspondent aux coûts qui ne changent pas selon la quantité produite. Uber ne peut pas baisser ses matières de production parce qu'elles font qu'elles soient bâclées. La qualité et l'attractivité inférieure, et le profit va aussi baisser.

Des lors que la quantité de production augmente, les coûts augmentent aussi, parce que la quasi-totalité des coûts sont des coûts variables.

3. Selon vous, comment Uber pourrait-il diminuer ses coûts moyens de production dans le futur ?

augmenter la qualité pour attirer plus de clientèle et diminuer la quantité en bien choisir une combinaison productrice moins coûteuse.

Minimise les coûts variables:
remplacer des chauffeurs par des robots / véhicules autonomes

4. Si Uber était une entreprise française, quel statut juridique pourriez-vous conseiller à ses propriétaires ? Justifiez votre réponse.

Je peux conseiller la Société Anonyme ou SA à ses propriétaires. Dans cette manière, la responsabilité est limitée (l'organigramme doit vendre d'actions attractives plus de financeurs qui se réfèrent à eux) pour l'entreprise Uber.

proces

est ce que
c'est la
meilleure ?

SA, SARL

- Q. facilite → protéger les propriétaires; responsabilité est limitée
Q. SA → avoir le capital à un très grand nombre d'actionnaires.

1,5

Ex 4. Le choix de la combinaison productive (4 points)

Une entreprise du secteur secondaire peut avoir recours à trois techniques de production combinant des quantités variables de travail et de capital. Le coût horaire du travail est de 25 euros ; chaque machine coûte 360 euros. Le prix unitaire du produit réalisé s'élève à 80 euros ; la quantité produite et vendue est variable.

On nous fournit le tableau suivant :

Technique de production	Heures de travail	Nombre de machines	Quantité produite
A	100	10	400
B	80	15	440
C	50	20	450

1. Complétez le tableau suivant

Technique de production	Coût du travail	Coût du capital	Coût total	Chiffre d'affaires	Profit
A	2500 €	3 600€	6 100€	32 000€	25 900€
B	2000 €	5 400€	7 400€	35 200€	27 800€
C	1250 €	7 200€	8 450€	36 000€	27 550€

Rappels : Chiffre d'affaires = prix unitaire * quantité vendue

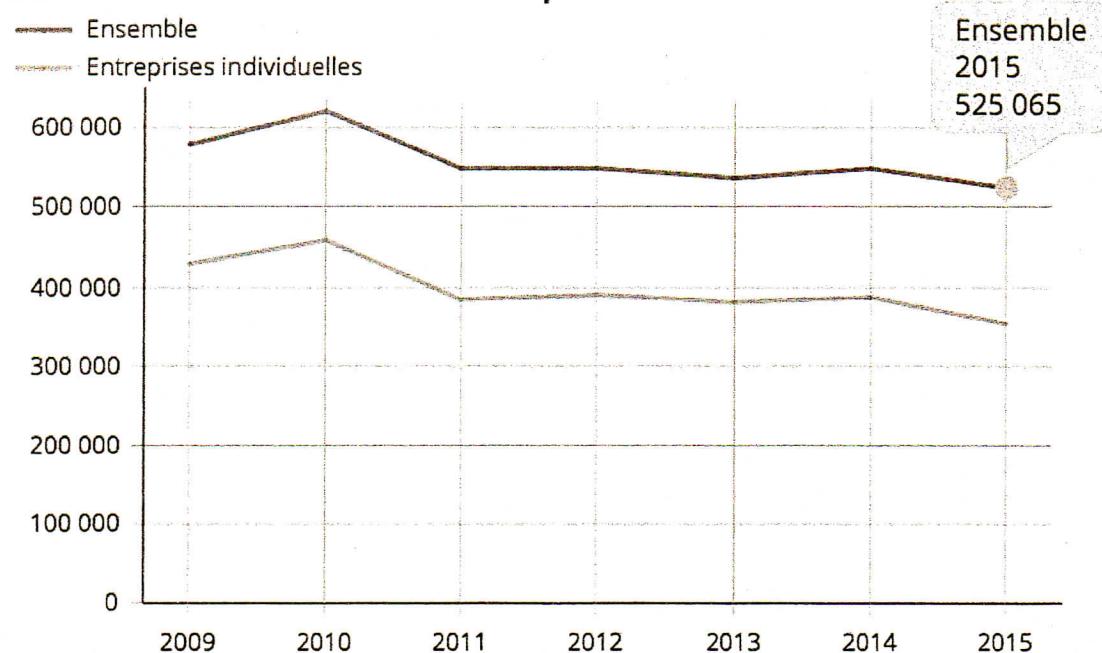
Profit = Chiffre d'affaires – Coût total de production

2. Quelle combinaison productive (ou technique de production) conseillez-vous au chef d'entreprise ? Justifiez

Je conseille la technique de production B, parce que cette combinaison productive rapporte le plus de profit : 27 800 € par rapport à 25 900 € du technique A et 27 550 € du technique C.

Ex 5. Evolution des créations d'entreprises en France (6 points)

DEN G1 - Évolution des créations d'entreprises



Champ : activités marchandes hors agriculture.

Source : Insee, Répertoire des entreprises et des établissements (Sirene).

- Présentez la donnée soulignée dans la cellule en une phrase

En France, en 2015, il y a en total 525 065 entreprises selon l'Insee. 1

Selon l'Insee, en France, en 2015, 525 065 entreprises ont été créées. C'est le nombre de création. 2

- Calculez la différence en % entre le nombre de créations d'entreprises individuelles en 2015 (353 081) et l'ensemble des créations d'entreprises pour la même année. Vous présentez votre calcul puis le résultat en une phrase.

$$\frac{\text{Nombre d'entreprises ensemble} - \text{nombre d'entreprise individuelle}}{\text{Nombre d'entreprises ensemble}} \times 100\% \\ = \frac{525 065 - 353 081}{525 065} \times 100\%$$

$$\approx 32,75\% \quad \textcolor{red}{2}$$

En France, en 2015, la différence en % entre le taux de partition de créations d'entreprises individuelles et l'ensemble des créations d'entreprises est de 32,75% selon l'Insee, c'est-à-dire que 32,75% des entreprises créées ne sont pas des entreprises individuelles. bon!

ou des entreprises individuelles représentent 67,25% des entreprises en total.

3. Calculez l'évolution en % du nombre de créations d'entreprises individuelles entre 2009 (427 890) et 2015. Vous présentez votre calcul puis le résultat en une phrase.

$$\frac{\text{Nombre en 2015} - \text{Nombre en 2009}}{\text{Nombre en 2009}} \times 100\% = \frac{525\,065 - 427\,890}{427\,890} \times 100\% = \frac{97\,175}{427\,890} \times 100\% = 22,71\%$$

1

En France, le taux de variation du nombre de créations d'entreprises individuelles entre 2009 et 2015 est de 22,71% selon l'Insee, c'est-à-dire qu'il y a une croissance de 22,71% entre 2009 et 2015. Graphiquement, il y a-t-il une corrélation ?

Ex 6. Pourquoi donnons-nous ? (8 points)

Dans les années 1970, le nombre d'ONGs explose. Les organisations humanitaires répondent aux besoins nés de drames comme la guerre du Biafra. L'aide sociale et au développement est alors très en vogue, et bénéficie du soutien des institutions internationales, l'ONU au premier rang. L'effet de mode sera ensuite amplifié par l'engagement de célébrités pour des causes humanitaires, à l'instar d'Angelina Jolie (qui a rendu visite à des orphelins haïtiens après le séisme de 2010) mais aussi plus récemment Mark Zuckerberg, qui a annoncé en décembre 2015 qu'il donnait 99% de ses actions Facebook, soit 45 milliards de dollars, à sa fondation (dédiée à la promotion de l'égalité pour les enfants). [...]

Mais qu'est-ce qui motive vraiment les gens à donner de l'argent aux associations caritatives ? Surprise ! Les motivations des donateurs ne se limitent pas à l'altruisme pur et dur. Faire le bien autour de soi, c'est aussi bien souvent servir son propre intérêt ! Des études ont montré que les gens avaient tendance à ne pas être parfaitement altruistes, car même lorsque les organisations de charité ont reçu suffisamment d'argent pour mener à bien leurs missions, elles continuent à recevoir des dons. Or dans l'hypothèse où les dons seraient motivés par un altruisme pur, la seule préoccupation des donneurs serait le résultat final : une fois ce dernier atteint, on peut ranger son portefeuille ! L'expérience contredit évidemment le modèle de « parfait altruisme ».

Alors pourquoi donne-t-on ? Les chercheurs qui se sont penchés sur la question ont décelé deux raisons, outre le souci d'améliorer le sort d'autrui. La première, c'est le bien-être que procure le sentiment d'avoir fait une bonne action. C'est le « warm-glow giving », phénomène théorisé en 1989 par James Andreoni. On pourrait parler « d'altruisme impur », puisque ce qui importe ici au donateur, ce n'est pas la cause pour laquelle il a dépensé de l'argent, mais le sentiment que cela lui a procuré. En somme la charité est un moyen original de se faire du bien ! Dans une telle perspective, il est moins intéressant pour les donateurs que l'Etat prélève de l'argent destiné aux bonnes œuvres par le biais d'impôts ou de taxes, parce que ce circuit indirect procure moins de satisfaction qu'un don volontaire.

Selon la théorie du warm-glow giving, l'anonymat des dons ne décourage pas ces derniers ; ce n'est pas le cas du second modèle de donateur, j'ai nommé « l'égoïste pur ». Celui-là ne cherche qu'à se faire bien voir et à afficher, par le don, un statut social. Cela explique pourquoi, quand les noms des donateurs sont affichés publiquement, la plupart des gens donnent juste la somme minimum pour entrer dans une catégorie (« sponsors », ou « patrons »), fait qui a été mis en

évidence par l'économiste William Harbaugh.

Bien sûr les personnes qui donnent de l'argent ne sauraient être caractérisées par l'un ou l'autre de ces stéréotypes. Chaque modèle intervient de manière plus ou moins prépondérante dans l'acte du don.

Clémentine Thomas, e-Délit.com

1, Qu'est-ce qu'une association ?

Une association est une organisation qui propose des services non marchands pour certaines catégories de ménages.

1

2, Comment une association peut-elle financer sa production ?

Elle finance sa production grâce à ses ressources qui consistent en des cotisations volontaires, des dons et des subventions.

1

3, A quoi doit faire attention une association si elle veut préserver son indépendance vis-à-vis de ses financeurs ? Vous pourrez prendre l'exemple de MSF pour répondre.

L'efficacité sera affectée si une association veut préserver son indépendance vis-à-vis de ses financeurs, parce que les financeurs eux-mêmes souvent ont un but contre l'indépendance de l'association. Par exemple, MSF refuse une subvention énorme pour garder son indépendance, lorsque l'efficacité de ses activités va baisser (ex.) de l'Union Européenne

1,5

?

de la part de qui ?

se protéger de l'influence de ses financeurs (Etat ou un gros donneur) et pour cela elle devra ses sources de revenus et parfois même renoncer à certains financeurs.

4, A partir du texte ci-dessus indiquez quelles peuvent être les différentes raisons qui peuvent motiver les donateurs à aider les associations ? + altruisme pur

Selon le texte ci-dessus, les donateurs aideront les associations grâce à « l'altruisme pur », c'est-à-dire qu'il veulent le sentiment de faire une bonne action, n'importe quelle association il a aidé, ou il s'agit de « l'égoïste pur », c'est-à-dire ce qui cherche à obtenir un bon statut social et frapper des dons. + charme-glam girl

1,5

croit-il également en altruisme pur ?

5. Après avoir défini ce que sont des incitations, vous indiquerez comment elles devraient être construites afin que les donateurs donnent plus volontairement aux associations

Les incitations devraient être construite dans une façon telle que les donneurs se sentent faire une bonne action après la donation; par exemple, l'association peut donner des souvenirs comme les calendriers aux donneurs!

quel lien avec la motivation?

A l'objectif en lien avec l'intégrité
peut motiver

« Altruisme pur » : montrer l'intérêt de l'action de l'association

« Altruisme impur »: montrer la satisfaction que le donneur peut ressentir, valoriser l'individu et son action.

« Égoïste »: afficher les noms des donateurs