

**NOM :**

**Prénom :**

**DS Terminale 1 Spécialité SES – 07-11-25**

**EC1** : Mobilisation des connaissances

A l'aide d'un exemple, vous montrerez comment la différenciation des produits peut expliquer le commerce entre pays comparables.

**Correction :**

**Affirmation**

La différenciation des produits est un mécanisme essentiel expliquant les flux commerciaux entre pays similaires en termes de développement économique, de technologies ou de dotations factorielles. Contrairement aux théories classiques (comme celle de l'avantage comparatif), qui prédisent des échanges entre pays aux structures différentes, la différenciation répond à la demande des consommateurs pour la variété, la qualité ou l'image associée à des biens distincts.

**Explication**

Dans un marché mondialisé, les entreprises ont intérêt à se distinguer par des caractéristiques non strictement liées au prix (design, fonctionnalités, marque, etc.). Cette différenciation, qu'elle soit horizontale (goûts variés pour un même type de produit) ou verticale (qualité perçue), permet de capter des segments de clientèle spécifiques. Ainsi, même si deux pays produisent des biens similaires, chacun peut exporter vers l'autre dès lors que les produits ne sont pas parfaitement substituables. Ce phénomène s'inscrit dans le cadre du « commerce intrabranche », théorisé par des économistes comme Paul Krugman.

**Illustration**

Prenons l'exemple du commerce automobile entre la France et l'Allemagne. Les deux pays possèdent des industries automobiles développées, mais les consommateurs allemands peuvent acheter des voitures françaises pour leur design ou leur innovation en matière de motorisation hybride (ex. : Renault, Peugeot), tandis que les consommateurs français achètent des voitures allemandes pour leur prestige et leur performance (ex. : Audi, BMW). La différenciation des produits explique ainsi pourquoi ces deux pays, structurellement comparables, sont à la fois exportateurs et importateurs de véhicules.