

# Sciences économiques et sociales

Seconde

## LIVRE DU PROFESSEUR

Ouvrage dirigé par  
**Marc Montoussé**

Ouvrage rédigé par

**Dominique Chamblay ■ Pierre-André Corpron**  
**Serge d'Agostino ■ Marc Montoussé ■ Patrice Pourcel**  
**Gilles Renouard**

*Professeurs de sciences économiques et sociales*



# 1 Ménages et consommation

Les individus n'optent pas tous pour les mêmes choix de consommation. Ainsi, les personnes les moins riches consomment essentiellement des produits de première nécessité alors que les plus riches pourront consommer des produits moins indispensables (Cf. texte de Pagnol). La consommation diffère également selon les pays et les sociétés comme s'en amuse Gotlib en caricaturant les souhaits d'un Anglais, qui ne seront pas forcément ceux d'un Français ou d'un Espagnol...

## 1 Comment les revenus et les prix influencent-ils les choix des consommateurs ?

### Page de sensibilisation

On peut expliquer les différences et les inégalités de consommation à travers l'histoire, ou dans la société actuelle, par les différences d'appartenance sociale et les inégalités de moyens financiers (revenus) dont ils dépendent.

### Pour commencer...

- ❶ Ce sont les parents du narrateur qui lui ont acheté le téléphone mobile. Il estime qu'ils se sont « saignés » car, compte tenu de leur revenu limité, ils ont dû puiser dans leur épargne.
- ❷ Le narrateur a de plus hauts revenus que ses parents ; il aurait pu probablement acheter le téléphone mobile plus facilement (sans puiser dans son épargne).
- ❸ Le temps d'attente est facturé comme n'importe quel temps de connexion téléphonique. Pour peu qu'il dure, il peut coûter très cher et constituer ainsi un gain intéressant pour l'opérateur téléphonique.
- ❹ Le prix du téléphone mobile (l'appareil seul, donc hors forfait téléphonique) proposé par un opérateur téléphonique est parfois inférieur à son coût. Le client est ainsi attiré. L'opérateur téléphonique réalise ensuite ses gains sur le versement mensuel du forfait téléphonique auquel s'est engagé le client pendant une période minimum (généralement deux ans).
- ❺ Les opérateurs téléphoniques réalisent ainsi l'essentiel de leur chiffre d'affaires grâce à la vente des forfaits de communication et leurs éventuels dépassements.

# Comment le revenu disponible se répartit-il entre consommation et épargne ?

## 1 Exercice : le revenu disponible d'un ménage

- Le calcul du montant du salaire net de Catherine correspond au salaire brut (1 900 €) – cotisations salariales (417,24 €) = 1 482,76 €
- Le revenu disponible du ménage de Catherine et Dominique correspond à : sachant qu'ils reçoivent chaque mois 300 € pour la location d'un garage dont ils sont propriétaires, 10 €, en moyenne, d'intérêts de livret de Caisse d'épargne, 186 € d'allocations familiales et qu'ils paient, en moyenne, chaque mois 200 € d'impôts directs (impôt sur le revenu, impôts fonciers, impôts locaux):  
 $(1\,482,76\,€ \times 2) - 200\,€ + 300\,€ + 10\,€ + 186\,€ = 3\,261,52\,€$   
ou  $(1\,900\,€ \times 2) - (417,24\,€ \times 2) - 200\,€ + 300\,€ + 10\,€ + 186\,€ = 3\,261,52\,€$

## 2 Exercice : partage du revenu disponible entre consommation et épargne

	A	B	C
<b>Période 1</b>			
Revenu disponible	100	200	400
Consommation	90	160	280
Épargne <sup>1</sup>	<b>10</b>	<b>40</b>	<b>120</b>
Taux d'épargne <sup>2</sup>	<b>10 %</b>	<b>20 %</b>	<b>30 %</b>
Intérêt reçu avec un taux d'intérêt à 2 % <sup>3</sup>	<b>0,2</b>	<b>0,8</b>	<b>2,4</b>
<b>Période 2</b>			
Revenu disponible	110	240	600
Consommation	93,5	<b>180</b>	360
Épargne	<b>16,5</b>	60	<b>240</b>
Taux d'épargne	<b>15 %</b>	<b>25 %</b>	<b>40 %</b>
Intérêt reçu avec un taux d'intérêt à 2 %	<b>0,33</b>	<b>1,2</b>	<b>4,8</b>
<b>Période 3</b>			
Revenu disponible	110	240	600
Taux d'intérêt (10 %)	10 %	10 %	10 %
Consommation	93,5	<b>168</b>	<b>300</b>
Épargne	<b>16,5</b>	72	300
Taux d'épargne	<b>15 %</b>	<b>30 %</b>	<b>50 %</b>
Intérêt reçu avec un taux d'intérêt à 10 %	<b>1,65</b>	<b>7,2</b>	<b>30</b>
<b>Période 4</b>			
Taux d'épargne	20 %	35 %	(Inchangé : 50 %)

1. La différence de taux d'épargne entre ces trois ménages s'explique par l'inégalité de leur revenu disponible. Plus celui-ci est élevé, plus l'épargne est importante. La rémunération de l'épargne vient s'ajouter au revenu disponible, ce qui accroît les différences de revenu disponible.

2. Le taux d'épargne a augmenté pour chacun des trois ménages car leur revenu disponible a augmenté. Cette évolution confirme l'explication apportée à la question 1.

3. Lorsque les taux d'intérêt ont tendance à augmenter, les ménages les plus aisés (B et C) sont encouragés à épargner davantage. En revanche, le taux d'épargne du ménage le moins aisé A est constant, car il ne peut pas réduire davantage sa consommation, qui est déjà relativement faible.

4. Le taux d'épargne des ménages A et B s'accroît car ces ménages veulent ainsi se prémunir contre les effets éventuels du chômage sur leur revenu disponible ; ils redoutent une baisse de celui-ci car les indemnités chômage ne compenseraient pas totalement la perte du salaire.

## Réponses aux questions

- Le « net à payer » est plus faible que le « salaire brut » car il faut ôter de ce dernier le montant des cotisations salariales (cotisations sociales = cotisations patronales + cotisations salariales).
- Le revenu disponible d'un ménage correspond aux revenus d'activité ou issus de la propriété – (cotisations sociales + impôts directs) + prestations sociales.
- Le revenu disponible est intégralement utilisé à la consommation et à l'épargne.

4. Une hausse des taux d'intérêt est susceptible d'accroître le taux d'épargne des ménages car ces derniers sont encouragés à modifier le partage de leur revenu disponible entre consommation et épargne. L'augmentation de la rémunération de l'épargne peut les inciter à accroître la part de leur revenu disponible qu'ils épargnent.
5. Les deux principaux types d'épargne des ménages sont :
  - l'épargne financière ;
  - l'épargne non financière (endettement pour l'achat ou l'amélioration de logement).
6. Les principales motivations qui incitent les ménages à épargner, depuis le début des années 2000, sont la nécessité de se prémunir contre certains risques comme la perte d'emploi, de se constituer un complément de revenu lors de la retraite et d'assurer l'avenir de leur proche comme les études des enfants. Il est possible d'épargner davantage lorsque le revenu augmente mais lorsque la croissance du pouvoir d'achat se ralentit, on constate un léger frein à l'épargne en faveur de la consommation.



## Quel est l'effet des variations du revenu et des prix sur la consommation ?

### 2 Exemples d'élasticité-revenu et d'élasticité-prix de la demande de certains produits

1. Consommation moyenne de quelques produits alimentaires en France

	Quantité consommée (en kg par personne)		Taux de variation entre 1970 et 2007 (en%)	Élasticité de la demande par rapport au revenu : % de variation de la demande / % de variation du revenu
	1970	2007		
Pain	80,57	53,69	-33,40	-0,33
Pommes de terre	95,57	71,30	-25,40	-0,25
Légumes frais <sup>1</sup>	70,44	85,92	22,00	0,22
Yaourts	8,56	22,25	160,00	1,58
Eaux minérales et de source (en litres)	39,90	161,56	305,00	3,02

habitudes alimentaires, par exemple en réduisant la consommation d'aliments de base assez peu valorisés comme les pommes de terre et en augmentant celle de produits alimentaires plus appréciés.

3. Le cas de l'évolution de la consommation de certains produits à caractère culturel en 2007 en France (par rapport à l'année précédente)

	Taux de variation de la demande (en%)	Taux de variation du prix (en%)	Élasticité de la demande par rapport au prix : % de variation de la demande / % de variation du prix
Ordinateurs et équipements associés	18,6	-13,3	-1,40
Disques	-16,1	-4,8	3,35
Journaux et revues	-1,2	1,7	-0,70
Cinéma	-6,9	2,3	-3,00

2. Lorsque le revenu augmente, la consommation d'eaux minérales et de source s'accroît plus de trois fois plus vite : il s'agit d'un produit très élastique au revenu (coefficient supérieur à 1). Le cas du yaourt révèle également un cas de forte élasticité. En revanche, la consommation de légumes frais augmente assez peu lorsque le revenu s'accroît (c'est un cas de relative inélasticité). La consommation de pain et de pommes de terre diminue lorsque le revenu augmente (le coefficient d'élasticité est négatif).

Le niveau de vie augmente et modifie les

4. Lorsque le prix s'accroît, la demande tend à se réduire, comme pour les revues et périodiques ou pour le cinéma. Ainsi, la demande de cinéma qui est très élastique au prix diminue trois fois plus vite que n'augmente son prix (un coefficient d'élasticité inférieur à -1). Inversement, lorsque le prix se réduit, la demande s'accroît car le produit est meilleur marché. C'est le cas pour l'équipement informatique. La consommation de disques est un cas atypique puisque malgré la baisse des prix, la demande continue de diminuer. On peut expliquer ce phénomène par la généralisation des pratiques de téléchargement.

## Réponses aux questions

1. Le pouvoir d'achat est la quantité de biens ou de services marchands qu'un ménage pourrait acquérir à partir de son revenu. Les deux facteurs dont il est fonction sont le revenu et les prix. Toutes choses égales par ailleurs, il augmente quand le revenu s'accroît et diminue quand les prix augmentent.
2. Le pouvoir d'achat des ménages a augmenté au cours du xx<sup>e</sup> siècle, comme sur la période récente, car le revenu disponible des ménages s'est accru plus vite que les prix ont eu tendance à augmenter.
3. On mesure la sensibilité de la demande aux variations des revenus et des prix par le calcul de l'élasticité de la demande par rapport au revenu, et celui de l'élasticité de la demande par rapport au prix.
4. On peut expliquer les différences d'élasticité de la demande selon les types de produits par le fait qu'ils n'ont pas la même nécessité aux yeux des consommateurs.
5. L'évolution du volume de consommation suit celle du pouvoir d'achat : les deux courbes sont proches l'une de l'autre. Dans la mesure où elles sont l'une et l'autre au dessus de l'axe parallèle à l'axe des abscisses d'ordonnée 0 (hormis pour deux années), le pouvoir d'achat et le volume de consommation ont toujours augmenté. La tendance de ces deux courbes entre 1960 et 2008 étant à la baisse, cela signifie que l'augmentation du pouvoir d'achat et de la consommation est plus faible au cours du temps.
6. La diminution des prix des produits des TIC entre 1985 et 2005 a provoqué une augmentation de leur consommation ; on constate que les produits des TIC sont très élastiques à leur prix (coefficient d'élasticité-prix inférieur à -1).



## Quel est l'effet de l'évolution du pouvoir d'achat sur la structure de la consommation ?

### Réponses aux questions

1. Depuis 1960, sous l'effet de l'augmentation du revenu disponible, les quantités consommées pour chaque poste de consommation ont augmenté, mais diversement. Ceux dont le volume consommé augmente moins que le revenu disponible connaissent une réduction de leur part dans le total de la consommation (coefficient budgétaire), et inversement. Il en résulte une modification de la structure de la consommation : une baisse de la part des dépenses en produits de première nécessité (coefficient budgétaire), une augmentation de la part des dépenses en produits de moindre nécessité (coefficient budgétaire) dans le budget de consommation.
2. L'élévation du niveau de vie a révolutionné le commerce. En effet, la consommation de masse a fait apparaître le commerce de grande distribution, notamment les hypermarchés.
3. La consommation des produits des TIC a fortement augmenté depuis 1960 grâce à la réduction de leurs prix. L'augmentation de cette consommation a été supérieure à celle de la consommation d'autres produits. Ainsi, leur part dans le total de la consommation s'est accrue, modifiant la structure de la consommation des ménages.
4. Les lois d'Engel montrent que lorsque le revenu des ménages s'accroît, la structure de la consommation se modifie : la part des dépenses de produits de première nécessité (coefficient budgétaire) se réduit, celle des produits de moindre nécessité s'accroît.
5. Les lois d'Engel se manifestent encore depuis 1960 comme en témoigne l'évolution des coefficients budgétaires.
6. Lorsque l'élasticité de la demande d'un poste de consommation par rapport au revenu est élevée, le coefficient budgétaire de ce poste s'accroît. Lorsque la demande d'un poste de consommation est inélastique par rapport au revenu, le coefficient budgétaire de ce poste diminue.

## 1 Le revenu disponible des ménages et son utilisation

Le *revenu* disponible des ménages est pour une part *consommé*, pour une part *épargné*. Cette dernière est mesurée par le *taux d'épargne*. L'épargne placée est rémunérée à un *taux d'intérêt*. La consommation est fonction du *revenu* et des *prix*. Le *pouvoir d'achat* résulte des évolutions conjointes du *revenu* et des *prix*. L'élasticité-revenu de la *demande* mesure le degré de réaction de la *demande* de consommation à la variation du *revenu disponible*. L'élasticité-prix de la *demande* mesure le degré de réaction de la *demande* de consommation à la variation du *prix*. La consommation *augmente*, notamment depuis les années 1960, et sa *structure* se modifie. Les lois d'Engel mettent en évidence que, lorsque le *revenu* augmente, le *coefficient budgétaire* des dépenses de première nécessité diminue. Pour autant, leur *volume* ne se réduit pas.

## 2 Évolution du coefficient budgétaire

	Évolution du coefficient budgétaire
Alimentation	↘
Habillement	↘
Logement	↗
Équipement du logement	↗
Santé	↗
Transports, communications	↗
Loisirs et culture	↗

### Pour aller plus loin

Mettre en place un ou deux animateurs du débat (deux animateurs donnent généralement plus de dynamisme et peuvent se mettre en confiance). On peut envisager qu'un secrétaire de séance prenne des notes afin de rédiger un compte-rendu.

Quelques éléments qui doivent nourrir le débat :

- Il importe de mettre en évidence le fait que la consommation de tabac est élastique au prix. L'augmentation du prix du tabac, décrétée par les pouvoirs publics, est de nature à en réduire sa consommation qui est nocive ; cette mesure entre donc dans le cadre de la politique de santé publique.
- Toutefois, pour que la consommation de tabac se réduise fortement, il est indispensable que le prix de ce produit augmente fortement. Le problème est que cette mesure peut être impopulaire.
- De plus, le tabac est un produit taxé par l'État, c'est donc à la fois une source de revenus dans son budget et une source de dépenses (santé).
- On peut considérer que la politique de santé publique actuelle s'attache surtout à freiner le tabagisme des jeunes. Leur moindre accoutumance et la faiblesse de leur pouvoir d'achat favorisent l'efficacité de la mesure consistant en l'augmentation du prix du tabac. En revanche, l'élasticité-prix de la consommation de tabac des vieux fumeurs est certainement plus faible (plus grande accoutumance et pouvoir d'achat plus élevé).
- Cette politique de santé publique utilise principalement le prix comme moyen d'action, car les campagnes d'information sur les dangers du tabac, même si elles sont indispensables, ne suffisent pas. Pas plus que les indications devenues obligatoires sur les paquets tel que : « fumer peut entraîner des cancers », « fumer nuit gravement à la santé ».
- On peut également réfléchir aux effets pervers de ce type de mesure comme l'encouragement du marché noir par exemple (des jeunes vont acheter dans les pays frontaliers des paquets moins chers pour les revendre en France).

# 2 La consommation : un marqueur social ?

## Page de sensibilisation

La consommation n'est-elle déterminée que par le revenu des consommateurs et le prix des produits consommés ? Le revenu des consommateurs et le prix des produits consommés influent sur la consommation (*voir chapitre 1*), mais d'autres facteurs interviennent également comme :

- L'identification à un groupe auquel on appartient, l'envie de faire comme les autres en possédant un téléphone portable, par exemple (**doc.1**).
- L'âge est un autre déterminant de la consommation (**doc. 1**).
- Le genre (masculin, féminin) intervient aussi. Il existe, par exemple, des produits de beauté pour homme ou pour femme (**doc. 3**).
- La publicité influe sur le désir de consommer tel ou tel bien ou service (par exemple, acheter un parfum plutôt qu'un autre (**doc.2**) ; fréquenter un salon d'esthétique quand on est un homme (**doc.3**). Le consommateur s'identifie-t-il à Laetitia Casta, le mannequin figurant sur de la publicité ? Influence ou détermination ?
- L'identification à un groupe social modèle qui n'est pas nécessairement le sien (**doc. 1, 2 et 3**). Dès lors, on peut parler de processus de distinction/imitation.

## Pour commencer...

- ❶ En 2008, presque 70 % des Français de 12 ans et plus possédaient un micro-ordinateur? **Vrai**
- ❷ La possession d'un micro-ordinateur est la même quel que soit le sexe ? **Faux**
- ❸ La possession d'un micro-ordinateur est la même quel que soit l'âge ? **Faux**
- ❹ La possession d'un micro-ordinateur est la même quel que soit le revenu dont dispose le foyer? **Faux**
- ❺ La possession d'un micro-ordinateur est la même quelle que soit la profession ? **Faux**
- ❻ La possession d'un micro-ordinateur est la même quel que soit le diplôme ? **Faux**
- ❼ La consommation ne dépend que du revenu du consommateur et des prix des biens consommés ? **Faux**

Les élèves devront illustrer leurs réponses en utilisant explicitement les données du tableau.

La montre de Pauline ne donne pas mieux l'heure ou du moins la différence avec une montre de moindre prix est minime. L'utilité immédiate de la montre (donner l'heure) n'est sans doute pas le seul motif de l'achat, voire n'est pas le motif essentiel.

Pauline est dans l'effet de distinction, mais aussi d'imitation : « une montre de cadre » pour se distinguer des autres et/ou marquer sa supériorité, mais aussi pour être identifiée comme cadre. Romain, lui, souhaite imiter, s'identifier à ceux qu'il considère comme des modèles et se distinguer ainsi des autres employés.



## Nos choix de consommation dépendent-ils de nos caractéristiques sociales et démographiques ?

### Réponses aux questions

1. Lorsqu'ils vivent seuls, les hommes et les femmes consomment différemment. Par exemple, selon l'Insee, les femmes consacrent une part de leurs dépenses plus grande que celle des hommes à l'alimentation toutes choses égales par ailleurs (faire remarquer aux élèves la fin du 1<sup>er</sup> paragraphe du document 1). Par contre, la consommation alimentaire des femmes seules fait une part plus grande aux légumes alors que les hommes privilégient davantage les féculents, la viande et les boissons alcoolisées...

2. La consommation diffère selon l'âge des consommateurs. Par exemple, selon une étude de l'Insee, les jeunes de 16 à 24 ans vont beaucoup plus souvent au cinéma que les personnes âgées de 60 ans et plus. Alors que l'on peut supposer que les plus âgés disposent d'un revenu plus élevé que les plus jeunes. G. Mermet souligne l'importance de l'âge comme facteur prédictif de la consommation (**doc 5**). Ainsi, les caractéristiques physiques – ce n'est donc pas une question de revenu - des séniors (problème d'ouïe, de vision...) influe sur leur consommation.

3. L'appartenance à une catégorie socioprofessionnelle influe sur la consommation. Certes, le revenu intervient : par exemple, le revenu des cadres est en général plus élevé que celui des ouvriers (bien faire comprendre aux élèves qu'ici, on ne raisonne pas toutes choses égales par ailleurs). Toutefois, pour des revenus proches, la structure de la consommation (expliquer aux élèves la différences entre structure de la consommation et montants consommés) des ouvriers et des employés diffèrent (**doc 3**). La part des dépenses pour le logement dans la consommation est différente selon les catégories sociales...

4. La taille et la composition des ménages influent sur la consommation. Par exemple, une famille nombreuse ne peut pas être transportée dans un véhicule de la même taille que celui d'une famille de deux personnes (**doc. 4**). Comme le montre G. Mermet (**doc. 5**), une famille monoparentale (très souvent une mère et son ou ses enfants) ne consommera pas de la même façon qu'une famille composée de deux adultes mariés (les élèves peuvent donner des exemples : des enfants d'un côté, donc une consommation de produits qui leur sont destinés/pas d'enfants de l'autre) même si ces familles disposent du même revenu (revenu disponible réel par unité de consommation). Évidemment la consommation d'un célibataire vivant seul différera de celle de ménages composés de plusieurs personnes, même à revenu égal...

5. Les choix de consommation dépendent du revenu du consommateur et du prix des produits consommés (*voir chapitre 1*) mais pas seulement :

- effet du genre,
- effet de l'âge,
- effet de la catégorie socioprofessionnelle,
- effet de la taille et de la composition du ménage.



## Que veulent exprimer les consommateurs par leurs choix de consommation ?

3

### Exercice : La publicité influence-t-elle le consommateur ?

1. Un produit pouvant satisfaire les 4 types de besoins décrit dans la BD pourrait être un jean troué d'une marque reconnue par les jeunes.

- Il est utile : c'est un vêtement... pour se vêtir.
- Il est confortable : facile à porter en toute circonstance ;
- Il est amusant : le fait qu'il soit troué est en soi amusant car en contradiction avec l'idée habituelle du vêtement fonctionnelle ;
- Il rend les autres jaloux : ils ne peuvent forcément acquérir le même jean car trop cher ; ils ne peuvent pas forcément porter un tel jean car ils n'ont pas la morphologie pour cela...

2. On pourrait le penser mais en fait le besoin pré-existe (ou non) et la publicité crée le désir du produit pour satisfaire ce besoin. La publicité peut cependant révéler (ou réveiller) le besoin. Par exemple, concernant le produit évoqué ci-dessus, le besoin de se distinguer des autres (les rendre jaloux) était peut-être inconscient. La publicité peut alors insister

sur cet aspect et convaincre le consommateur – et qui jusqu'alors n'y avait pas pensé – qu'il faut acheter tel ou tel jean (cette perspective fera sans doute l'objet de discussions entre les élèves).

3. Exemples d'arguments publicitaires tournant autour des idées (voire des slogans) ci-dessous :

- Il est utile : (en hiver) « un trou, ce n'est pas ce qui vous empêche de vous couvrir ! » ; (en été) « couvrez-vous légèrement ! »
- Il est confortable : « élégant et d'une matière agréable à porter ».
- Il est amusant : « portez le, et la vie ne sera pas triste ». Ou « un trou, c'est amusant non ? »
- Il rend les autres jaloux : « seulement vous pourrez le porter ». Ou « ayez de la classe, portez-le ».

*Remarque* : on peut envisager une question supplémentaire en demandant une synthèse de ces quatre éléments : porter un jeans léger, d'un tissu agréable, dont le look rigolo fera de vous un être d'exception.



## Réponses aux questions

1. L'influence de la mode et des marques sur les jeunes repose sur leur désir de s'identifier à un groupe d'appartenance (imitation pour « être comme les autres ») qui se différencie lui-même des autres groupes d'âge (distinction en affichant « son identité au reste du monde »). Dès lors, les marques sont des « marqueurs » (rapprocher les deux mots) traduisant d'une part, l'appartenance à un groupe restreint (ceux qui achètent des produits de telle ou telle marque) ou plus large (celui « des jeunes » qui reste une notion floue) et, d'autre part, le fait de se distinguer d'autres groupes.

La mode repose sur le même processus (les marques à la mode).

2. La consommation est une manière de communiquer avec les autres :

- c'est l'expression de la volonté de s'intégrer à un groupe ;
- c'est l'expression de la volonté de marquer sa différence, de se distinguer.

Par exemple, en achetant une automobile de haut de gamme, le consommateur signifie aux autres qu'il appartient à une catégorie du haut de la pyramide sociale ou qu'il souhaite y appartenir. En choisissant un jean d'une marque connue, à la mode chez les moins de 25 ans, un adolescent peut être en train de signifier son appartenance à une « tribu » (**doc. 2**), celle des porteurs d'un tel jean et son identité par rapport à d'autres « tribus ». Une personne plus âgée, portant le même jean peut signifier aux autres sa volonté d'être plus jeune que son âge...

3. La consommation peut être - « peut être » plutôt que « est » dans la mesure où l'effet de distinction/ d'imitation ne joue pas systématiquement et pour tous les biens et les services – à la fois un moyen de se distinguer des autres et de les imiter (les réponses précédentes vont dans le même sens). Quand un consommateur acquiert un bien pour faire comme les membres de son groupe d'appartenance, il se distingue de fait des autres groupes. Quand il consomme un bien pour se distinguer des autres, il imite, de fait, les comportements d'un ou d'autres groupes. Les exemples sont nombreux : automobiles, vêtements, meubles...

4. La publicité influe sur la consommation en orientant les consommateurs vers tel ou tel produit pour satisfaire leurs besoins. La publicité cherche à convaincre le consommateur du bien-fondé d'acquérir un bien ou un service plutôt qu'un autre. La publicité ne crée pas le besoin – elle peut cependant le révéler, le faire émerger dans la conscience du consommateur – mais le désir des biens et services destinés à le satisfaire (cet aspect peut donner lieu à discussions ou débats entre les élèves).

5. Une consommation ostentatoire est la consommation d'un bien ou d'un service dans le seul but de signifier aux autres une position sociale ou un niveau de vie supérieur.

6. Par leurs choix de consommation, les consommateurs peuvent exprimer leur volonté de se distinguer des autres consommateurs, ou groupes sociaux, ou à imiter un ou des groupes d'appartenance.

## ÉVALUER SES ACQUIS

### 1 Comprendre ce qu'est la consommation ostentatoire

---

Lorsqu'un consommateur achète un vêtement **coûteux**, ce n'est pas nécessairement pour satisfaire le besoin de se vêtir dès lors que des vêtements **moins chers** et de qualité équivalente sont disponibles. Il souhaite plutôt montrer aux autres qu'il appartient à un groupe social **supérieur** puisqu'il peut se permettre d'acquérir un bien dont le prix est **élevé**. Cette **consommation ostentatoire** repose sur un effet de **distinction** qui explique qu'un produit puisse être consommé malgré sa cherté.

### 2 Lire un graphique

---

1. V ; 2. F ; 3. F ; 4. V ; 5. F.

## Pour aller plus loin

### Lire une publicité

– *Le produit* : Champagne Moët et Chandon

– *Trajet de l'œil* : Soyez fabuleux... comme nous le sommes ... en buvant du Moët et Chandon

– *Les personnages* : aujourd'hui, des femmes jeunes très élégantes dans une voiture luxueuse ; elles sont à l'arrière ce qui suggère la présence d'un chauffeur ; catégorie sociale élevée.

– *Code des couleurs* : le fond noir, la voiture noire symbolisent le luxe, mais aussi une sortie la nuit.. voire le pêché... La robe grenat ou pourpre représente la puissance, l'autorité (elle tient la bouteille, c'est elle qui dirige) ; le chemisier blanc (ou gris clair) symbolise l'innocence.

– *Les mots* : soyez fabuleux .

– *La cible* : public jeune mais pas adolescent (25, 35 ou 40 ans), milieu aisé, poste à responsabilité. Pour être fabuleux (se distinguer en fait), il faut boire le champagne de la marque indiquée. Mais l'identification est possible pour des personnes issues d'autres milieux (imitation). De même que l'on peut se projeter soit dans le personnage dominant, soit dans celui en arrière plan, plus innocent, soit enfin éventuellement en tant que personnage qui accueille les jeunes femmes... celui qu'elles regardent et auquel elles sourient.

– En consommant du champagne Moët et Chandon, un individu se distingue des autres en étant « fabuleux » et affirme sa position élevée dans la hiérarchie sociale conformément à l'image que fait passer la mise en scène de la publicité.



Publicité pour le champagne Moët & Chandon.

– *Le produit* : automobile Peugeot RCZ.

– *Trajet de l'œil* : vous (l'acheteur)... la voiture... ELLE (ambivalence du féminin, voiture ou femme)... Peugeot RCZ.

– *Les personnages* : pas de personnage mais la voiture plein centre. Époque actuelle, une voiture qui ne s'adresse pas à tout le monde mais à un petit nombre. Par exemple, des cadres supérieurs, dirigeants de grandes entreprises...

– *Code des couleurs* : dominante bleu acier (harmonie, apaisement/tranquillité), mais la voiture est manifestement noire (luxe).

– *Les mots* : VOUS et ELLE en majuscule mis en avant. Rapport amoureux, jeu de séduction, ambiguïté entre voiture et femme. « Elle vous possède » non au sens de « posséder » mais d'envoûtement. Habituellement, la voiture est considérée comme un attribut de la séduction masculine ; ici, le rapport s'inverse.

– *La cible* : milieu social aisé, cadres supérieurs, dirigeants d'entreprises, professions libérales... Distinction/imitation : les consommateurs d'un milieu social moins élevé peuvent vouloir imiter les milieux plus aisés.

– En achetant un RCZ, un individu se distingue des autres et affirme sa position élevée dans la hiérarchie sociale (voir les symboles de luxes signalés précédemment).



Publicité pour la nouvelle RCZ de Peugeot.

# 2 Entreprises et production

Il existe toutes sortes de productions. Dans *Le rouge et le noir*, Stendhal nous présente la petite ville de Verrières qui vit de la coupe du bois, de la production de toile peinte et de celle de clous. De manière plus humoristique, Gotlib nous raconte la fabrication du verre et de quelques objets s'y rapportant...

# 3 Qui produit des richesses ?

## Page de sensibilisation

Que produisent les différentes organisations évoquées dans ces images ?

- Mc Donald's produit un service de restauration rapide (**doc. 1**).
- Un commissariat de police produit un service qui consiste à protéger la population, assurer des fonctions de sécurité (**doc. 2**).
- La SNCF produit un service de transports de voyageurs et de marchandises (**doc. 3**).
- Un fleuriste produit un service commercial (**doc. 4**).

## Pour commencer...

❶ Ce qui différencie les organisations productives dans lesquelles Jeanne envisage de travailler :

- L'organisation caritative est privée et produit un bien ou service non marchand.
- Les administrations sont publiques et produisent des services non marchands.
- Les entreprises privées produisent des biens, ou services dans le cas de Jeanne, marchands.

❷ Dans l'organisation caritative, Jeanne produirait un service en installant les éoliennes. La production serait fournie probablement à titre gratuit. Elle serait

peut-être bénévole (non payée) ou bien salariée, payée par l'organisation dont les ressources proviennent de dons ou de subventions.

Dans les administrations publiques, Jeanne produirait un service de conseils aux particuliers. Sa production serait probablement gratuite et le salaire de Jeanne serait payé par l'État ou la collectivité territoriale.

Dans le troisième cas, Jeanne serait salariée d'une entreprise privée, dont la production serait achetée par les clients. Le salaire de Jeanne lui serait versé par son entreprise.

**1 Exercice : différencier les produits**

1. • Un cours : immatériel / détruit à l'utilisation / financé par la collectivité
- Une télévision : matériel / utilisable à plusieurs reprises / financé par l'utilisateur
- La circulation faite par un policier : immatériel / détruit à l'utilisation / financé par la collectivité
- Un transport en taxi : immatériel / détruit à la première utilisation / financé par l'utilisateur
- Un pain : matériel / détruit à la première utilisation / financé par l'utilisateur
- Une coupe de cheveux : immatériel / détruit à la première utilisation / financé par l'utilisateur
- Une voiture : matériel / utilisable à plusieurs reprises / financé par l'utilisateur
- Une tablette de chocolat : matériel / détruit à la première utilisation / financé par l'utilisateur
2. – Un bien est matériel ; un service est immatériel.
- Un bien durable est utilisable à plusieurs reprises ; un bien non durable est détruit à la première utilisation.
- Un service marchand est un service financé par l'utilisateur ; un service non marchand est un service financé par la collectivité.

**Réponses aux questions**

1. Les produits peuvent être des biens ou des services. Les biens peuvent être durables ou non durables. Les services sont le plus souvent non durables et se différencient selon qu'ils sont financés par l'utilisateur (ils sont alors marchands) ou par la collectivité (ils sont alors non marchands).
2. Une production est marchande lorsque l'utilisateur paye directement le produit. Lorsque le produit est financé par la collectivité, il est non marchand. La comptabilité nationale introduit une subtilité en considérant qu'un service est marchand lorsque le prix de vente dépasse 50 % du coût de production.
3. Tous les biens et services ne sont pas « économiques », il peut exister des « biens libres » qui sont fournis en abondance par la nature. Ils n'ont pas de prix. Les biens économiques doivent être rares.
4. Une entreprise réalise une production d'une valeur de 2 millions d'euros, en utilisant pour 500.000 euros de produits intermédiaires et en payant 1 million d'euros de salaires. Sa valeur ajoutée correspond à la valeur de la production moins celle des produits intermédiaires soit :  $2\,000\,000 - 500\,000 = 1\,500\,000$  euros.
5. La valeur ajoutée mesure la richesse réellement créée au cours de la production. En effet, la valeur de la production comprend celle des produits intermédiaires, qui disparaissent au cours de la production. Ils seraient donc comptabilisés deux fois, en tant que produit et comme composante d'un autre produit. La mesure de la richesse par la valeur ajoutée permet donc d'éviter les doubles comptes. De plus, une concentration de l'appareil productif fait varier la valeur de la production, alors qu'elle est sans effet sur la valeur ajoutée.

**5 Exercice : mesurer la richesse créée**

a.

	Production	Consommations intermédiaires	Valeur Ajoutée
A	10 000 €	0 €	10 000 €
B	30 000 €	10 000 €	20 000 €
C	45 000 €	30 000 €	15 000 €

La valeur de la production globale est 85 000 €. La valeur ajoutée globale est 45 000 €. Elle correspond à la valeur réelle des biens qui sont disponibles pour le consommateur. En effet, les productions des entreprises A et B ont disparu au cours du processus de production. La production globale est donc un mauvais indicateur de la richesse créée.

- b. La production globale et la valeur ajoutée globale sont dans ce cas identiques : 45 000 €.
- c. La concentration des entreprises ne change rien à la valeur ajoutée alors qu'elle modifie la valeur de la production.
- d. Cela ne change rien que ce soit l'entreprise A ou B qui absorbe les deux autres au lieu de la C.

## Quelles sont les organisations qui produisent ?

### 1 Exercice : différencier les organisations productives

1. Le père est instituteur, il travaille donc pour l'État. Il produit un service non marchand et son activité est à but non lucratif et. La mère travaille dans une entreprise privée. Son activité est à but lucratif et le service marchand qu'elle produit est vendu.
2. Clémence travaille dans une mutuelle, qui est une entreprise privée à but non lucratif. Le service qu'elle produit est vendu, mais l'entreprise n'a pas pour objectif de réaliser du profit.
3. Lorsque Thomas travaille dans son association caritative, la production n'est pas vendue. Le club d'escrime de Marion n'a pas pour objectif de réaliser du profit.
4. Romain n'appartient pas à une organisation productive lorsqu'il fait des séances de baby sitting. Il ne réalise pas de production.
5. Si Romain réalise son objectif professionnel, il produira alors un service marchand. Son activité sera à but lucratif.

### Réponses aux questions

1. Les entreprises sont le plus souvent des organisations productives à but lucratif qui produisent des biens ou des services marchands. Mais certaines entreprises sont à but non lucratif (mutuelles, coopératives...). Ce qui fait la caractéristique principale de l'entreprise c'est le fait de vendre sa production.
2. Toutes les entreprises n'ont pas pour objectif la réalisation d'un bénéfice. Certaines sont à but non lucratif. Elles fournissent des biens ou services marchands, mais sans rechercher le profit. C'est le cas des mutuelles, des coopératives... qui vendent leur production à des clients-associés dont elles cherchent à satisfaire au mieux les intérêts.
3. Les organisations de l'économie sociale sont à but non lucratif. Elles peuvent être des entreprises qui vendent des biens ou services marchands (coopératives, mutuelles) ou des associations qui produisent des services non marchands.
4. Les organisations de l'économie sociale représentent 10 % de l'emploi salarié environ, avec une nette prédominance pour les associations qui regroupent à elles seules 7,5 % de l'emploi salarié en France.
5. Une entreprise publique est contrôlée par l'État ou les collectivités territoriales. Les administrations publiques produisent des services non marchands. Le secteur public représente environ 26 % de l'emploi salarié, dont 22,3 % pour les administrations et 3,8 % pour les entreprises publiques. Le poids de ces dernières est en forte baisse.

## Quelles sont les caractéristiques des entreprises privées ?

### Réponses aux questions

1. L'activité de chacune de ces entreprises :
  - Un café-restaurant produit un service de restauration, marchand.
  - Une société de services à domicile produit un service destiné aux particuliers, marchand.
  - Une banque produit un service financier, marchand.
  - Une entreprise de travaux publics produit des biens, marchands.Quelques critères de différenciation : la taille de l'entreprise (2 petites, 2 grandes) / le produit (bien ou service) / le chiffre d'affaires...
2. La part des entreprises dans la valeur ajoutée totale et dans l'emploi :
  - Part dans la VA :  $1\,216,4 / 1\,752,4 = 0,6941$ , soit 69,41 %.
  - Part dans l'emploi :  $18 / 26 = 0,6923$ , soit 69,23 %.

Le poids des entreprises dans la valeur ajoutée est équivalent à celui dans l'emploi. Cela suppose que les niveaux de production par emploi sont quasiment équivalents selon les organisations productives.

3. La répartition des entreprises selon le nombre de salariés et le chiffre d'affaires : 60 % des entreprises n'ont aucun salarié ; 93 % moins de 10 et 99 % moins de 50. Il y a donc seulement 1 % des entreprises qui ont plus de 50 salariés, en revanche elles cumulent 61% du chiffre d'affaires.

Les entreprises de moins de 10 salariés pèsent autant dans l'économie française que celles de plus de 2000 (20 % environ du chiffre d'affaires).

On peut calculer le chiffre d'affaires moyen par taille d'entreprise en utilisant les données situées sous le tableau.

4. Les créations d'entreprises ont beaucoup augmenté entre 2000 et 2008 (+ 51 %). Elles sont toujours supérieures aux défaillances qui ont augmenté également, mais de 29 %. Cela signifie que le nombre total d'entreprises est en forte augmentation. Il faut cependant tenir compte du fait que les défaillances ne représentent pas toutes les fermetures d'entreprises, certaines peuvent fermer sans être en faillite.

5. Le régime de l'auto-entrepreneur vise à favoriser la création d'entreprise, en simplifiant les formalités et modalités de prélèvements fiscaux et sociaux. Les données 2009 montrent une très nette augmentation des créations d'entreprises pour l'année avec presque 60 000 créations.

6. L'objectif principal des entreprises privées est la recherche du profit. Il ne faut pas oublier évidemment que certaines entreprises de l'économie sociale n'ont pas cet objectif (*voir dossier 2*).

## ÉVALUER SES ACQUIS

### 1 Associer produit et organisation productive

	Bien et service marchand	Service non marchand
Entreprise privée à but lucratif	x	
Entreprise de l'économie sociale (coopérative, mutuelle)	x	
Administration publique		x
Association		x
Entreprise publique	x	

### 2 La valeur ajoutée

1. La valeur de la production de Paul se mesure par son chiffre d'affaires, soit 1000 €.

2. La valeur ajoutée de Paul correspond à son chiffre d'affaires déduit des produits intermédiaires qui lui ont servi à produire, soit  $1\ 000 - 300 - 50 = 650$  €.

3. Pour calculer le profit de Paul, on doit déduire de sa valeur ajoutée les salaires versés :  $650 - 100 = 550$  €. Cela revient également à déduire du chiffre d'affaires l'ensemble des coûts de production :

$1\ 000 - 300 - 50 - 100 = 550$  €.

### Pour aller plus loin

1. Marie a créé une entreprise individuelle. Son capital est de 30 000 €. Si son entreprise rencontre des difficultés et que les dettes dépassent 30 000 €, Marie devra payer sur ses biens propres.

2. Marie s'associe avec sa cousine, Charlotte, et elles montent une SARL. Charlotte apporte 20 000 €. Le capital de l'entreprise passe à 50 000 €. Marie possède 60 % des parts sociales et Charlotte 40 %. Si les dettes de l'entreprise atteignent 60 000 € les deux cousines perdront les 50 000 € apportés à l'entreprise. Chacune au prorata des parts sociales détenues.

3. L'affaire de Marie et Charlotte fonctionne bien et elles décident de trouver de nouveaux associés pour s'agrandir. Elles hésitent entre rester en SARL ou transformer leur entreprise en SA. En transformant leur en SA, les deux cousines peuvent trouver plus facilement des actionnaires car, dans les SA, il est possible de vendre librement ses parts. En revanche, elles contrôleront moins facilement le capital et ne pourront pas empêcher les nouveaux associés de vendre librement leur parts, y compris à des associés qui ne leur plaisent pas.

# 4 Comment produire et combien produire ?

## Page de sensibilisation

Parmi les différents éléments nécessaires pour produire, les photos montrent le travail, représenté par l'ouvrière, le menuisier, le dentiste. On observe également du capital fixe : fauteuil du dentiste, outils du menuisier, machines textile... et des produits intermédiaires : bois, fil, produits pour les soins dentaires...

### Pour commencer...

- ❶ Dans le texte, tous les éléments qui permettent de fabriquer et vendre des pizzas sont : le magasin, les ingrédients (farine, eau, sel, sucre, anchois, sauce tomate, fromages, thon...), le four à bois, les bûches, les plans de travail, le scooter... et le travail lui-même.
- ❷ Le four, le scooter ou le magasin ne disparaissent pas à l'occasion de la production.
- ❸ Classement des éléments entrant dans la production par catégorie :
  - Travail : activité de Jules, Grégoire et Nicolas.
  - Capital fixe : four, magasin, plans de travail, scooter...
  - Produits intermédiaires : eau, sel, farine, levure, sucre, anchois, sauce tomate, fromages, thon...
- ❹ L'arrivée du nouveau salarié, Grégoire, n'oblige pas Jules à revoir ses techniques de production. Il est seulement obligé de prévoir un deuxième plan de travail. La quantité de travail double, celle de produits intermédiaire augmente probablement d'autant, tandis que le capital fixe n'augmente que faiblement.
- ❺ À l'arrivée de Nicolas, la quantité de travail augmente de 50 %, tandis que le capital fixe s'accroît avec l'achat du scooter.
- ❻ Le chiffre d'affaires de Jules augmente avec l'arrivée de Grégoire et de Nicolas. Son coût de production également (plus de produits intermédiaires et des salaires à payer). C'est rentable pour Jules si l'augmentation du chiffre d'affaires est plus importante que celle des coûts de production.



## Comment les entreprises combinent-elles les facteurs de production ?

### 4 Exercice : combiner des facteurs de production

1. Tableau 2

	Coût du travail	Coût du capital	Coût total
Technique A	1 000	1 800	2 800
Technique B	800	2 700	3 500
Technique C	500	3 600	4 100

2. Tableau 3

	Chiffre d'affaires	Profit
Technique A	10 000	7 200
Technique B	11 000	7 500
Technique C	11 500	7 400

- a. L'entreprise doit choisir la technique B qui lui assure le profit maximum. La production réalisée sera de 220 pièces. Le coût de production total est de 3500 €.
- b. Pour obtenir le chiffre d'affaires le plus élevé, l'entreprise doit choisir la technique C. Son profit est alors de 7400 et la quantité produite est 230 pièces.
3. a. Si l'entreprise veut utiliser à plein les techniques B et C, Le chiffre d'affaires sera toujours égal à 10 000 (50 x 200) car elle ne peut pas écouler plus de 200 pièces. Le coût total pour chaque technique reste le même que précédemment : 2800 (A), 3500 (B), 4100 (C). Le profit est donc égal à 7200 (A), 6500 (B), 5900 (C). L'entreprise a donc intérêt à utiliser la technique A.
- b. Le coût de stockage se rajoute aux coûts de production. Ils viennent donc augmenter les coûts des techniques B et C. La technique A reste donc la meilleure.

c. Tableau 4

		Heures de travail	Heures de machines	Quantité produite
	A	100	10	200 unités
Techniques	B	73	14	200 unités
	C	44	18	200 unités

	Coût du travail	Coût du capital	Coût total	Chiffre d'affaires	Profit
Technique A	1 000	1 800	2 800	10 000	7 200
Technique B	730	2 520	3 250	10 000	6 750
Technique C	440	3 240	3 680	10 000	6 320

L'entreprise devra choisir la technique A qui lui assure toujours le maximum de profit. La diminution des coûts de production pour les techniques B et C ne suffit pas à les rendre compétitives.

## Réponses aux questions

1. Les facteurs de production sont les ressources mises en œuvre pour réaliser une production. On distingue habituellement le travail et le capital.
2. Les facteurs de production sont substituables, si on peut réaliser le même niveau de production en augmentant la quantité d'un facteur et diminuant la quantité de l'autre.  
Production à facteurs substituables : industrie textile très mécanisée ou utilisant beaucoup de travail, agriculture...  
Production à facteurs complémentaires : le prof et son tableau, sa salle... ; le train et son conducteur ; le dentiste et son fauteuil...
3. Dans le cas de facteurs de production complémentaires, c'est le facteur rare qui conditionne la production. On ne peut pas faire rouler des taxis sans chauffeurs, une salle de classe sans prof ne produit rien...
4. Le critère qui conduit à choisir l'une ou l'autre combinaison productive dépend de l'objectif de l'entreprise. Elle peut chercher à maximiser son profit, c'est le cas le plus fréquent. Mais elle peut également souhaite maximiser les ventes, de manière à ne pas permettre l'entrée sur le marché de nouveaux producteurs.
5. Il n'est pas possible de produire avec un seul facteur de production. Le travail seul ne permet plus, en dehors d'une économie de cueillette, de produire. Dès que des outils sont nécessaires, on trouve du travail et du capital.  
Le capital seul ne suffit pas non plus à produire. Même si des machines peuvent produire seules, il a fallu les concevoir, ce qui représente du travail.



## Quels sont les effets de la hausse de la productivité ?

### 2 Exercice : calculer la productivité apparente du travail

1. Mesurer la quantité de travail.

Nombre de travailleurs	Durée mensuelle du travail	Nombre total d'heures travaillées
10	140	1 400

2. Productivité par tête (par travailleur) :  $100\,000 / 10 = 10\,000$  € par mois.  
Productivité horaire (par heure de travail) :  $100\,000 / 140 = 714,2$  €.

3. On calcule la productivité du capital en divisant la quantité produite par la valeur du capital.



## Réponses aux questions

1. La productivité mesure le résultat de la production par unité de facteur de production.

$$\text{Productivité} = \frac{\text{production}}{\text{quantité de facteurs de production}}$$

2.

– Productivité du travail

$$\text{Productivité par tête} = \frac{\text{production}}{\text{nombre de travailleurs}}$$

$$\text{Productivité horaire} = \frac{\text{production}}{\text{nombre d'heures de travail}}$$

– Productivité du capital

$$\text{Productivité du capital} = \frac{\text{production}}{\text{quantité de capital}}$$

La quantité de capital peut se mesurer par la valeur du capital, le nombre d'heures de fonctionnement, le nombre de machines...

3. La productivité du travail dépend de la qualité de la main-d'œuvre (qualification, formation...), de l'organisation du travail...

Mais elle dépend également de la qualité du capital utilisé, du progrès technique affectant ce capital... Un travailleur sera d'autant plus productif que la machine sur laquelle il travaille est plus efficace. C'est pourquoi on la qualifie d'apparente.

4. La productivité horaire du travail a très fortement augmenté depuis le XIX<sup>e</sup> siècle. C'est particulièrement le cas au cours des Trente Glorieuses où elle progresse de plus de 5 % par an. Même dans des périodes moins fastes, elle gagne presque 2 % par an.

Les gains de productivité ont cependant diminué au cours des dernières décennies. 1,8 % de gain annuel en moyenne depuis 1990 contre 3,3 % entre 1973 et 1990. Le rythme actuel de croissance de la productivité du travail est proche de celui observé avant 1950.

La productivité horaire et le PIB progresse à des rythmes voisins. Cela signifie que la contribution des gains de productivité à la croissance économique est particulièrement forte.

Lorsque les gains de productivité horaire dépassent la croissance du PIB, ce qui se produit souvent, cela signifie que la quantité de travail diminue. C'est le plus souvent la traduction d'une diminution de la durée du travail.

5. Lorsque la productivité augmente, le prix du produit a tendance à diminuer (ou à augmenter moins que les autres). La consommation du produit a donc tendance à augmenter. Cela peut également permettre de libérer du pouvoir d'achat pour acquérir d'autres produits.

Si la consommation augmente plus vite que la productivité, la croissance de la production devra dépasser les gains de productivité et il faudra augmenter l'emploi.

6. Le progrès technique est le principal facteur d'amélioration de la productivité. Des techniques de production plus efficaces, des machines plus performantes, une meilleure organisation du travail... permettent de faire progresser la productivité du travail.

7. Les gains de productivité ont été un facteur essentiel de la croissance économique (croissance plus intensive). Ils permettent d'accroître la demande, *via* les effets sur les prix relatifs des produits et ont donc des conséquences sur les quantités produites.

Ils agissent sur l'emploi, avec des effets incertains :

– Ils peuvent favoriser l'accroissement de l'emploi, si la demande pour les produits progresse plus rapidement que les gains de productivité.

– Ils peuvent aussi provoquer des réductions d'emploi si la demande progresse moins vite que la productivité. Cela peut se traduire aussi par une réduction de la durée du travail.

– Les gains de productivité peuvent également conduire à une substitution de capital au travail.

## 1 Texte à trous

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 **technique de production** est possible les facteurs sont **complémentaires**.

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

Le **capital** est composé des machines, locaux, ainsi que des produits qui sont transformés au cours de la production : énergie, matières premières, produits intermédiaires, etc.

## 2 La productivité : la manufacture d'épingles

1.

Nombre de travailleurs	Durée journalière du travail	Nombre total d'heures travaillées
10	8	80

2. Les trois types de productivité :

– Productivité par travailleur (par tête) :  $48\ 000 / 10 = 4\ 800$  épingles par travailleur et par jour.

– Productivité horaire :  $48\ 000 / 8 = 6\ 000$  épingles par heure.

– Productivité horaire par travailleur : 600 épingles par heure et par salarié.

3. Les trois définitions de la productivité du travail : Production, nombre de travailleurs, durée du travail.

Productivité par tête =  $\frac{\text{production}}{\text{nombre de travailleurs}}$

Productivité horaire =  $\frac{\text{production}}{\text{nombre d'heures de travail}}$

Productivité horaire =  $\frac{\text{production}}{\text{nombre d'heures de travail} \times \text{nombre de travailleurs}}$

### Pour aller plus loin

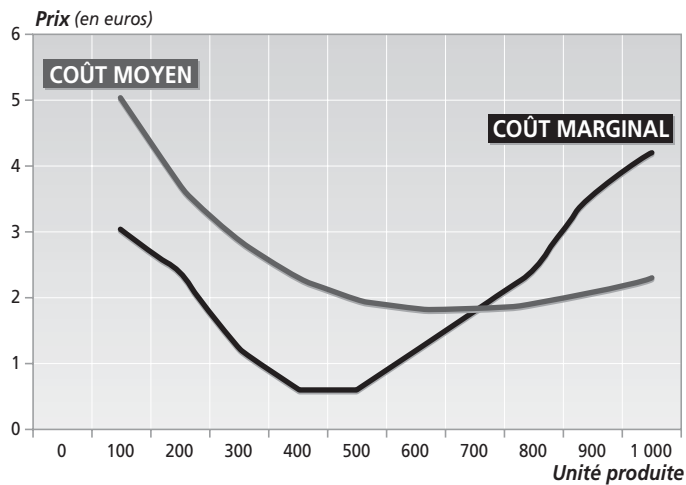
On suppose une entreprise qui utilise du travail, payé 10 € par heure, et du capital qui coûte 50 € par heure. Le tableau indique le nombre d'heures de travail nécessaires pour obtenir différentes quantités de produit, sachant qu'elle subit également un coût fixe de 200 €.

Quantité produite (unité)	0	100	200	300	400	500	600	700	800	900	1000
Temps de travail nécessaire (en heures)	0	5	9	11	12	13	15	18	22	28	35
Productivité horaire du travail (unité/heure)		20	22,2	27,3	33,3	38,	40	38,9	36,4	32,1	28,6
Coût du travail (euros)		50 €	90 €	110 €	120 €	130 €	150 €	180 €	220 €	280 €	350 €
Coût du capital (euros)		250 €	450 €	550 €	600 €	650 €	750 €	900 €	1100 €	1400 €	1750 €
Coût total (euros)	200 €	500 €	740 €	860 €	920 €	980 €	1100 €	1280 €	1520 €	1880 €	2300 €
Coût moyen (euros)		5,00 €	3,70 €	2,87 €	2,30 €	1,96 €	1,83 €	1,83 €	1,90 €	2,09 €	2,30 €
Coût marginal (euros)		3,00 €	2,40 €	1,20 €	0,60 €	0,60 €	1,20 €	1,80 €	2,40 €	3,60 €	4,20 €

1. La productivité horaire du travail (1e ligne) est d'abord croissance, puis décroissante.

2. Voir tableau.

### 3. Graphique du coût moyen et du coût marginal



4. Lorsque les gains de productivité du travail sont croissants (rendements croissants), le coût moyen par unité produite a tendance à baisser car chaque unité coûte moins que la précédente (le coût marginal est inférieur au coût moyen). En revanche, lorsque les gains de productivité sont décroissants, le coût marginal augmente.

5. Si la productivité du travail était constante, la courbe de coût marginal serait horizontale et celle de coût moyen légèrement décroissante du fait de la présence d'un coût fixe divisé par des quantités de plus en plus grandes.

# 3 Marché et prix

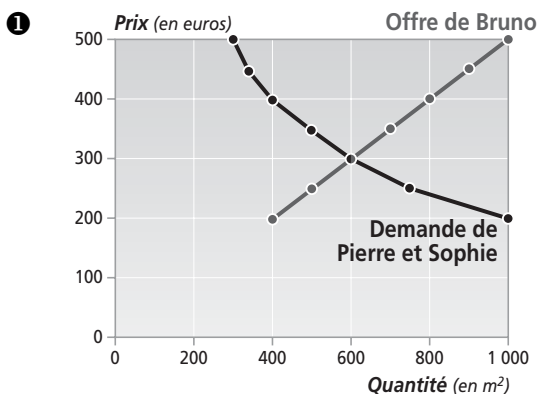
- La demande étant insuffisante, les producteurs ne peuvent plus vendre leurs fruits et les prix s'effondrent. Pour limiter la chute des prix, les fermiers sont obligés de détruire une partie de leur production qui leur a pourtant donné tant de travail.
- Il est logique de vendre cette bonbonne à un prix dérisoire car peu de clients sont prêts à l'acheter étant donnée sa grande difficulté d'utilisation ; il est cependant également absurde de la vendre à ce prix car sa valeur est en elle-même bien supérieure (valeur de la bonbonne vide, valeur du liquide).

# 5 Comment se détermine le prix d'équilibre sur un marché ?

## Page de sensibilisation

- Ces différents marchés ont en commun de réunir sur un même lieu des acheteurs et des vendeurs qui prennent leurs décisions en fonction des prix.
- Ces marchés se distinguent par les types de produits vendus (fruits et légumes, bétails, produits financiers) et par la quantité des transactions (beaucoup plus importante par exemple sur le marché financier).

### Pour commencer...



❷ Il existe une combinaison prix/quantité qui satisfait à la fois Bruno et Pierre et Sophie : une quantité échangée de 600 m<sup>2</sup> pour un prix de 300 €. La vente a

toutes les chances de s'effectuer effectivement à ce prix car il est le seul sur lequel le vendeur et les acheteurs peuvent s'entendre.

❸ Si les propriétaires de terrains de la même qualité étaient prêts à vendre les leurs à un prix moins élevé, Bruno aurait dû forcément s'aligner car les acheteurs se seraient adressés aux autres vendeurs.

❹ Les terrains ayant les mêmes caractéristiques se vendent, à un moment donné, à peu près au même prix car un vendeur qui souhaiterait vendre son terrain à un prix supérieur ne trouverait aucun acheteur et aucun vendeur n'a intérêt à vendre à un prix plus bas que ce que les acheteurs sont prêts à déboursier. De ce fait, les prix finissent par s'aligner.

5 Si les banques décident de prêter très facilement de l'argent et de proposer des taux d'intérêt particulièrement avantageux, les acheteurs de terrains seront prêts à en acheter davantage et le prix moyen des terrains augmentera.

6 Si, au contraire, une crise bancaire et financière suspend quasiment toute possibilité d'obtenir un prêt, la demande de terrains diminuera ainsi que le prix moyen des terrains.

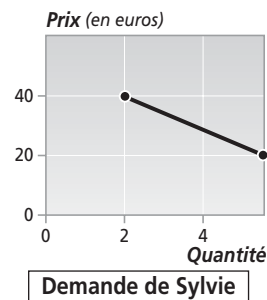
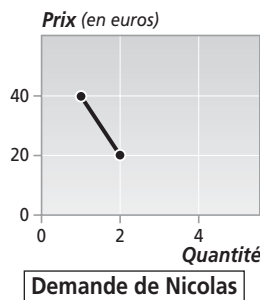
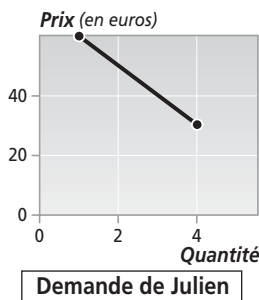
# DOSSIER 1

## Comment évoluent l'offre et la demande par rapport au prix ?

### 4 Exercice : la courbe de demande

#### La demande individuelle

1.

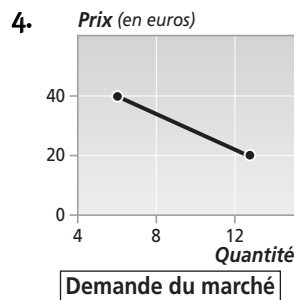


2. Pour 20 euros, Julien achète au maximum 5 jeans, Nicolas 2 et Sylvie 6, mais si le prix était plus bas et se rapprochait de zéro euro (ce qui n'est bien évidemment pas possible), Julien en achèterait jusqu'à 7, Nicolas jusqu'à 3 et Sylvie jusqu'à 10.

3. Cet exemple vérifie la loi de la demande car toutes ces droites sont décroissantes.

#### La demande au marché

Prix	20 euros	40 euros
Demande de Julien	5	2
Demande de Nicolas	2	1
Demande de Sylvie	6	3
Demande au marché	13	6



5. Chaque point de la courbe indique le montant total des achats pour un prix donné. Cette courbe est décroissante, ce qui illustre la loi de la demande.

### Réponses aux questions

- Notre demande de glace dépend d'abord du prix des glaces, mais aussi de notre revenu, du prix des produits comparables et bien sûr de nos goûts.
- La « loi de la demande » est la loi selon laquelle la demande varie dans le sens contraire du prix : lorsque le prix augmente, la demande diminue et quand le prix diminue, la demande augmente.
- la « loi de l'offre » est la loi selon laquelle l'offre varie dans le même sens que le prix : lorsque le prix augmente, l'offre augmente et quand le prix diminue, l'offre diminue.
- L'offre augmente généralement quand le prix augmente car une hausse du prix incite les offreurs à produire davantage et attire de nouveaux offreurs sur le marché.
- L'offre est une fonction croissante du prix et la demande en est une fonction décroissante.

## DOSSIER 2

# Comment se déterminent généralement les prix ?

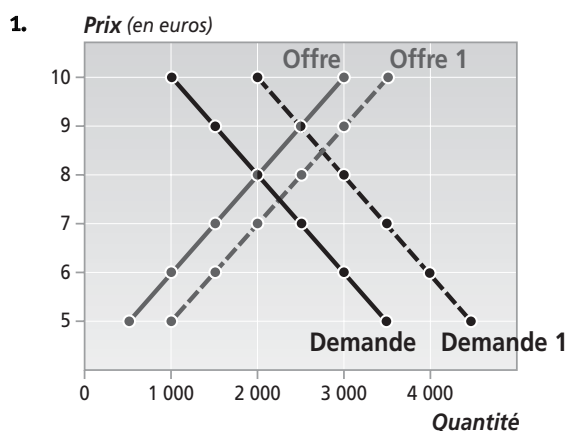
### Réponses aux questions

1. Le prix d'équilibre est le prix qui permet d'égaliser l'offre et la demande. Le terme d'équilibre est particulièrement approprié car à ce prix il n'y a pas d'inventus ni de demande insatisfaite.
2. Si le prix est trop élevé, l'offre est supérieure à la demande et il y a des inventus ; les offreurs vont donc diminuer leur prix pour écouler leur offre. Si le prix de marché est au contraire inférieur au prix d'équilibre, la demande est supérieure à l'offre et il y a des demandes insatisfaites qui vont inciter les offreurs à pousser le prix à la hausse. Habituellement, le prix est unique car aucun acheteur n'est prêt à acheter à un prix plus élevé que celui du marché et aucun vendeur n'est prêt à vendre à un prix plus bas que celui du marché.
3. La loi « de l'offre et de la demande » est celle qui permet d'égaliser automatiquement l'offre et la demande par la libre variation du prix. Si l'offre est supérieure à la demande, le prix diminue jusqu'à égaliser l'offre et la demande ; si la demande est supérieure à l'offre, le prix augmente jusqu'à égaliser l'offre et la demande.
4. Un « modèle concurrentiel » est un marché sur lequel interviennent de nombreux offreurs et de nombreux demandeurs ; les informations sont connues de tous et la concurrence se joue sur les prix.
5. « Dans le modèle concurrentiel de base, si une entreprise fixe des prix légèrement supérieurs à ceux de ses concurrents, elle perd l'ensemble de sa clientèle » car si toutes les informations sont connues, personne n'ira acheter un produit identique à un prix supérieur.
6. Le modèle concurrentiel n'est pas caractéristique de tous les marchés car il arrive que des produits soient choisis en fonction de leurs caractéristiques, leurs marques par exemple, davantage qu'en fonction de leurs prix.

## DOSSIER 3

# Comment expliquer les variations des prix ?

### 1 Exercice : comment déplacer des courbes de demande et d'offre ?



Le prix de vente de la pizza à Marseille sera de 8 euros.

2. Voir le graphique ci-dessus, courbe D1. Le nouveau prix du marché sera de 9 euros.
3. Voir le graphique ci-dessus, courbe O1. Le nouveau prix du marché sera de 8,5 euros.

## Réponses aux questions

1. Une augmentation de la demande pour tous les niveaux de prix déplace la courbe de demande vers la droite ; une diminution de la demande pour tous les niveaux de prix déplace la courbe de demande vers la gauche. Une augmentation de l'offre pour tous les niveaux de prix déplace la courbe d'offre vers la droite ; une diminution de l'offre pour tous les niveaux de prix déplace la courbe d'offre vers la gauche.

2. Une augmentation de la demande provoque une augmentation du niveau des prix et une diminution de la demande provoque une diminution du niveau des prix.

3. Une augmentation de l'offre provoque une diminution du niveau des prix et une diminution de l'offre provoque une augmentation du niveau des prix.

4.

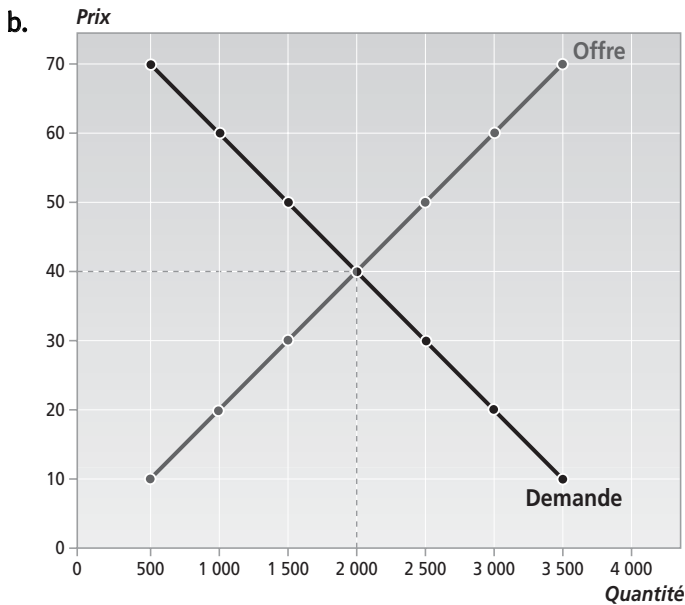
Les principaux facteurs qui déplacent la demande		
<i>Des modifications de prix d'autres biens ou services</i>		
Si A et B sont des biens substituables...	... et si le prix de B augmente...	<b>le prix de A augmente.</b>
	... et si le prix de B diminue...	<b>le prix de A diminue.</b>
Si A et B sont des biens complémentaires...	... et si le prix de B augmente...	<b>le prix de A diminue.</b>
	... et si le prix de B diminue...	<b>le prix de A augmente.</b>
<i>Des modifications de revenu</i>		
Si A est un bien normal...	... et si le revenu augmente...	<b>le prix de A augmente.</b>
	... et si le revenu diminue...	<b>le prix de A diminue.</b>
<i>Des changements dans les goûts</i>		
	Si les goûts changent en faveur de A...	<b>le prix de A augmente.</b>
	Si les goûts changent en défaveur de A...	<b>le prix de A diminue.</b>
<i>Des modifications du nombre des consommateurs</i>		
	Si le nombre de consommateurs de A augmente...	<b>le prix de A augmente.</b>
	Si le nombre de consommateurs de A diminue...	<b>le prix de A diminue.</b>
Les principaux facteurs qui déplacent l'offre		
<i>Des modifications de prix de facteurs de production</i>		
	Si le prix d'un input utilisé pour produire A augmente...	<b>le prix de A augmente.</b>
	Si le prix d'un input utilisé pour produire A diminue...	<b>le prix de A diminue.</b>
<i>Des évolutions technologiques</i>		
	Si la technologie utilisée pour produire A est améliorée...	<b>le prix de A diminue.</b>
<i>Des modifications du nombre des producteurs</i>		
	Si le nombre de producteurs de A augmente...	<b>le prix de A diminue.</b>
	Si le nombre de producteurs de A diminue...	<b>le prix de A augmente.</b>

5. L'augmentation du prix de la mozzarella provoquera l'augmentation du prix des pizzas ; l'augmentation du nombre de vendeurs de pizzas provoquera la diminution du prix des pizzas ; L'augmentation de l'argent de poche des lycéens provoquera l'augmentation du prix des pizzas ; la création d'un nouveau procédé permettant de produire plus rapidement chaque pizza provoquera la diminution du prix des pizzas.

## 1 L'offre et la demande

a.  $D = (-4 \times 5) + 70$ . La consommation annuelle moyenne est de 50 paquets de cigarettes.

Si le gouvernement décide de prélever 2,5 euros sur chaque paquet, le nouveau prix de vente est de 7,5 euros. La nouvelle consommation annuelle moyenne sera de 40 paquets de cigarette. Ce type de mesures permet de réduire la consommation de cigarettes.



$50 P = -50 P + 4\ 000$  donc le prix d'équilibre est de 40 et la quantité d'équilibre est de 2000.

## 2 La détermination du prix

a. Le prix d'équilibre est de 13 euros et la quantité d'équilibre est de 450 kilos.

b. Si le prix est égal à 19,10 euros, l'offre est légèrement supérieure à 600 kilos et la demande légèrement inférieure à 250 kilos ; il y a donc de nombreux invendus.

c. Si certains producteurs vendent leurs volailles avec un label « produits biologiques », la concurrence ne se fera plus uniquement sur les prix ; des consommateurs seront prêts à acheter ces produits à des prix supérieurs à ceux du marché.

## 3 Les déplacements des courbes

Facteurs déplaçant la courbe de demande d'automobiles	Orientation du déplacement de la courbe (vers la droite ou vers la gauche)	Effet sur le prix d'équilibre (augmentation ou diminution)
Augmentation importante du prix de l'essence	Vers la gauche	Diminution
Augmentation importante du prix du transport en train	Vers la droite	Augmentation
Augmentation du revenu des consommateurs	Vers la droite	Augmentation
Facteurs déplaçant la courbe d'offre d'automobiles	Orientation du déplacement de la courbe (vers la droite ou vers la gauche)	Effet sur le prix d'équilibre (augmentation ou diminution)
Progrès technique important	Vers la droite	Diminution
Forte augmentation du coût de la main-d'œuvre	Vers la gauche	Augmentation
Destruction (pour cause d'incendie) de la principale usine	Vers la gauche	Augmentation



# 6 La pollution : comment remédier aux limites du marché ?

## Page de sensibilisation

Ceux qui sont à l'origine de pollutions ne supportent pas nécessairement les coûts qu'ils occasionnent. En déversant des débris dans la nature (**doc. 1**), les individus la mettent en péril, détériorent les paysages... En utilisant leur automobile (**doc. 2**), ils sont à l'origine d'émission de gaz à effet de serre. Il en est de même de certaines entreprises (**docs. 2 et 3**) dont l'activité génère des pollutions qui réduisent le bien-être de la population. Il faut alors réparer les dégâts provoqués par les pollueurs ce qui occasionne des coûts non supportés par ceux-ci. Par exemple, des associations mobilisent des moyens financiers et humains pour nettoyer des sites pollués (**doc. 1**) ; il va falloir soigner des malades victimes des pollutions, comme celles qui proviennent de la détérioration de la qualité de l'air suite aux émissions d'oxyde de carbone et autres polluants (**doc. 1 à 3**).

### Pour commencer...

❶ Vidanger en pleine mer est moins coûteux que si je le fais conformément aux procédures techniques prévues. Le risque de me faire prendre est minime et la sanction que je peux subir est finalement supportable. Raisonement en termes de coûts/avantages.

❷ Les effets négatifs de la décision du commandant sont nombreux :

- pollution des milieux aquatiques en pleine mer ;
- pollution des plages et donc de la faune et flore côtières ;
- détérioration des sites touristiques entraînant une perte de recettes pour les communes celles-ci étant contraintes d'engager des dépenses pour réparer les dégâts de la pollution et donc, peut-être, d'augmenter les impôts et taxes locales ;
- réduction du bien-être des populations.

❸ Puisque le capitaine a pris cette décision, il faut croire que la sanction encourue n'est pas suffisamment dissuasive. De plus, les moyens de surveillance pour prévenir de tels comportements sont sans doute insuffisants et, lorsque le risque de se faire prendre est réduit, la tentation de faire une économie au détriment de l'environnement est grande. Le raisonnement se fait en termes de coûts/avantages.

❹ Ainsi, en tant que décideur politique, je préconiserai d'augmenter les moyens de surveillance (radars, avions, bateaux..) et d'augmenter les sanctions financières et la durée de la peine d'emprisonnement. Il s'agit d'accroître le coût pour le pollueur et de faire en sorte que les comportements déviants soient davantage sanctionnés.



## Le fonctionnement du marché est-il toujours efficace ?

### Réponses aux questions

1. Nos comportements individuels peuvent être à l'origine de pollutions :

- Chauffage, utilisation d'une automobile... : émission de gaz à effets de serre ;
- Eaux usées (vaisselle, toilette...), ordures ménagères, débris..., jetés dans la nature ;
- Consommation de produits hors saison ou exotiques occasionnant la multiplication des transports en avion ou routiers... ;
- Voyages touristiques lointains (consommation d'énergie, émission de gaz à effets de serre...)

La production de biens et de services peut être à l'origine de diverses pollutions :

- Pollution de l'air et de l'eau par des rejets (produits chimiques...)
- Stockage de produits dangereux dans de mauvaises conditions de sécurité ;
- Non prise en compte des risques d'accidents (ou liés aux accidents) comme, par exemple, l'explosion d'un réacteur nucléaire, pour réduire les coûts.

2. Les pollueurs réduisent le bien-être des victimes de leurs pollutions. Par exemple, ceux qui vivent près d'une route à grande circulation inhalent des gaz d'échappement au détriment de leur santé et souffrent du bruit. Les frais qu'ils engagent pour se soigner sont à leur charge alors que les automobilistes et les chauffeurs de poids lourds ne paient rien pour les dommages qu'ils causent. De plus, comme il existe un système de remboursement des dépenses de santé, financé par l'ensemble de la population, ceux qui supportent les coûts des pollutions ne sont pas seulement ceux qui en sont directement les victimes.

3. Comme le montrent Joseph Stiglitz et Denis Clerc, dès lors que les entreprises ne supportent pas les coûts liés aux pollutions que leur activité occasionne, elles ne sont pas incitées à les réduire, d'autant plus que cela leur confère un avantage de compétitivité-coût. Par conséquent, si aucune contrainte ne les oblige à supporter les coûts de leurs pollutions, elles n'ont aucune raison de les réduire. Comme le souligne Stiglitz, « s'il était possible de faire payer l'usine pour la pollution qu'elle occasionne, elle trouverait les moyens de la réduire ». Puisque le marché ne les y contraint pas – comme le précise D. Clerc –, c'est à l'État d'intervenir.

4. En réduisant la pollution qu'occasionne son activité, une entreprise améliore le bien-être de la population (cadre de vie plus agréable, meilleure santé...). L'entreprise ne reçoit aucune rémunération en échange de l'amélioration du bien-être dont elle est pourtant à l'origine. Ainsi, son activité a généré un bienfait pour la population sans qu'elle n'en retire un gain. Son activité est donc à l'origine d'un effet externe positif.

5. Un effet externe est une conséquence, négative ou positive, pour un agent économique de l'activité d'autres agents économiques sans que ceux-ci en supportent les coûts (dans le cas d'un effet externe négatif) ou en retirent un gain (dans le cas d'un effet externe positif).

6. Le fonctionnement du marché peut-être préjudiciable au bien-être de la population.

– L'activité des entreprises peut générer des pollutions qui nuisent au bien-être de la population (effets externes négatifs). Réduire ces pollutions occasionne les coûts pour les entreprises qui en sont à l'origine.

– Le marché s'appuie sur la concurrence. Les entreprises doivent alors comprimer leurs coûts pour gagner en compétitivité. Ainsi, la pression de la concurrence n'incite pas les entreprises à réduire les pollutions qu'elles provoquent puisque cela gonflerait leurs coûts. Le bien-être de la population en pâtit.



## Comment les pouvoirs publics peuvent-ils remédier aux défaillances du marché ?

### 1 Exercice : les effets de la pollution sur la santé

1. Claire devra payer :  $1\,700 - 400$  (et non  $425$  puisque la subvention est plafonnée à  $400$ ) soit  $1\,300$  euros. Pierre devra payer  $1\,100$  euros.

2. Les déplacements de Claire sont gratuits. Pierre va déboursier pour sa consommation d'essence :  $(5000/100) \times 5 \times 1,4 = 350$  euros à l'année.

3. La Mairie de Paris, en subventionnant l'achat de Claire et pas celui de Pierre, affiche sa volonté de réduire la pollution liée aux gaz d'échappement et au bruit, et de fluidifier le trafic.

4. L'achat de Claire est plus coûteux que celui de Pierre malgré la subvention ( $1\,300$  euros contre  $1\,100$  euros), mais en prenant en compte l'économie qu'elle fait sur la consommation d'essence, l'opération lui est favorable. L'amortissement du cyclomoteur n'est ici pas pris en compte, ni les frais d'assurance... Le coût d'usage du cyclomoteur n'est donc pas totalement calculé. Peut-être est-ce là une occasion de discuter avec les élèves de ce qu'est un coût.

### Réponses aux questions

1. Apparemment, il paraît anormal que les contribuables parisiens paient un impôt dont une partie finance les dépenses d'incitation à utiliser un cyclomoteur électrique, s'ils ne sont pas utilisateurs de tels cyclomoteurs. Toutefois, ils bénéficieront d'un air moins pollué, d'une pollution sonore atténuée, et d'une meilleure fluidité du trafic (moins de voitures, plus de cyclomoteurs).

2. Le mécanisme de compensation évoqué correspond à une somme versée volontairement par les organisateurs des grosses réceptions avec beaucoup de véhicules (souvent une voiture par invité) à l'organisme vert de leur choix.

Remarque : Il faudra indiquer (ou faire deviner) aux élèves que ce document est un canular, un « 1<sup>er</sup> avril » du journal *Le Monde*. Cependant, son contenu est riche de « solutions » pour réduire les pollutions (allant au delà de la question posée). Ainsi après avoir averti les élèves, il est possible de soumettre ces « solutions » à leur réflexion et d'en discuter en classe.

3. Les pouvoirs publics peuvent fixer des règles pour limiter les pollutions que génèrent nos comportements et la production de biens et de services. Cette réglementation peut interdire d'utiliser certains produits nocifs dans la fabrication de biens (par exemple les lessives) ; elle peut fixer des normes d'émissions de gaz d'échappement que les constructeurs d'automobiles doivent respecter ; elle peut imposer des limites aux comportements individuels, sources de pollution (par exemple, réduction de la vitesse autorisée pour les automobiles)... Dès lors, la réglementation est de nature à limiter les effets externes négatifs, voire peut générer des effets externes positifs en incitant les agents économiques à adopter des comportements appropriés. Par exemple, des règles d'isolation thermique des logements incitent les promoteurs à améliorer leur qualité, ce dont bénéficient les acheteurs mais aussi l'ensemble de la population grâce à la réduction des émissions de gaz à effets de serre provoquées par le chauffage.

4. Ceux qui utilisent leurs automobiles pour se déplacer en ville provoquent des pollutions (bruit, émissions de gaz d'échappement) d'autant plus importantes que la circulation est dense. Le péage urbain impose à celui qui utilise sa voiture en ville de payer un droit qui peut être la contrepartie (partiellement ou en totalité) des effets externes négatifs qu'il occasionne (on peut ajouter aux pollutions, les risques d'accidents, y compris pour les piétons). Le péage urbain correspond bien au principe pollueur-payeur (au moins partiellement, si le coût du péage est inférieur au coût correspondant à l'effet externe négatif).

5. Si la demande de droits à polluer est supérieure à l'offre, le prix des droits augmente (loi de l'offre et de la demande). Cela peut inciter les entreprises, qui ont utilisé leurs droits à polluer, à réduire leurs émissions de gaz à effet de serre. En effet, le coût qu'elles devront supporter, en cas de dépassement des normes de pollution, augmente puisqu'elles devront acheter des droits à un prix plus élevé. Elles devraient donc chercher des méthodes de production moins polluantes. On peut cependant envisager que certaines entreprises préfèrent réduire leur production plutôt que d'engager des frais supplémentaires pour améliorer leurs méthodes, au risque de créer des problèmes d'emploi...

## ÉVALUER SES ACQUIS

### 1 Distinguer les effets externes

– Des personnes vivant près d'un aéroport souffrent d'insomnies du fait du passage nocturne des avions au-dessus de leur domicile.  positifs  négatifs

– Des enfants se baignent dans une rivière en aval des rejets par une entreprise de ses eaux usées.  positifs  négatifs

– Des enfants se baignent dans une rivière en aval d'une station d'épuration.  positifs  négatifs

– Une cimenterie réduit ses émissions de poussières dans l'air ambiant en installant des filtres sur ses installations.  positifs  négatifs

– Des exploitants agricoles brésiliens défrichent de très grandes surfaces de la forêt amazonienne.  positifs  négatifs

### 2 Repérer les moyens des pouvoirs publics pour prendre en compte les effets positifs et négatifs

Pour prendre en compte les **effets externes** les pouvoirs publics peuvent recourir à la réglementation.

Dans ce cas, il s'agit d'interdire ou de limiter des comportements à l'origine de **pollutions**. Il en est, par exemple, ainsi de l'obligation faite aux conducteurs d'automobile de réduire leur vitesse lorsque la teneur en ozone de l'air ambiant est trop élevée.

La taxation des activités génératrices d'externalités **négatives** devrait **inciter** ceux qui en sont à l'origine à changer leurs comportements. Ainsi, la taxation des pollueurs peut les inciter à **réduire** les pollutions dont ils sont à l'origine. L'octroi de **subventions** à ceux dont l'activité génère des externalités positives les incite à persévérer dans cette voie.

## 2 Comprendre le mécanisme des droits à polluer

Situation sur le marché des droits à polluer	Comment évolue le prix des droits à polluer ?	Pollux peut-elle être incitée à réduire ses émissions d'oxyde de carbone ?
La demande de droits à polluer de Pollux dépasse l'offre de droits des autres entreprises	<b>Hausse</b>	<b>Oui</b>
La demande de droits de Pollux est inférieure à l'offre de droits	<b>Baisse</b>	<b>Non</b>
La demande de droits de Pollux est égale à l'offre de droits	<b>Stable</b>	<b>Non (mais le coût correspondant à l'achat des droits, s'il ne baisse pas, peut être significatif . Dès lors, les élèves peuvent répondre « Oui » s'ils argumentent dans ce sens)</b>

# 4 Formation et emploi

Au XIX<sup>e</sup> siècle, des ouvriers devaient parcourir les chemins pour trouver un emploi dans les mines, les usines ou les fermes... Aujourd'hui, même si la situation des chômeurs est loin d'être enviable, le pôle emploi aide les personnes sans situation professionnelle en leur versant des indemnités et en les accompagnant dans leur recherche d'emploi.

## 7 Comment se détermine le prix d'équilibre sur un marché ?

### Page de sensibilisation

Du fait de la crise de l'emploi, l'accès à un emploi est devenu la principale motivation des études. Cependant, les jeunes ne recherchent pas n'importe quel emploi et ne souhaitent pas faire n'importe quelles études. Les goûts (ou les aptitudes) entrent en ligne de compte. Ainsi, certains optent pour des études longues, d'autres pour des études plus courtes, d'autres enfin, déjà décidés sur leur vocation, choisissent de faire des études en alternance avec l'apprentissage d'un métier.

### Pour commencer...

❶ La relation formation / emploi dans les années 1960.

Niveau de qualification	Types d'emploi demandés par les entreprises et les administrations	Niveau de formation des jeunes qui arrivent sur le marché du travail
Très qualifié	200 000	100 000
Moyennement qualifié	400 000	400 000
Faiblement qualifié	400 000	300 000
Total	1 000 000	800 000

❷ Dans les années 1960, les déséquilibres sur les marchés du travail concernent les salariés très qualifiés et les salariés faiblement qualifiés. Il y a déséquilibre car, dans les deux cas, les jeunes sont moins nombreux que les emplois. Ce sont les entreprises qui sont en demande. En revanche, le marché du travail des salariés moyennement qualifiés est en équilibre.

- ③ Sur le marché du travail des salariés peu qualifiés, les entreprises savent qu'il existe de la main-d'œuvre disponible à l'étranger et, notamment, dans les pays du Maghreb. Elles vont donc avoir recours à l'immigration.
- ④ Sur le marché du travail des salariés très qualifiés, les entreprises ne peuvent trouver de main-d'œuvre à l'étranger, elles vont être obligées d'offrir de meilleurs salaires pour attirer les demandeurs chez elles plutôt que chez leurs concurrents.
- ⑤ La relation formation / emploi dans les années 2000

Niveau de qualification	Types d'emploi demandés par les entreprises et les administrations	Niveau de formation des jeunes qui arrivent sur le marché du travail
Très qualifié	300 000	350 000
Moyennement qualifié	300 000	300 000
Faiblement qualifié	100 000	150 000
Total	700 000	800 000

⑥ Dans les années 2000, les déséquilibres sur le marché du travail concernent toujours les salariés très qualifiés et les salariés faiblement qualifiés mais les problèmes se sont inversés et, dans les deux cas, les jeunes sont plus nombreux que les emplois. Ce sont les salariés qui sont en demande. Le marché du travail des salariés moyennement qualifiés reste, lui, en équilibre.

Dans ces circonstances, certains jeunes très qualifiés vont être obligés d'accepter des emplois moyennement qualifiés. Des jeunes moyennement qualifiés vont alors être obligés d'accepter des emplois faiblement qualifiés et des jeunes faiblement qualifiés vont être exclus du marché du travail.



## Quels sont les emplois qui se créent ?

### 4 Exercice : évolution et emploi

- En France, entre 2002 et 2007, le nombre des salariés qualifiés a augmenté de 7,3 %
- En France entre 2002 et 2007, le nombre des salariés non qualifiés a augmenté de 17 %.
- En 2002, en France, les employés non qualifiés représentaient 57 % des salariés non qualifiés. En 2007, cette part est passée à 65 %. Les 2/3 des salariés non qualifiés sont des employés.
- On peut tirer 3 conclusions de ces calculs.
  - L'emploi salarié augmente en France entre 2002 et 2007 puisque toutes les formes d'emploi salarié augmentent.
  - L'emploi non qualifié augmente plus vite que l'emploi qualifié. (Cela s'explique par des exonérations de charges sociales sur les bas salaires).
  - L'emploi non qualifié se transforme avec une diminution du nombre des ouvriers non qualifiés et une augmentation de celui des employés non qualifiés. De nos jours, le salarié non qualifié moyen est un employé, généralement une femme. Par exemple : une vendeuse, une femme de ménage ou une nourrice.

### Réponses aux questions

- Les emplois qui se créent sont le plus souvent des emplois qualifiés : des informaticiens (**doc. 1**), plus généralement des cadres (**doc. 4**). Certains emplois qui se créent sont dit « peu qualifiés », même s'ils demandent des formations particulières, comme pour les aides à domicile ou les assistantes maternelles (**doc. 1 et 5**) mais ces emplois restent minoritaires.
- On dit qu'un médecin est qualifié car il possède des savoirs et des savoir-faire reconnus par un diplôme nécessitant de nombreuses années d'études.
- La qualification moyenne des emplois a augmenté en règle générale, il n'y a pratiquement plus d'emplois très peu qualifiés.

Dans les secteurs où l'on trouvait des emplois peu qualifiés comme l'industrie ou le bâtiment, soit il y a eu des baisses d'effectifs, soit les postes sont devenus plus complexes du fait des évolutions technologiques. Les emplois tertiaires qualifiés ont augmenté faisant monter le niveau de qualification moyenne. Seuls les emplois de service, qui ont augmenté également, proposent des niveaux de qualification variés dont plusieurs correspondent à des niveaux faibles : agents d'entretien, agent de sécurité...

4. Entre 2002 et 2004, l'emploi très qualifiés a augmenté de 400 000 personnes et de 4,2 %.
5. Un emploi nécessitant un diplôme de « faible » niveau peut cependant demander des compétences importantes. C'est le cas des assistantes maternelles. Il ne faut donc pas confondre qualification et compétence.



## Le nombre de diplômés augmente-t-il ?

### Réponses aux questions

1. Entre 1960 et 2009, le nombre d'étudiants a été multiplié par 7,2.
2. Le capital humain est un ensemble de savoirs et de savoir-faire qu'un individu peut valoriser sur le marché du travail.
3. L'augmentation du nombre des étudiants est, en partie, due à la baisse des emplois peu qualifiés qui oblige les jeunes à se diriger vers des études plus longues, elle s'explique aussi par la volonté de ceux-ci d'obtenir un travail qualifié et donc bien rémunéré.
4. Les bacheliers ES représentent 27,7 % des bacheliers généraux en 2000 et 30,7 % en 2008.
5. Les enfants d'ouvriers n'ont pas les mêmes chances de réussite à l'école que les enfants de cadres. Ils sont presque deux fois plus nombreux dans la classe d'âge mais trois fois nombreux chez les étudiants. Ils ont donc six fois moins de chance que les enfants de cadre de faire des études supérieures.
6. La réussite scolaire est en partie liée à la culture familiale. Les familles de cadre valorisent plus souvent les études et toutes les activités qui favorisent la réussite scolaire, en particulier le travail intellectuel. Ainsi les enfants de cadres s'adaptent mieux aux exigences scolaires et réussissent mieux que les enfants d'ouvriers. De plus, les familles de cadre peuvent plus facilement aider (directement ou en lui payant des cours) leurs enfants en échec scolaire ; cela n'est pas aussi simple pour les familles avec des aptitudes ou des revenus plus faibles.



## Un diplôme élevé garantit-il une bonne insertion professionnelle ?

### Réponses aux questions

1. En général, plus le diplôme est élevé et plus l'insertion professionnelle est facile. Cependant, tous les diplômes ne sont pas aussi efficaces pour trouver un emploi. Ainsi, les étudiants en sciences ont une insertion meilleure que celles des étudiants en sciences humaines et les étudiants des écoles de commerce ont plus de facilités à trouver un emploi que ceux ayant un Master de gestion.
2. La crise de 2009 a rendu plus difficile l'insertion des jeunes diplômés. Les emplois acceptés sont souvent précaires (intérim, contrat à durée déterminée ou contrat de travail temporaire) et pas toujours en lien avec leurs projets initiaux (ce sont des emplois en attendant mieux...). Les jeunes font beaucoup de concessions pour « mettre un pied » dans le monde du travail.
3. Le chômage des jeunes s'explique fondamentalement par la situation économique du pays et, en particulier, le niveau de la croissance économique. Cependant, certains jeunes peuvent être au chômage car leur diplôme ne correspond pas à une qualification demandée par les entreprises ou les administrations.
4. En période de faible création d'emploi, certains jeunes sont obligés d'accepter des emplois qui ne correspondent pas à leur qualification. De ce fait leur salaire ne correspond pas à ce qu'ils espéraient. Plus généralement, une majorité de jeunes fait (ou veut faire) des études longues dans l'espoir d'accéder à un emploi bien rémunéré alors que la moitié des emplois offerts sont des emplois d'ouvriers ou d'employés souvent faiblement rémunérés. Il y a donc un réel décalage entre les aspirations des jeunes et les possibilités offertes par les entreprises et les administrations.
5. La société, en donnant une mauvaise image des cursus courts et des métiers manuels, pousse les jeunes à faire des études longues. Certains étudiants y connaissent des échecs et se sentent dévalorisés alors qu'ils auraient pu être en situation de réussite dans les voies professionnelles ou technologiques.

## 1 Évolution des qualifications

En diminution	En augmentation
Emploi faiblement qualifié dans l'industrie	Emploi de service qualifié
Emploi faiblement qualifié dans le bâtiment	Emploi de service faiblement qualifié

## 2 Pourquoi faire des études ?

Le capital humain est un savoir, des aptitudes et une expérience qui permettront à un individu d'être plus productif et, de ce fait, de gagner un revenu supérieur tout au long de sa vie. Faire des études supérieures constitue un investissement dans du capital humain. Cela a un coût immédiat mais devrait permettre ensuite d'accéder à un emploi bien rémunéré. Il est donc rationnel de poursuivre des études à condition que le revenu futur soit supérieur au coût initial.

## 3 Vrai ou faux

	vrai	faux
Chez les jeunes, en %, il y a plus d'enfants d'ouvriers que d'enfants de cadres.	X	
Chez les étudiants, en %, il y a plus d'enfants d'ouvriers que d'enfants de cadres.		X
Dans les classes préparatoires aux grandes écoles, en %, il y a 10 fois plus d'enfants d'ouvriers que d'enfants de cadres.		X
Dans les STS, en %, il y a plus d'enfants d'ouvriers que d'enfants de cadres.	X	

## 4 La crise économique et l'emploi des jeunes

Depuis plusieurs décennies, la montée du chômage incite les jeunes à prolonger leurs **études**. De ce fait, le nombre des jeunes très qualifiés a fortement augmenté. Mais, du fait de la **crise économique**, le nombre des emplois très qualifiés n'a pas augmenté de façon aussi rapide. C'est pourquoi certains jeunes diplômés sont obligés d'accepter des emplois moyennement qualifiés. Une partie des jeunes **moyennement qualifiés** se tourne alors vers des emplois peu qualifiés. Cela contribue à la montée du **chômage** des jeunes sortis de l'école avec peu ou pas de diplômes. Et cela renforce la nécessité de faire des études longues.

### Pour aller plus loin

#### Le diplôme protège-t-il du chômage ?

Taux de chômage en %	1990	2000	2004	2008
Sans diplôme ou CEP	13,1	16,2	15,0	12,7
BEPC, CAP, BEP	8,4	9,4	9,2	7,7
Baccalauréat	6,3	8,9	9,5	6,8
Bac + 2	3,6	5,3	6,1	4,7
Diplôme supérieur	3,3	5,6	7,4	4,7
<b>Ensemble</b>	<b>9,2</b>	<b>10,0</b>	<b>9,9</b>	<b>7,4</b>

D'après l'Insee.

On voit que globalement, le diplôme protège du chômage. Mais cette relation peut se relâcher comme au début des années 2000.



# 8 Le chômage : des coûts salariaux trop élevés ou une insuffisance de la demande ?

## Page de sensibilisation

La première image correspond à une offre d'emploi, la deuxième, à une agence de Pôle emploi et la troisième, à un chômeur. Ces trois images illustrent le marché du travail sur lequel des entreprises et des administrations proposent des emplois à des demandeurs d'emplois ; Pôle emploi agit en tant qu'intermédiaire, il facilite la rencontre des uns et des autres.

### Pour commencer...

- ❶ Le salaire maximal ne doit pas dépasser 100 € car, dans le cas contraire, l'embauche d'un boulanger lui coûterait plus cher que ce qu'il lui rapporte.
- ❷ L'embauche du nouveau boulanger est rentable pour M. Bonpain puisqu'il gagne 10 € par jour (100 € – 90 €).
- ❸ Non, ce n'est plus rentable pour M. Bonpain puisque son boulanger lui coûte désormais 108 € (soit une perte de 8 € par jour). S'il ne peut ni refuser cette augmentation ni accroître ses ventes, il devra le licencier. Le boulanger risque alors de se retrouver au chômage.
- ❹ Oui, M. Bonpain peut désormais lui accorder cette augmentation puisque la vente de trois fournées lui rapporte 150 € tandis que son boulanger lui coûte 108 € (soit un gain journalier de 42 €). Les deux principaux facteurs qui déterminent la décision d'embauche sont le coût du travail et le niveau de la demande.
- ❺ Si une baisse générale des salaires est avantageuse pour chacun des commerçants, cela pourrait affecter négativement la consommation des salariés et, finalement, ralentir l'activité des commerçants. Donc une baisse des salaires peut favoriser l'embauche car des emplois deviennent rentables mais, dans le même temps, la baisse de la consommation, qui peut en résulter, peut réduire les besoins de main-d'œuvre, et donc l'emploi.



## Comment ont évolué l'emploi et le chômage en France ?

### Réponses aux questions

1. L'emploi en France a progressé d'environ 10 % entre 1982 et 2009. Si la progression est faible jusqu'en 1997, la fin des années 90 marque une forte accélération des créations d'emploi jusqu'à la crise de 2008 qui se traduit par un recul sensible de l'emploi.
2. Sur une longue période, l'emploi se tertiarise puisque la part des actifs occupés travaillant dans les services ne cesse de progresser (près des 3/4 des actifs actuels) au détriment de l'agriculture et de l'industrie.
3. Le taux de chômage est le rapport (nombre de chômeurs/population active) x 100.  
Le taux de chômage a progressé de manière presque ininterrompue entre 1975 et 1995 (à part le recul passager du début des années 90). Les années 2000 marquent un recul modéré du taux de chômage jusqu'à la crise de 2008/2009, le taux flirtant à nouveau avec les 10 %.
4. Le sous-emploi est plus large que le chômage dans la mesure où plusieurs catégories de travailleurs ont une activité réduite (par exemple un temps partiel subi) ou ne sont pas comptabilisés comme chômeurs parce qu'ils ne sont pas vraiment disponibles ou insuffisamment actifs dans leur recherche d'emploi.
5. Le chômage est sélectif dans la mesure où il touche plus particulièrement les femmes, les jeunes et les peu diplômés.
6. L'emploi a connu plusieurs transformations au cours de ces trente dernières années : d'un point de vue quantitatif, il a progressé de manière presque ininterrompue (sauf dans la dernière période) ; d'un point de vue qualitatif, il s'est fortement tertiarisé tandis que le sous-emploi a gagné du terrain. La hausse de l'emploi n'a

pas été suffisante pour freiner le chômage. Ce dernier a été multiplié par quatre environ entre 1970 et le milieu des années 1980. Depuis, il oscille autour de 10 %. Ce chômage de masse masque en réalité de profondes inégalités : ce sont d'abord les femmes (bien que l'écart se resserre), les jeunes et les peu diplômés qui sont touchés par le chômage.

## DOSSIER 2

# Faut-il réduire les salaires pour lutter contre le chômage ?

### 1 Exercice : coût du travail et chômage

1. Il est moins cher d'embaucher quinze salariés. La cueillette manuelle revient à  $15 \times 70 = 1\,050$  € alors que la cueillette mécanique coûte 1 200 €. Dans son calcul, l'agriculteur doit prendre en compte toutes les dépenses occasionnées par l'embauche de travailleurs, c'est-à-dire le coût salarial total.

2. Le coût salarial passe de 70 € à 85 € soit une hausse de 21,4 %. Il est désormais moins cher de louer une machine. La cueillette manuelle revient à  $15 \times 85 = 1\,275$  € alors que la cueillette mécanique est toujours à 1 200 €.

3. Après la baisse des cotisations sociales, il est moins cher d'embaucher 15 salariés. La cueillette manuelle revient à  $75 \times 15 = 1\,125$  € alors que la cueillette mécanique reste à 1 200 €. À priori, la baisse des cotisations sociales paraît être une mesure efficace pour lutter contre le chômage.

4. La baisse des cotisations sociales va se traduire par une baisse des recettes de la Sécurité sociale et donc par une diminution des prestations sociales. Dès lors, le revenu disponible des ménages risque de baisser ainsi que leur consommation avec des effets négatifs sur la production et l'emploi.

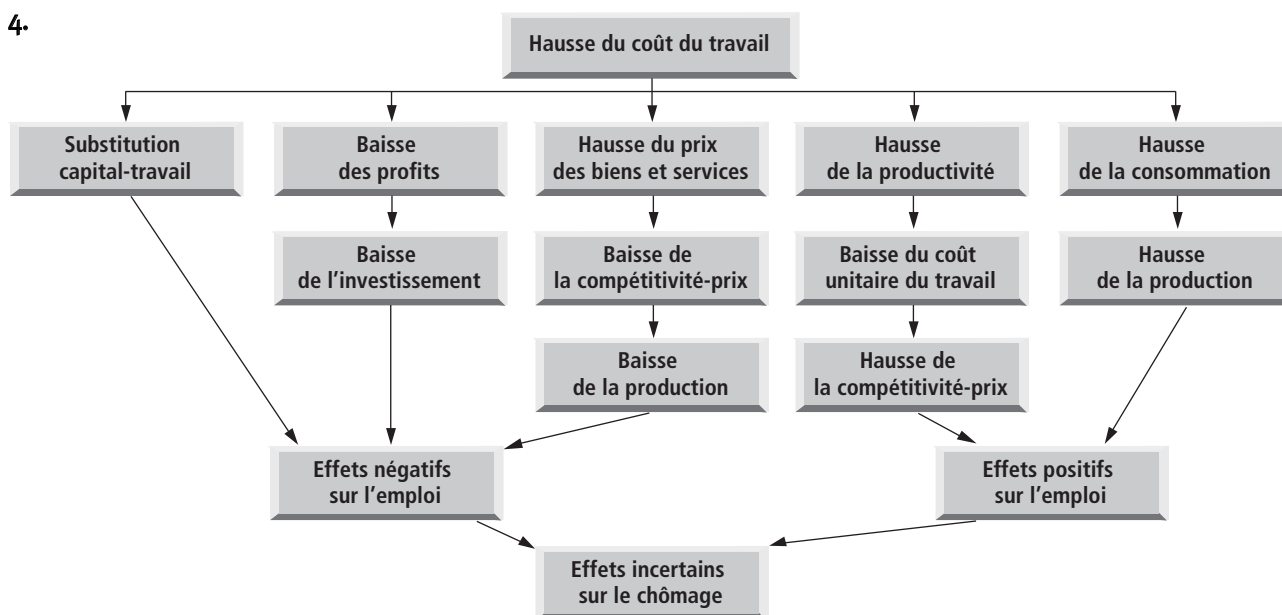
## Réponses aux questions

1. Un entrepreneur doit choisir la méthode de production la moins coûteuse. Une hausse du coût salarial peut rendre plus avantageux l'utilisation de machines plutôt que le recours à de la main-d'œuvre. La diminution de l'emploi, qui en découle, peut alors alimenter le chômage.

2. Si le salaire minimum se situe au-dessus du niveau de salaire qui permettrait d'embaucher tous les offreurs de travail, une partie de la population active connaîtra le chômage. (NB : il ne faut pas lire QT mais QE sur l'axe des abscisses du graphique 2.)

3. Si le coût du travail est suffisamment bas, il peut s'avérer plus rentable pour une entreprise d'embaucher des travailleurs plutôt que d'investir dans des équipements productifs.

4.



5. Le salaire n'est pas qu'un coût pour les entreprises, il représente aussi un revenu pour les travailleurs, lequel va leur permettre de consommer. Cette consommation ouvre des débouchés aux entreprises qui peuvent dès lors écouler leur production.

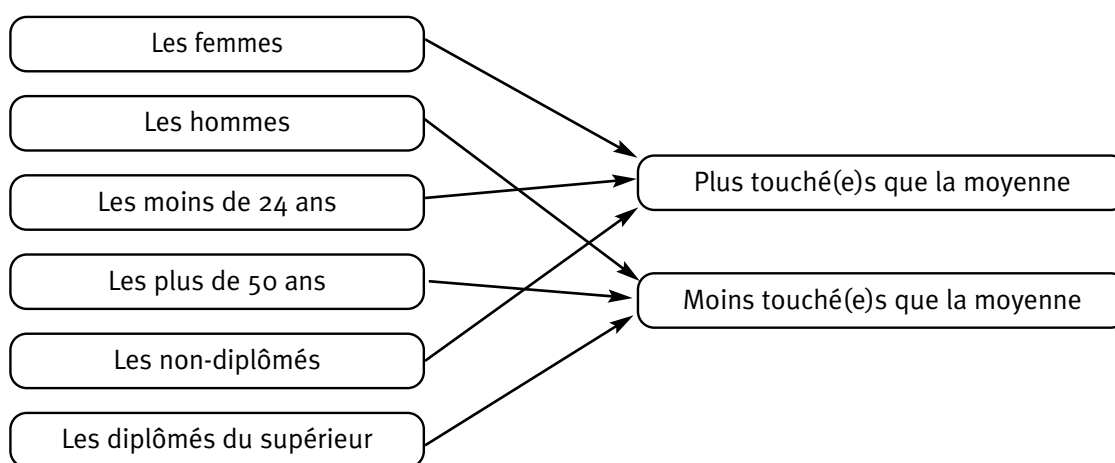
6. Une hausse des salaires a des effets incertains sur le chômage car, du point de vue de l'entrepreneur, une augmentation du coût du travail peut réduire sa compétitivité-prix et favoriser la substitution capital – travail, ce qui agit négativement sur l'emploi et le chômage. Mais, au niveau de l'ensemble de l'économie, une hausse des salaires permet de stimuler la consommation, donc la production et le besoin d'emploi des entreprises. Le résultat sur l'évolution du chômage n'est donc pas prévisible à l'avance.

# ÉVALUER SES ACQUIS

## 1 Évolution de la structure de l'emploi en France entre 1975 et 2010

	Progression	Diminution
Emploi industriel		x
Emploi temporaire	x	
Emploi dans les services	x	
Chômage	x	
Emploi agricole		x
Emploi total	x	
Emploi à temps partiel	x	

## 2 Caractéristiques socio-économiques du chômage en France



## Pour aller plus loin

Propositions	Avantages	Inconvénients
Abaisser le salaire minimum (SMIC) de 10 %	défavorise la substitution capital-travail	diminue la consommation
Réduire les cotisations sociales de 20 %	diminue le coût du travail	diminue les prestations sociales
Créer des emplois dans la fonction publique	augmente l'emploi	augmente les impôts
Favoriser la formation pour que les travailleurs deviennent plus efficaces	diminue le coût unitaire du travail	augmente le coût du travail à court terme
Attribuer une subvention aux entreprises qui emploient des jeunes travailleurs	diminue le coût du travail	augmente les dépenses de l'État
Verser une prime aux travailleurs pauvres pour compléter leur salaire	diminue le coût du travail	augmente les dépenses de l'État

# 5 Individus et cultures

L'origine sociale influence fortement la manière d'agir des individus. Guy de Maupassant décrit, dans *Aux champs*, certains aspects de la vie de deux familles de paysans contrastant fortement avec la façon de se comporter du couple de bourgeois qui leur rend visite, un peu comme on irait au « zoo ». Ces derniers ne les considèrent pas tout à fait comme des parents puisqu'ils proposent d'« emmener » leur petit garçon comme on repartirait avec un jeune chaton...

De son côté, le dessinateur Gotlib s'amuse des « certitudes » du professeur Itard qui sont, en réalité, en grande partie déterminées par son origine sociale. Il s'agit d'une caricature d'un cas réel d'« enfant sauvage », dont le médecin Jean Itard s'est occupé au début du XIX<sup>e</sup> siècle et sur lequel il a rédigé un mémoire (cf. document 1 page 102).

# 9 Comment devenons-nous des acteurs sociaux ?

## Page de sensibilisation

Un individu n'existe pas en dehors d'un contexte social. La société ou le groupe social dans lesquels il vit lui confèrent une identité, à travers, notamment, son statut et son rôle. Cela est visible dans les trois situations présentées (documents photographiques de sensibilisation) : en famille (relation parents – enfants), à l'école (relation professeur – élèves), dans une maison de retraite (relation personnes âgées – personnel soignant ou d'animation). Cette existence sociale de l'individu le « façonne » du début à la fin de sa vie ; rares sont les ermites.

### Pour commencer...

- ❶ La troisième scène présente un enfant qui apprend la façon (stéréotypée) dont il peut interpréter un rôle masculin et un rôle féminin : l'entretien de la voiture confié à l'homme, celui du linge à la femme. Cet apprentissage se fait par le jeu, l'imitation du rôle joué par les adultes.
- ❷ Dans la première scène l'enfant est censé apprendre à se conformer aux règles de vie fixées par le parent : boire du thé lui est interdit. Néanmoins, le caprice de l'enfant fait céder le parent. L'apprentissage, qui aurait dû et pu se faire, se serait effectué par injonction (ou inculcation) : un ordre donné explicitement.

③ Dans la deuxième scène l'enfant apprend à se comporter en fonction des réactions de son environnement : il dit « bonjour » conformément aux attentes de l'adulte, car il espère recevoir une récompense. Il s'agit alors d'un apprentissage par interaction : le comportement de l'adulte et celui de l'enfant interagissent.

④ L'intérêt de se conformer aux règles de la vie sociale est d'être intégré dans le groupe social ou la société, d'être reconnu comme l'un de ses membres.

⑤ Exemples d'autres scènes d'apprentissage de la vie en société mettant des enfants (ou des adultes) en situation : les scènes présentées par les photographies d'ouverture, les jeux entre enfants, la vie dans l'entreprise, la vie associative, etc.



## Les individus sont-ils déterminés par la société dans laquelle ils vivent ?

### 2 Exercice : de l'individu à l'acteur social

Normes		Valeurs
En famille	À l'école	
Ne pas couper la parole aux adultes	Dire bonjour au professeur	Politesse
Raconter la vérité à ses parents	Ne pas tricher	Honnêteté
Exécuter les ordres donnés par ses parents	Ne pas ranger ses affaires avant que le professeur ne l'autorise	Obéissance
Mettre la table	Faire ses devoirs	Travail
Ne pas laisser traîner son linge sale	Être à l'heure en cours	Respect

On pourra multiplier les réponses, en voici quelques exemples. Les élèves peuvent être amenés à distinguer des normes proscriptives et des normes prescriptives.

### Réponses aux questions

1. Le cas de cet « enfant sauvage » peut s'expliquer par l'absence d'apprentissage de la vie en société. Victor n'a pas pu apprendre à se comporter en être humain vivant en société. Cela pose la question de l'inné et de l'acquis. On se rend compte que, probablement, bon nombre de caractéristiques qui nous semblent relever de l'inné sont, en réalité, le produit de l'acquis.

Il a été prouvé que Victor n'a pas été abandonné nourrisson, mais âgé de quelques années, car il n'aurait pas pu survivre seul dans la nature avant un certain âge.

Le Docteur Itard ne parviendra pas à ce que Victor se comporte comme n'importe quel jeune de son âge, ce qui semble indiquer que lorsque certains apprentissages ne sont pas effectués avant un certain âge, ils ne peuvent plus être intégrés par l'individu (par exemple le langage).

D'autres exemples d'« enfants sauvages » ont existé dans l'histoire.

2. Ce qui a manqué à « l'enfant sauvage » pour être un acteur social, c'est avant tout une famille et, plus largement, un environnement social (groupe de pairs, école, etc.).

3. Des normes et des valeurs peuvent être diffusées par d'autres agents que la famille ou l'école : groupe de pairs, associations, entreprise, médias, etc.

4. L'acteur social est différent selon son genre car, pour une part, les normes et les valeurs sont différentes selon le genre de l'individu. Ce dernier apprend à endosser le rôle masculin ou féminin qui lui est dévolu.

5. La socialisation ne se déroule pas obligatoirement de façon consciente. Ainsi, au-delà d'un apprentissage, il s'agit d'une intériorisation qui échappe, pour partie, au contrôle des uns et des autres. Le problème de l'acquisition de la langue maternelle en est un exemple particulièrement manifeste.

6. En tant qu'acteur social, l'individu socialisé dispose de certaines marges de manœuvre, en raison de la tolérance de son groupe social ou de la société qui lui permettent d'interpréter son rôle social avec une certaine singularité. Ainsi, il n'est pas totalement déterminé ; la socialisation est un processus interactif.

## Quel rôle spécifique la famille et l'école jouent-elles ?

### Réponses aux questions

1. La réussite scolaire est fonction du milieu social et familial. D'une manière générale, la réussite est d'autant plus grande que la famille est instruite et que le milieu socioculturel est privilégié.

Le retard scolaire est d'autant plus fréquent que le diplôme du père est faible.

On note une surreprésentation des enfants issus de milieux socioculturels favorisés parmi les bacheliers (hors Bac professionnel). Cette surreprésentation est d'autant plus marquée lorsqu'il s'agit d'un baccalauréat « valorisé » (particulièrement le Bac S). À l'opposé, on peut évoquer le cas des enfants issus de milieux socioculturels défavorisés qui sont sous-représentés parmi les bacheliers, particulièrement parmi les baccalauréats les plus « valorisés ».

2. Pour l'essentiel, l'école est ouverte indistinctement à tous les élèves donc, dans une certaine mesure, elle s'est démocratisée. Cependant, en leur offrant le même enseignement, alors que, compte tenu de leur appartenance socioculturelle, ils ne disposent pas des mêmes atouts ou ne supportent pas les mêmes handicaps, l'école ne permet pas d'égaliser les chances de réussite. Les élèves issus de milieux socioculturels différents ne disposent pas, indépendamment de leur mérite personnel, des mêmes avantages pour réussir.

3. Les pratiques culturelles ne sont pas socialement indifférenciées. La lecture de livres, la visite de musées ou d'expositions, les sorties au théâtre, au concert ou au spectacle sont d'autant plus fréquentes que les individus appartiennent à des groupes socioprofessionnels favorisés. La discrimination par l'argent n'explique pas entièrement le phénomène ; on peut davantage mettre en avant l'effet de la socialisation différentielle.

4. Il apparaît que la grande majorité des personnes interrogées considère la famille comme très importante dans leur vie ; ce pourcentage s'accroissant encore durant les années 2000. D'autres réponses apparaissent, mais avec une moindre adhésion. La famille paraît indispensable du fait des nombreuses fonctions qu'elle cumule : reproduction (procréation), affection, socialisation, consommation, production, transmission du patrimoine, solidarité, etc.

5. Par son appartenance à sa famille, l'individu trouve une place dans la société, ce qui le met en lien avec elle. Ce lien ne provient pas uniquement de la transmission du patrimoine génétique de ses parents, il s'explique également par le droit et la socialisation.

6. L'école et la famille transmettent des normes et des valeurs à l'enfant qui, ainsi, devient un membre à part entière du groupe social (ou de la société) auxquels il appartient. Il montre, en étant socialisé, qu'il adhère aux principales normes et valeurs intégratrices ; le groupe social ou la société le reconnaissent alors.

## Comment les individus deviennent-ils des acteurs sociaux différents selon leur genre et leur milieu social ?

### Réponses aux questions

1. Les stéréotypes que véhiculent encore les jouets proposés aux enfants sont des modèles schématiques assez réducteurs, et aujourd'hui un peu dépassés, du rôle et du statut de chacun des deux genres :

- masculin (bricolage, construction, dans un univers au code couleur bleu) ;
- féminin (maternage, tâches ménagères, dans un univers au code couleur rose).

2. La socialisation différentielle inculque aux enfants des stéréotypes masculin et féminin dès leur plus jeune âge, en leur faisant acquérir et intérioriser des normes et des valeurs spécifiques à chaque genre. Les objets sexués comme les jouets incitent donc les enfants à endosser des rôles masculin ou féminin distincts.

Des qualités que la société juge masculines ou féminines permettent de distinguer les individus du sexe masculin de ceux du sexe féminin dès leur plus jeune âge. La socialisation différentielle selon le genre est le processus par lequel les normes et les valeurs que les agents de socialisation transmettent sont en partie différentes selon le sexe. Ainsi, il existe des valeurs qualifiées de féminines par la société (douceur, don de soi) qui sont différentes de celles réputées masculines (force, esprit de compétition). Des normes et des qualités différencient le genre féminin (se comporter avec réserve, aider les autres) et le genre masculin (être capable de se battre, se mettre en avant).

3. Le genre féminin, comme le genre masculin, est en grande partie acquis et non pas inné. Les propos de Simone de Beauvoir (écrivaine philosophe [1908-1986]) peuvent sembler datés (son livre a été publié en 1949). Probablement, la condition des hommes et des femmes a évolué. Cependant, l'évolution n'est pas radicale et, en dehors de changements à la marge, les stéréotypes masculin et féminin demeurent largement le produit d'une socialisation différentielle.

4. La socialisation dépend du milieu social en ce qu'il transmet des normes et des valeurs différentes, ne valorise pas les mêmes aptitudes ou comportements. Il s'agit donc d'une socialisation différentielle. Pour une part, l'individu résulte d'une trajectoire familiale, même s'il dispose d'une certaine marge de manœuvre.

5. Voici quelques exemples illustrant la différence de socialisation selon le milieu social :

- le niveau de langage utilisé,
- la capacité d'abstraction ou le sens du concret,
- la place, l'importance de l'école,
- le type de sport valorisé,
- les goûts comme le sens du « beau » ou de l'« esthétique ».

6. La famille ne se contente pas de transmettre un patrimoine matériel ; elle transmet également une culture, c'est-à-dire un ensemble de façons d'être et de se comporter qui diffère selon le milieu social. Pour une part, cette transmission s'effectue sans que cela ne soit exprimé explicitement.

## ÉVALUER SES ACQUIS

### 1 Par la socialisation, les individus deviennent des acteurs sociaux

La socialisation est un processus d'apprentissage et d'intériorisation de **normes** et de **valeurs**. La famille est **un des agents** de socialisation. L'individu **socialisé** adopte ainsi une conduite **conforme** aux attentes de la société.

D'autres agents de socialisation existent également, **parmi lesquels** l'école. L'école fonctionne selon un principe démocratique en assurant un même enseignement **à tous les élèves, quelle que soit** leur origine sociale et familiale. Cependant le milieu dont les élèves sont issus ne les prédispose pas également à la réussite scolaire : les enfants des milieux socioculturels **favorisés** disposant des codes culturels nécessaires à leurs apprentissages, réussissent souvent mieux. Cependant la socialisation **ne fait pas** peser sur les enfants un déterminisme absolu : la reproduction sociale **n'est que relative**. Chaque individu est diversement socialisé selon sa trajectoire et son environnement ; il **peut** faire ses propres choix.

La socialisation est différentielle car elle **ne transmet pas** les mêmes valeurs et les mêmes normes ; elle est **différente selon** le genre et le milieu social.

### Pour aller plus loin :

#### Premier temps

Voici quelques propositions, on peut admettre d'autres réponses.

	Normes	Valeurs
1	Respecter un code vestimentaire propre à son statut de professeur	La supériorité de l'adulte qui fait autorité
2	Exiger de ses élèves un certain type de comportement	Politesse
3	Tenir des propos chaleureux et polis	Estime
4	Apprendre les noms des élèves	Considération
5	Dresser un plan de classe propice à mettre place un climat studieux	Travail
6	Ne pas braquer les élèves et reconnaître l'importance de leur famille Se montrer soi-même impliqué	Respect
7	Interdire le port d'un couvre-chef en classe	Respect
8	Maintenir une relation de maître à élève	Travail et supériorité du professeur

## Deuxième temps

Il importe de considérer que plusieurs approches des propos tenus dans le texte sont possibles. On peut inviter les élèves à distinguer ce qui relève du comportement du professeur et ce qui relève de celui des élèves.

## Troisième temps

Il s'agit de désigner un ou deux animateurs du débat (deux animateurs donnent généralement plus de dynamisme et peuvent se mettre en confiance). On peut envisager qu'un secrétaire de séance prenne des notes afin de rédiger un compte-rendu.

On peut restreindre le champ du débat à la sphère scolaire, ou l'élargir à l'ensemble de la vie sociale.

L'organisation du débat peut être envisagée selon plusieurs modalités, compte tenu des élèves et du profil de la classe :

- Laisser les élèves s'exprimer sans consigne particulière ;
- Deux groupes présentant l'un ce qui relève des professeurs, l'autre ce qui relève des élèves ;
- Deux groupes recommandant l'un une position laxiste, l'autre une position rigide et sévère.

# chapitre 10 Comment expliquer les différences de pratiques culturelles ?

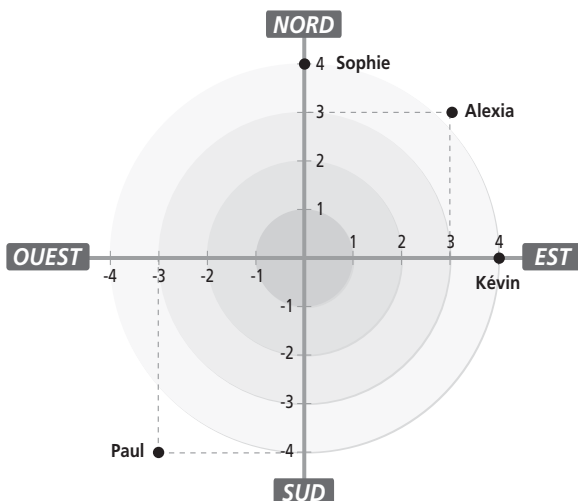
## Page de sensibilisation

Le goût pour les pratiques culturelles et les loisirs provient de l'apprentissage en famille (doc. 1), à l'école (doc. 2) ou entre amis (doc.3). C'est la socialisation, c'est-à-dire un processus qui permet à un groupe social de transmettre des valeurs et des normes et à un individu de se construire une personnalité qui va lui permettre d'agir en société.

### Pour commencer...

Les quatre premières questions correspondent à des pratiques culturelles dites « jeunes ».

Les quatre questions suivantes correspondent à des pratiques culturelles dites « savantes ».



Paul (-3 et -4) doit être une personne âgée issue d'un milieu populaire car il n'a pas de pratiques culturelles jeunes ni de pratiques culturelles légitimes.

Sophie (0 et 4) doit être issue d'un groupe social favorisé puisqu'elle répond « oui » aux 4 dernières questions.

Kévin (4 et 0) doit être un jeune issu d'un milieu populaire puisqu'il répond « oui » au 4 premières questions et « non » aux 4 dernières.

Alexia (3 et 3) doit être une jeune issue d'un milieu social favorisé puisqu'elle répond 3 fois « oui » au 4 premières questions et 3 fois « oui » aux 4 dernières.

Attention, ce ne sont que des suppositions car les pratiques culturelles ne sont jamais totalement déterminées par l'âge ou le groupe socioprofessionnel.



## 5 Exercice : la culture, facteur déterminant des pratiques culturelles

	Mode de transmission de la culture	Éléments culturels	Pratique culturelle à l'âge adulte
Antoine	enfant, ses parents l'ont emmené au théâtre	pense que le théâtre aide à comprendre les relations humaines	fréquente les théâtres
Béatrice	ses parents jouaient en amateur de la musique classique	estime que la musique classique est plus raffinée et complexe que la musique de variétés	à la retraite, elle a pris un abonnement à l'opéra de Lyon
Christian	son maître d'école, en primaire, a fait faire à ses élèves une série de visites axées sur la conservation du patrimoine	pense qu'un peuple sans mémoire ne peut pas avoir d'avenir	emmène ses enfants au musée
Damien	adolescent, un groupe d'amis lui a fait découvrir les jeux vidéo	pense que les jeux vidéo lui « vident bien la tête »	joue aux jeux vidéo quand il rentre de son travail
Éléonore	a découvert le jazz grâce à une collègue de bureau	trouve qu'il y a dans le jazz une inventivité qui n'existe pas dans la musique classique	assiste à des festivals de jazz

### Réponses aux questions

1. Aller au théâtre, au cinéma, au musée, dans une fête foraine, lire des livres, écouter de la musique, écouter la radio, regarder la télévision, ... sont des pratiques culturelles. Les pratiques culturelles sont un mélange d'enrichissement intellectuel et de divertissement. Il est souvent difficile de faire la distinction entre les deux. Ainsi, une pièce de théâtre classique est à la fois un enrichissement intellectuel et un divertissement. Puisque l'on ne peut pas faire une distinction précise entre toutes ces pratiques, elles sont toutes regroupées dans la rubrique « pratiques culturelles ».

2. Dans presque tous les domaines, les pratiques culturelles des cadres sont plus intenses que celles des ouvriers. Ainsi, 54 % des cadres ont lu plus de 10 livres en un an contre 17 % des ouvriers. Les ouvriers surpassent les cadres dans deux activités : la télévision et les fêtes foraines. 94 % des ouvriers regardent la télévision chaque jour ou presque tandis que 77 % des cadres sont dans cette situation.

Ces chiffres sont cependant un peu frustrés. En effet, ils ne nous disent pas ce que lisent les cadres ou les ouvriers, des essais, des romans d'amours, des guides de vacances ?

3. Olivier est doublement original. D'une part, il fait partie de la faible minorité d'ouvriers qui aime le théâtre. Il n'y a que 9 % des ouvriers à être allé au théâtre au cours des 12 derniers mois. Il n'est donc aucunement représentatif des ouvriers. D'autre part, il n'est pas un amateur de théâtre classique. Il a des goûts populaires. Il est à la fois à la marge du groupe des ouvriers et à celle des amateurs de théâtre. Cet exemple est donné par Lahire pour critiquer le concept « d'habitus de classe » mais cette situation est trop exceptionnelle pour remettre en question l'opposition idéal-typique entre la bourgeoisie culturelle et les classes populaires.

4. Les ouvriers sont, en moyenne, mieux payés que les employés puisqu'ils sont payés 1464 euros en moyenne par mois contre 1393 euros pour les employés. Cependant, les ouvriers ont des pratiques culturelles légitimes moins intenses que celles des employés. Ainsi, 17 % des ouvriers ont lu plus de 10 livres en un an contre 27 % des employés. Cela s'explique par le fait que le salaire n'est pas le seul déterminant des pratiques culturelles.

5. La culture est l'ensemble des connaissances, des croyances, des goûts ... qui permettent à un individu de communiquer et d'agir avec les autres. La culture est partagée par un groupe social et transmise par ce groupe à ses nouveaux membres.

La société française a une culture qui la distingue plus ou moins des autres sociétés et, à l'intérieur de la société française, il existe des groupes sociaux qui ont en commun des valeurs et des normes spécifiques. Certaines de ces valeurs et de ces normes concernent les pratiques culturelles. Tous les groupes sociaux n'ont pas le même rapport aux pratiques culturelles et ne transmettent pas les mêmes goûts dans ce domaine.

6. La culture est le principal facteur qui explique les pratiques culturelles. On pourrait croire que les inégalités de revenus expliquent les inégalités de pratiques culturelles. Cela pourrait être illustré par l'opposition cadres/ouvriers, les cadres gagnant 2,7 fois plus que les ouvriers et lisant 3,2 fois plus de livres. Il est évident que le goût des ouvriers pour la télévision s'explique par le faible coût de cette pratique culturelle. Mais cette explication n'est plus opérante pour expliquer les inégalités de lecture entre les employés et les ouvriers (voir réponse 5). Il faut donc faire intervenir un facteur essentiel : la culture propre à chaque groupe social. Les cadres cherchent à se distinguer des milieux populaires. Longtemps, cela s'est fait par la valorisation des pratiques culturelles légitimes (voir Bourdieu, 1979). Mais depuis les années 1980, ce schéma a été compliqué par la volonté de démocratiser la culture et le refus de délégitimer les pratiques populaires. On a assisté à une montée de l'éclectisme chez les cadres. Ceux-ci ont, en particulier, diversifié leurs goûts musicaux. D'où l'apparition d'un nouveau modèle qualifié « d'omnivore/univore ». Les classes dominantes auraient des goûts diversifiés, empiétant sur les goûts populaires, tandis que les classes populaires resteraient cantonnées à des pratiques traditionnellement populaires (les fêtes foraines) ou issus des industries de masse (les films hollywoodiens). Ce nouveau modèle ne remet pas en cause la volonté de distinction des cadres. Les pratiques culturelles peuvent enfin être influencées par les conditions de vie et de travail. Le travail posté des ouvriers ne favorise pas l'accès à la culture théâtrale.



## La culture de masse efface-t-elle les différences de pratiques culturelles ?

### Réponses aux questions

1. La culture de masse est la culture véhiculée par les industries culturelles audio-visuelles (télévision, cinéma, radio...). Elle transmet une culture hédoniste (centrée sur le plaisir) et s'adresse au plus grand nombre. Cette culture de masse est apparue entre les deux guerres et s'est développée après 1945. Elle s'est d'abord développée aux États-Unis. Elle est issue d'une industrie qui produit en masse des biens culturels identiques. C'est une industrie qui vise à divertir et qui s'adresse au plus grand nombre afin de réaliser des économies d'échelles. À partir des années 1960, cette industrie a opéré une plus grande segmentation de son marché. Elle a offert des produits différents pour les différentes classes d'âge.

2. Puisque la culture de masse s'adresse à tous les membres d'une société sans distinction de classes sociales, elle aurait pu uniformiser la culture et les pratiques culturelles. La télévision française, jusque dans les années 1970, a proposé à tous les téléspectateurs des programmes qualifiés « de qualité ». On pouvait espérer une uniformisation des pratiques culturelles. En fait, les téléspectateurs opèrent un tri parmi ce qui leur est proposé et lisent différemment les œuvres en fonction de leur culture d'origine. Depuis les années 1980, il y a une segmentation de plus en plus forte de la culture de masse. La multiplication des chaînes de télévision (avec les chaînes thématiques), puis l'Internet, permettent aux consommateurs de choisir un programme « à la carte ». Au sens strict, il n'y a plus de culture de masse. D'ailleurs, ce concept, très en vogue dans les années 1960, ne l'est plus beaucoup aujourd'hui. Certains sociologues préfèrent parler de « culture de l'écran ».

3. La culture de masse n'a pas supprimé les inégalités entre groupes socioprofessionnels. Ainsi, les ouvriers vont un tout petit peu plus au théâtre (9% en 2008 contre 6% en 1997) mais un tout petit moins aux concerts de musiques classiques (1% contre 3%). Ce qui est frappant, c'est la stabilité de ces inégalités dans le temps : les pratiques culturelles des cadres sont plus intenses que celles des ouvriers. On retrouve cela dans toutes les enquêtes menées en France depuis les années 1960.

4. La culture de masse a ajouté des inégalités générationnelles puisque les différentes générations n'ont pas le même accès aux outils technologiques qui sont les vecteurs de cette culture. La nouveauté de ces dernières décennies est l'irruption d'Internet. Les jeunes font plus que les adultes un usage récréatif de l'ordinateur : ils y regardent des films alors que les adultes ne les regardent pratiquement que sur leur télévision ou, pour les cadres, au cinéma. Les jeunes écoutent plus de musiques que les personnes plus âgées (ils sont 70% à écouter de la musique chaque jour), mais ils l'écoutent sur des MP3. Les personnes plus âgées écoutent moins de musique mais vont plus souvent écouter des concerts de musique classique.

5. Premièrement, la culture de masse n'a pas réduit les inégalités de classes. Toutes les enquêtes montrent une opposition entre les cadres et les ouvriers. La principale nouveauté, depuis les années 1980, étant une montée de l'éclectisme chez les cadres.

Deuxièmement, la culture de masse est à l'origine d'inégalités intergénérationnelles, comme nous venons de le voir : les jeunes ont plus fréquemment accès à des MP3 ou des ordinateurs, ils écoutent plus de musique, regardent plus de films sur Internet et moins à la télévision. Enfin, ils lisent moins que les adultes.

## 1 Les inégalités de pratiques culturelles

	Vrai	Faux
Les cadres lisent généralement plus que les ouvriers	X	
Les lycéens et étudiants lisent généralement plus que les cadres		X
Il y a deux fois plus d'employés que d'ouvriers qui lisent des livres	X	
Les cadres sont ceux qui regardent le moins la télévision		X
Plus on est jeune et plus on regarde la télévision		X

## 2 Pratiques culturelles et revenu

Le revenu influence les pratiques culturelles puisque :

- En moyenne, un cadre gagne 2,7 fois plus qu'un ouvrier.
- Il y a 2,6 fois plus de cadres lecteurs de livres que d'ouvriers qui lisent des livres.

Les pratiques culturelles dépendent d'un autre facteur que le revenu puisque :

- Un employé gagne 5 % de moins d'un ouvrier.
- Il y a deux fois plus d'employés qui lisent des livres que d'ouvriers lecteurs de livres.

## 3 La culture

La bonne définition est la b : « Connaissances implicites et explicites relatives à un mode de vie qui sont communes aux membres d'un groupe social. »

## 4 La culture de masse

Correspond parmi les propositions à : regarder une émission de variété à la télévision, écouter une radio « grand public », aller voir un film américain d'action au cinéma.

## Pour aller plus loin

### Internet a-t-il modifié les pratiques culturelles ?

1. Internet n'a pas réduit les inégalités entre groupes socioprofessionnels.

Il y a une inégalité d'accès à internet entre groupes socioprofessionnels. Les salariés qualifiés utilisent plus fréquemment internet que les salariés non qualifiés. Les inégalités entre groupes socioprofessionnels n'ont pas évolué. Toutes les enquêtes menées en France montrent une grande stabilité dans les inégalités de pratiques culturelles entre groupes socioprofessionnels.

2. Internet a modifié les pratiques culturelles des jeunes.

Les inégalités entre générations ont progressé. Depuis les années 1960, on a une segmentation de l'offre culturelle en fonction des classes d'âge. Les jeunes sont un public privilégié pour les industries de divertissement qui sont classées parmi les industries culturelles. Des musiques et des films leurs sont destinés ainsi que nombreux sites sur Internet.

Les jeunes sont d'ailleurs, en moyenne, de gros utilisateurs d'Internet. Chez les internautes modérés, il y a déplacement de certaines pratiques culturelles sans réduction des pratiques. Exemple : les films sont regardés sur l'ordinateur et non plus au cinéma ou à la télévision. Les autres pratiques culturelles (comme la lecture) sont maintenues mais le temps de sommeil est réduit au profit de l'utilisation de l'ordinateur.

Chez les internautes dont la pratique est intensive, il y a une diminution des pratiques culturelles car ils n'ont plus de temps suffisant pour faire autre chose que de regarder des films sur ordinateur, de jouer à des jeux vidéo ou, tout simplement, de communiquer avec d'autres internautes.

# Fiches méthode

Méthode

## 1 Lecture et analyse de texte

### Application

#### Situer le texte

- La *source* : l'auteur, Jean-Paul BETBEZE est un économiste.

#### Lire une première fois le texte :

Jean-Paul BETBEZE explique que c'est le désir de paix qui est à l'origine de la construction de l'Europe.

#### Lire le texte de façon approfondie :

- *Tarifs douanier* : Taxes sur les produits importés qui ont pour effet de réduire les échanges entre pays.  
*Concurrence* : liberté de produire, d'acheter et de vendre.
- Jean-Paul BETBEZE explique que la guerre entre les pays d'Europe freinait leur croissance ; grâce au désir de paix, l'Europe s'est construite et cela favorise la concurrence et la croissance.

#### Analyse du texte

Trouver l'idée générale du texte : Le désir de paix est à l'origine de la construction de l'Europe et de la mise en place de conditions économiques favorables.

Analyser de façon plus approfondie le texte :

La guerre et les tensions en Europe, en réduisant les investissements, les échanges, l'esprit d'initiative, étaient défavorables à la croissance économique et au développement social.

La construction de l'Union européenne s'est réalisée en raison d'un désir de paix des nations.

La construction européenne a permis de mettre en place des conditions favorables à la croissance et au développement.

Au final, on peut observer un cercle vertueux entre la paix, la construction européenne et la croissance économique.

Méthode

## 2 Proportions et pourcentages de répartition

### Application

1. Le pourcentage des élèves qui suivent l'EDE SES est de 65,7.
2. Le nombre d'élèves qui étudient le latin est de 14.
3. Le lycée compte 875 élèves.

4.

	1968	1982	2006
Nombre de couples sans enfant (en millions)	3,3	<b>4,6</b>	7,1
% des couples sans enfant dans l'ensemble des ménages	<b>20,9</b>	23,3	26,8
Nombre total de ménages (en millions)	15,8	19,6	<b>26,5</b>

## 3 Moyenne arithmétique simple et pondérée, médiane

### Application

#### Exercice 1 :

La note moyenne est de 11,3 et la note médiane est de 12.

#### Exercice 2 :

Le salaire moyen est 1 764 euros et le salaire médian est de 1 800 euros. Les disparités de salaires sont plus importantes vers le haut que vers le bas de l'échelle des salaires.

#### Exercice 3 :

1. La moyenne est 1,8 enfant par famille et la médiane est 2. La médiane correspond donc à une vraie valeur alors que la moyenne n'a pas de sens concret direct.

2. La nouvelle moyenne est de 2 191 euros et le salaire médian est toujours de 1 800 euros. On vérifie donc que la moyenne est plus sensible que la médiane aux valeurs extrêmes.

3. Il suffit d'effectuer la moyenne des moyennes. La nouvelle moyenne est de 1,9 enfant. On vérifie donc que la formule de la moyenne permet de calculer facilement la moyenne d'un mélange.

## 4 Élasticité prix et élasticité revenu

### Application

#### 1. Élasticités de la demande par rapport au prix :

Élasticité du produit A : -60. L'élasticité est particulièrement forte. Il s'agit d'un bien de luxe ou d'un bien très fortement substituable.

Élasticité du produit B : -0,008. L'élasticité est particulièrement faible. Il s'agit d'un bien de première nécessité très peu substituable.

Élasticité du produit C : -0,1. L'élasticité est faible. Il s'agit certainement d'un bien de première nécessité.

#### 2. Élasticités de la demande par rapport au revenu

Pain	-0,5
Œufs	-0,45
Fromage	0,28
Vins courants	-2
Vins AOC	-0,47

Tous ces produits sont des produits alimentaires. Ils ont tous une élasticité négative et sont des « produits inférieurs » (même le vin AOC) sauf le fromage qui a une faible élasticité.

## 5 Lecture de tableaux à double entrée

### Application

#### Exercice 1 :

1. Le tableau porte sur l'évolution du nombre de familles selon leur nombre d'enfants.

2. Les données proviennent de l'Insee.

3. L'unité utilisée est le nombre de familles (en milliers).

4. Colonnes : familles selon leur nombre d'enfants ; lignes : dates.

5. La tendance principale est l'augmentation du nombre de familles sans enfant, ou avec un ou deux enfants, et la baisse du nombre de familles nombreuses.

6. La lecture du reste du tableau : on remarque qu'entre 1962 et 2006, le nombre de familles avec moins de trois enfants augmente systématiquement alors que le nombre de familles avec quatre enfants ou plus diminue systématiquement. L'évolution du nombre de familles avec trois enfants est particulière, on observe une augmentation entre 1962 et 1990, puis une diminution ensuite.

## Exercice 2 :

1. Le tableau porte sur l'espérance de vie à la naissance et sur le taux de mortalité infantile.
2. Les données proviennent de l'Insee.
3. Les unités utilisées sont l'année pour l'espérance de vie et le « pour mille » pour le taux de mortalité infantile.
4. Colonnes : espérance de vie et taux de mortalité ; lignes : dates.
5. L'espérance de vie à la naissance augmente année après année et le taux de mortalité infantile diminue.
6. La lecture du reste du tableau : l'espérance de vie à la naissance est plus forte chez les femmes que chez les hommes et l'écart (6 à 7 ans) se maintient durant toute la période. La plus forte augmentation de l'espérance de vie et la plus forte diminution du taux de mortalité infantile se situe en début de période : entre 1950 et 1960.

# 6 Lecture de diagrammes de répartition et de séries chronologiques

## Application

- Le graphique porte sur l'évolution du salaire minimum et du salaire moyen nets annuels entre 1950 et 2005.
- Il est bâti à partir de données de l'Insee.
- Il s'agit d'indices base 100 en 1951 en euros constants.
- Entre 1951 et 2005, le salaire net moyen comme le salaire minimum (pour 39 heures de travail en fin de période) ont enregistré la même augmentation : ils ont été multipliés par 3,5.
- Le salaire moyen net augmente fortement entre 1950 et 1976, puis moins fortement ensuite ; quand au salaire minimum, il stagne entre 1955 et 1967, puis augmente ensuite assez fortement. L'augmentation globale du salaire minimum est moins importante, si l'on considère (après 2000) le salaire minimum pour 35 heures (et non pour 39 heures),

# 7 Les mesures des variations (coefficient multiplicateur, taux de variation, indice simple)

## Application

### Exercice 1

Valeur initiale	Coefficient multiplicateur	Taux de variation	Valeur finale
10	2,0	100	200
10	1,1	10	11
10	0,5	-50	5
10	1,2	20	12
10	0,9	-10	9
10	2,0	100	200
20	0,5	-50	10
6,67	1,5	50	10
33,33	0,3	-70	10

## Exercice 2

a) Évolution du nombre des chômeurs en France (en indice) :

1990	1995	2000	2010
100	128,6	114,9	118,2

b) L'indice du nombre de chômeur en 2010, base 100 en 1995, est de 91,9.

c) Le taux de variation du chômage est de 18,2 % entre 1990 et 2010 et de - 8,1 % entre 1995 et 2010.

## Exercice 3

Le produit coûte 56,14 euros en 2007.