|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Académie d'AMIENS Baccalauréat ES - Session 2014** | **Epreuve orale de Sciences économiques et sociales (Enseignement de spécialité « ECONOMIE APPROFONDIE » : coefficient 9** | **N° du sujet : 14c9-1-21-3** |
| Durée de la préparation : 30 minutes | **Le candidat s’appuiera sur les 2 documents pour répondre à la question principale.****Les questions complémentaires 2 et 3 porteront sur l’enseignement de spécialité** | Durée de l'interrogation : 20 minutes |
| **Thème de la question principale : Quels sont les fondements du commerce international et de l'internationalisation de la production ?** |
| **Question principale (sur 10 points) : Quels sont les déterminants des stratégies d’internationalisation de la production des firmes multinationales ?** |
| **Questions complémentaires (sur 10 points) :** |
| 1) Comment le coût salarial a-t-il évolué dans l’ensemble des économies émergentes entre 1990 et 2012.  (4 points) |
| 2) Comment des barrières à l’entrée permettent-elles à des entreprises d’avoir un pouvoir de marché ?  (3 points) |
| 3) Quelles sont les différences entre un système de retraite par répartition et un système de retraite par capitalisation? (3 points) |

DOCUMENT 1

DOCUMENT 2

« Les firmes s'internationalisent selon deux logiques : soit accéder à un marché, soit produire plus efficacement. Dans le premier cas [stratégie de marché], les entreprises investissent dans les pays où les consommateurs ont de quoi payer (les pays développés) ou dans ceux dont le développement est prometteur (pays émergents). […] Dans le second cas [stratégie de rationalisation], les entreprises cherchent à profiter des avantages comparatifs des différentes régions du monde en installant les segments de leur chaîne de valeur ajoutée dans les territoires où ils peuvent être le mieux produits de manière compétitive (les chaussures et produits textiles de l'entreprise américaine Nike sont ainsi produits dans environ 700 usines réparties dans plus de 50 pays, situées à plus de 80 % en Asie). La Chine est ainsi considérée par les multinationales comme un territoire particulièrement attractif: avec 8 % des IDE reçus en 2005, elle est le deuxième pays au monde à en bénéficier après les États-Unis.

 « […] Nous avons compris que l’avantage en matière de salaires était minimal, même dans les usines chinoises du Guangdong, dès lors qu'on prenait en considération les frais indirects. […] Fabriquer deux verres coûte 2,63 dollars à Fuling, en Chine ; 2,49 dollars à Waterford, en Irlande; 1,20 dollar en Italie, avec le même équipement. La différence tient essentiellement au gâchis de matériaux précieux. Les économies réalisées grâce à la centralisation en Italie sont telles, et les verres fabriqués en Chine sont si souvent défectueux, que cela annule les gains réalisés sur les salaires. »

Source : Christian Chavagneux, « Les acteurs de la mondialisation », in Les enjeux de la mondialisation, © Éditions La Découverte, 2007, www.editionsladecouverte.fr.

Suzanne Berger, Mode in monde, les nouvelles frontières de l'économie mondiale, Seuil, 2006.