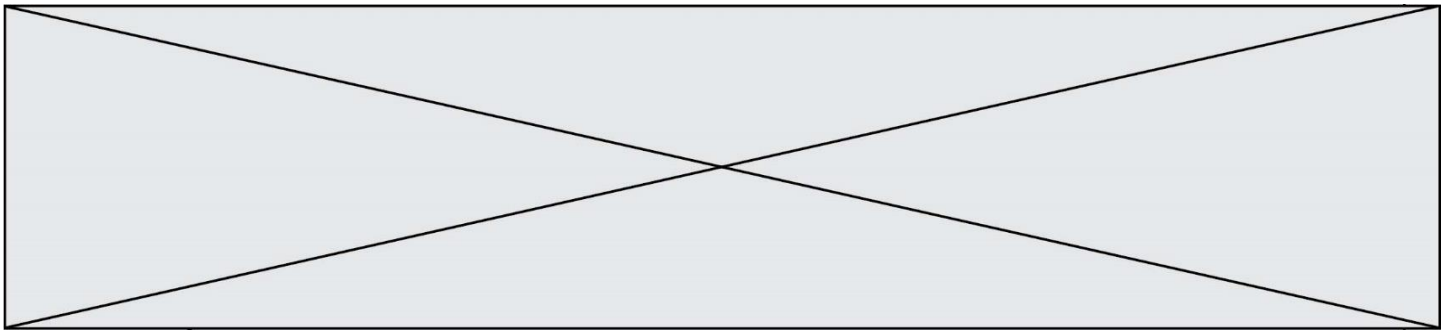




**Première partie : Mobilisation de connaissances et traitement de l'information
(10 points)**

Document : Le marché du café (exemple fictif)

Voici les offres et les demandes en fonction du prix sur ce marché (en dollars).

Prix de la tonne de café	Offre de café	Demande de café
1 000	2 000	8 000
1 500	3 000	7 500
2 000	4 000	7 000
2 500	5 000	6 500
3 000	6 000	6 000
3 500	7 000	5 500
4 000	8 000	5 000

Questions :

1. En quoi le marché est-il une institution ? (4 points)
2. Représentez graphiquement l'offre et la demande du marché du café en utilisant la feuille quadrillée en annexe et déterminez l'équilibre de ce marché (3 points)
3. Représentez graphiquement la conséquence de la mise en œuvre d'une taxe forfaitaire de 500 dollars la tonne supportée par les consommateurs. Qu'en déduisez-vous ? (3 points)

Modèle CCYC : ©DNE

Nom de famille (naissance) :

(Suivi s'il y a lieu, du nom d'usage)

Prénom(s) :

N° candidat : N° d'inscription :

(Les numéros figurent sur la convocation.)

Né(e) le :

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

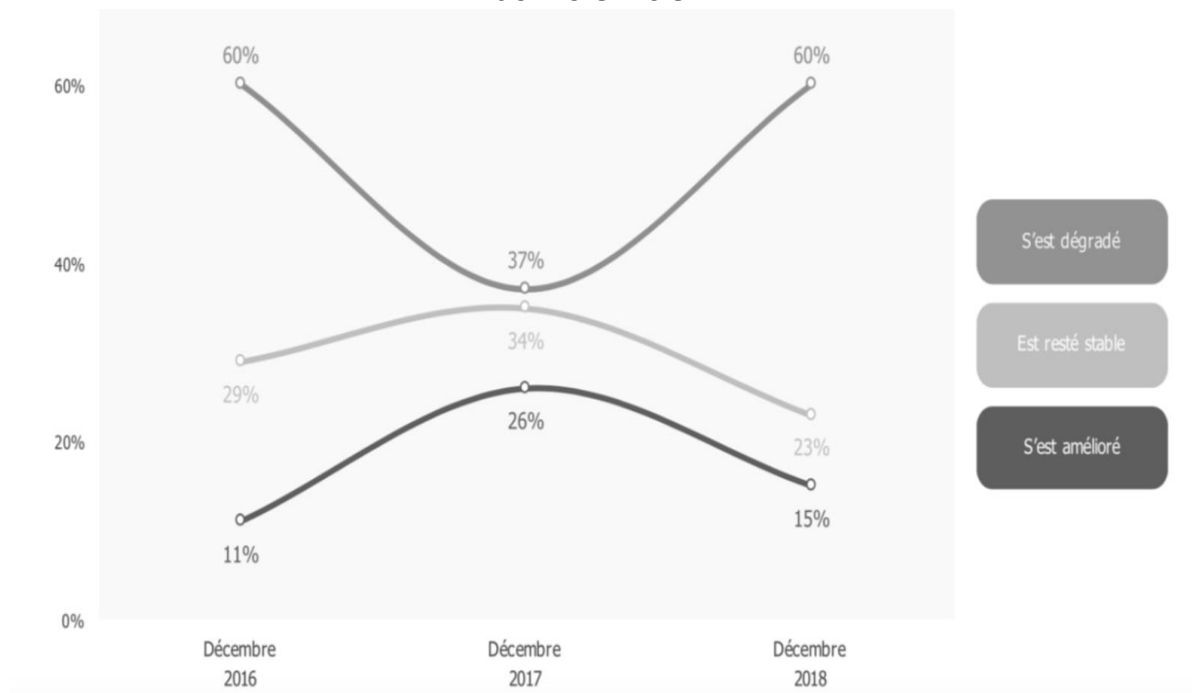
1.1

Seconde partie : Raisonnement appuyé sur un dossier documentaire (10 points)

Sujet : À l'aide du dossier documentaire et de vos connaissances, vous montrerez comment les sondages d'opinion modifient l'exercice de la démocratie.

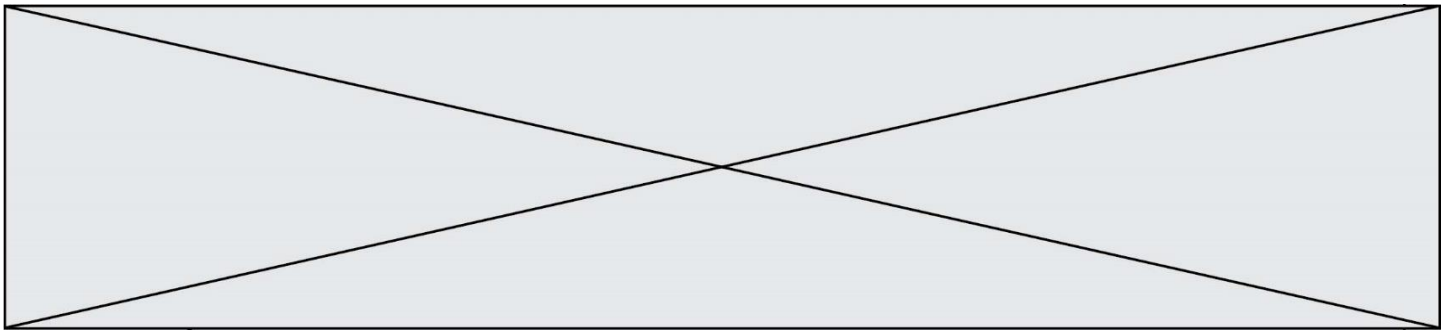
Document 1: La perception de l'évolution de la situation économique de la France

Diriez-vous que l'état de l'économie en France s'est beaucoup amélioré, un peu amélioré, est resté stable, s'est un peu dégradé ou beaucoup dégradé au cours des derniers mois ?



Champ: enquête auprès de 2116 individus de nationalité française.

Source: OpinionWay et Science Po, *Baromètre de la confiance politique*, Janvier 2019.



Document 2:

Depuis 1981, le nombre de sondages consacrés à l'élection présidentielle n'a cessé d'augmenter. Passant d'une centaine à plus de 500 en quarante ans. La Commission des sondages en compte 409 pour la présidentielle de 2012, 560 pour celle de 2017 – année record – et 467 en 2022. Cette légère baisse pour la dernière présidentielle¹ s'explique par l'absence de primaires ouvertes, et l'impossibilité pour les instituts d'avoir accès aux fichiers des partis. [...] L'inflation sondagière serait donc à lire comme un signe de bonne santé démocratique. Pour autant, elle est aussi l'un des effets des bouleversements qui ont ébranlé le système politique ces dernières années. Brice Teinturier, directeur général délégué d'Ipsos, identifie quatre causes principales à l'augmentation des enquêtes d'opinion. Tout d'abord, une transformation économique, avec une fragmentation du nombre d'instituts et de médias, corrélée à une baisse du coût des enquêtes en raison de la révolution numérique. La crise des organisations partisanes, et l'affaiblissement du rôle des partis politiques dans la sélection d'un candidat à la présidentielle, confère indirectement au sondage un pouvoir de légitimation. À cela s'ajoutent une mobilité électorale grandissante et une désaffiliation partisane : « Il y a des incertitudes, et quand il y a de l'incertitude, il y a aussi un besoin de mesure et d'objectivation », explique Brice Teinturier. Dernier point : la pression médiatique et le besoin de construire la narration de la campagne.

1 – Présidentielle française de 2022

Source : Romain David avec Yann Haefele, <https://www.publicsenat.fr/> 17 octobre 2022

