

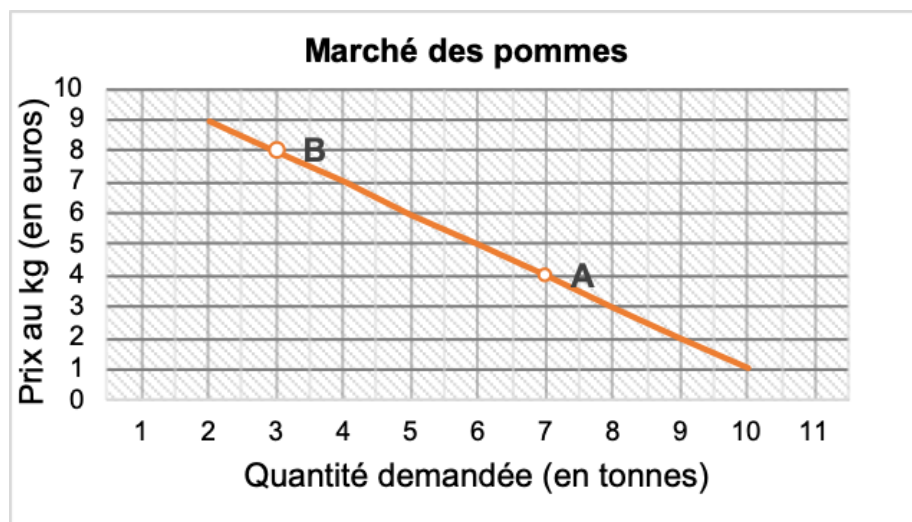




**Première partie : Mobilisation de connaissances et traitement de l'information (10 points)**

Document :

Sur le marché français des pommes, la courbe de demande a les caractéristiques suivantes (exemple fictif où nous supposons que le marché est concurrentiel) :




**Questions :**

1. Comment se détermine l'équilibre sur un marché de type concurrentiel ? (3 points)
2. A partir des données suivantes, construisez la courbe d'offre sur le graphique en annexe et déterminez l'équilibre sur le marché des pommes. (3 points)

Prix (en euros)	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Quantité offerte (en tonnes)	2	3	4	5	6	7	8	9	10

3. Une étude a montré que la consommation de pommes était bonne pour la santé, les consommateurs augmentent donc leur demande de pommes d'une tonne pour chaque niveau de prix. Représentez graphiquement la nouvelle courbe de demande de pommes en utilisant le graphique en annexe et précisez quels sont les effets sur l'équilibre du marché. (4 points)

Modèle CCYC : ©DNE																				
Nom de famille (naissance) : <small>(Suivi s'il y a lieu, du nom d'usage)</small>																				
Prénom(s) :																				
N° candidat :											N° d'inscription :									
 Liberté • Égalité • Fraternité RÉPUBLIQUE FRANÇAISE											(Les numéros figurent sur la convocation.)									
Né(e) le :			/			/														

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 que les nouvelles sociabilités numériques contribuent au lien social.

Document 1 :

Comment les jeunes utilisent-ils les réseaux sociaux ?

Entre 3 et 5 heures par jour : voici le temps passé sur les réseaux sociaux par 45 % des jeunes âgés de 16 à 25 ans (+5 % par rapport à l'an dernier). 18 % des sondés indiquent passer plus de 5 heures par jour sur les plateformes sociales (+6 % vs 2022), et seuls 9 % y passent moins d'une heure par jour.

Des statistiques en hausse, qui démontrent l'importance toute particulière des plateformes sociales dans le quotidien des plus jeunes. Mais, concrètement, comment cela se traduit-il ? La Gen Z utilise les réseaux sociaux :

- **Pour se divertir** : 78 % des jeunes utilisent les réseaux sociaux pour discuter avec leurs amis, 61 % pour passer le temps, 51 % pour se détendre, et 10 % pour jouer.
- **Pour s'informer** : 60 % des sondés suivent l'actualité via les réseaux sociaux, 40 % y trouvent des informations utiles, 10 % participent à des débats sur des sujets importants. Les plateformes les plus utilisées pour s'informer sont Instagram (54 %), YouTube (41 %) et Twitter (34 %).
- **Pour travailler** : 26 % des 16-25 ans utilisent les réseaux sociaux dans le cadre de leur travail ou pour postuler à des offres d'emploi.
- **Pour d'autres raisons** : 27 % des jeunes sont actifs sur les plateformes pour suivre leurs idoles ou des influenceurs, 10 % pour « stalker » les autres et 5 % pour gagner des followers.

Source : Étude : comment la Gen Z utilise les réseaux sociaux en 2023, [www.blogdumoderateur.com/etude-generation-z-reseaux-sociaux-2023/](http://www.blogdumoderateur.com/etude-generation-z-reseaux-sociaux-2023/)



## Document 2 :

En 2014, près d'un Français sur deux est inscrit sur un réseau social en ligne. Restés longtemps l'apanage<sup>1</sup> des jeunes et des catégories aisées, les réseaux sociaux sont aujourd'hui investis par les catégories modestes et les séniors. Ces nouveaux utilisateurs n'hésitent pas à poster des contributions et sont plus nombreux que les autres à faire figurer dans leur carnet d'adresse digital de nouvelles personnes, qu'elles n'ont jamais rencontré « dans la vie réelle ».

Les catégories aisées, quant à elles, utilisent davantage les réseaux sociaux pour y puiser des contenus et consolider des « liens faibles<sup>2</sup> » en réactivant des relations avec des personnes perdues de vue depuis longtemps ou éloignées géographiquement. L'exposition de soi est la principale technique de communication sur ces nouveaux médias. Les tentations d'enjoliver la réalité se heurtent à un souci de cohérence dans le temps et au fait qu'une bonne partie des amis de toujours et des proches figurent également parmi les « contacts » ou les « amis numériques ». En définitive, les réseaux sociaux en ligne renouvellent les formes de sociabilité et favorisent des liens moins engageants que des liens traditionnels, sans réussir nécessairement à combler un sentiment de solitude présent chez ceux qui y sont les plus actifs. Mais dans une société où le capital social est visible aux yeux de tous et valorisé socialement, comment ne pas avoir envie d'élargir à l'infini son cercle relationnel ?

Source : Régis BIGOT, Patricia CROUTTE, Sandra HOIBIAN, Jörg MÜLLER, « Veux-tu être mon ami ? L'évolution du lien social à l'heure du numérique », *Cahier de recherche du CRÉDOC*, décembre 2014.

1. Privilège.

2. Les liens faibles sont ceux que l'on peut avoir avec de simples connaissances (et non des amis proches ou de la famille).

