

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

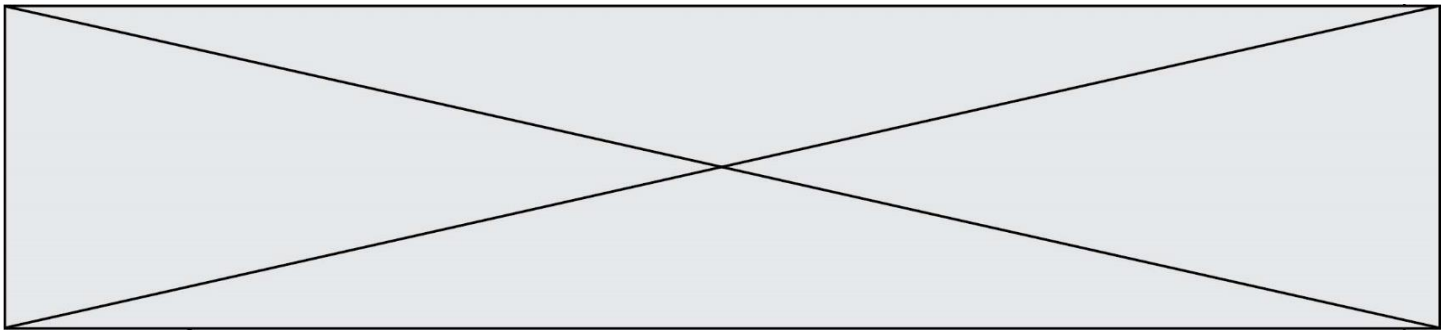
Document : Le marché du café (exemple fictif)

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

Prix de la tonne de café (en €)	Offre de café (en kg)	Demande de café (en kg)
10	20	80
15	30	75
20	40	70
25	50	65
30	60	60
35	70	55
40	80	50

Questions :

1. Qu'est-ce qu'un marché ? (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 sur l'équilibre d'une augmentation de la demande ? (3 points)



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. [...] 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 partisanes¹, 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 partisane² [...]. Dernier point : la pression médiatique et le besoin de construire la narration de la campagne.

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

1 : Organisations partisanes : partis politiques

2 : Désaffiliation partisane : fait pour un individu de ne plus s'identifier à un parti politique

