

La commission de choix de sujets a rédigé cette proposition de corrigé, à partir des enrichissements successifs apportés aux différents stades d'élaboration et de contrôle des sujets. Pour autant, ce document ne vise pas l'exhaustivité mais tente simplement d'apporter à chaque question, les éléments de réponse couramment admis par la communauté enseignante.

Il est donc tout à fait normal que certaines copies proposent des pistes voisines de celles du corrigé ou encore que des candidats aient choisi de développer certains points qui leur ont semblé correspondre à une compréhension plus large de la question posée. Il appartient aux correcteurs de ne pas se laisser « enfermer » par la proposition de corrigé et d'analyser les productions des candidats avec intelligence en n'hésitant pas à valoriser ceux qui font preuve de capacités d'analyse, de réflexion et de cohérence.

Les correcteurs doivent s'efforcer de faire abstraction de leurs propres positions et faire preuve d'ouverture d'esprit en cherchant avant tout à différencier les candidats en fonction de leur capacité à percevoir le sens d'une question et de la qualité de l'argumentation qu'ils développent. Il est important de tenir compte de la cohérence entre les propositions de solutions et les problèmes de management identifiés.

En conclusion, les propositions de corrigés apportent des repères sur lesquels a été trouvé un large consensus. C'est ensuite à la commission de barème de les compléter par des éléments plus fins d'appréciation permettant de valoriser les candidats disposant d'un ensemble de connaissances organisé, d'un esprit d'analyse satisfaisant et capables de produire sous forme écrite le résultat d'une réflexion. En tout dernier lieu, c'est au correcteur que revient la lourde responsabilité de prendre le recul nécessaire par rapport au corrigé et d'évaluer les travaux avec un souci d'objectivité en n'oubliant pas que le niveau des candidats ne peut en aucune façon être comparé avec celui de l'université.

PREMIÈRE PARTIE : TRAVAIL MÉTHODOLOGIQUE (10 points)

1. Analysez les principales évolutions de la consommation des ménages en France depuis 15 ans. (2 points)

Evolution	Postes concernés	Explications
↓	- Alimentation et boissons non alcoolisées - Articles d'habillement et chaussures - Transport	- Amélioration du niveau de vie - Baisse des prix relatifs
→	- Équipement du logement - Loisirs et culture - Autres biens et services	- Marché de renouvellement (biens d'équipement) - Concurrence sur les marchés de services

↑	- Logement, chauffage, éclairage - Communications - Hôtels, cafés et restaurants - Santé (à la charge des ménages)	- Hausse du prix de l'immobilier (plus de la moitié des français sont propriétaires) - Évolution des technologies et des modes de vie (marchés nouveaux) - Démographie (population vieillissante), déremboursement de certains médicaments
---	---	--

On valorisera les étudiants qui auront fait référence aux lois d'Engel qui décrivent les relations entre les dépenses de consommation des ménages et leur revenu :

- Loi 1 : la part du revenu affectée à la consommation de biens alimentaires est d'autant plus faible que le revenu augmente ;
- Loi 2 : la part du revenu affectée à la consommation de vêtements, logement, chauffage, éclairage est sensiblement identique quelle que soit l'évolution du revenu ;
- Loi 3 : la part du revenu affectée aux besoins d'éducation, santé, voyages, augmente plus vite que le revenu.

L'analyse de l'évolution de la consommation en France, depuis 15 ans, confirme les lois d'Engel (dans une moindre mesure pour les postes de logement).

2. Caractérisez les évolutions depuis 15 ans de la part des dépenses liées au logement pour chacune des catégories (en fonction du statut d'occupation et du niveau de vie) (3 points).

Si le taux d'effort moyen des ménages a peu évolué entre 1996 et 2010, cet indicateur recouvre des disparités importantes en fonction du statut d'occupation et du niveau de vie.

En fonction du statut d'occupation :

Le taux d'effort est particulièrement élevé pour les locataires du secteur privé (26,9 % des dépenses de consommation) et les primo-accédants à la propriété (27,2 %). Le taux d'effort des locataires du secteur privé progresse rapidement du fait de l'augmentation du prix des loyers et de la faible progression de leurs revenus (catégories les plus fragilisées sur le marché du travail et concernées par la pression sur les salaires). Les primo-accédants doivent faire face à l'augmentation conjuguée du prix des biens immobiliers et des charges d'emprunt.

Les locataires du secteur social sont partiellement protégés par le contrôle des loyers sociaux.

La part des dépenses de logement est faible pour les propriétaires non-accédants. Ils échappent aux trois phénomènes cités précédemment (hausse du prix des loyers et des biens immobiliers, des charges d'emprunt).

En fonction du niveau de vie :

Les constats faits pour le statut d'occupation sont amplifiés avec le niveau de vie. Les 25 % des ménages les moins riches (quartile inférieur) doivent faire un effort particulièrement important (33,6 % pour les locataires du secteur privé) ce qui est moins vrai pour la même catégorie appartenant au quartile supérieur (18,8 %). La dégradation du niveau de vie de certaines catégories de la population renforce « la nouvelle ligne de fracture sociale » (propriétaires épargnants/locataires déclassés socialement)

3 - Analysez, en mobilisant les mécanismes économiques qui vous semblent pertinents, ces évolutions (3 points).

Mécanisme économique mis en jeu :

- *Loi de l'offre et de la demande : déséquilibre sur le marché de l'immobilier :*
 - *Marché des transactions : hausse des prix*
 - *Insuffisance des réserves foncières dans les agglomérations ;*
 - *Faiblesse des taux d'emprunts : augmentation des crédits accordés et des demandes d'accession à la propriété.*
 - *Marché des locations : hausse des prix*
 - *Raréfaction de l'offre de biens à louer à la fois dans le secteur privé et le secteur aidé.*
- *Amélioration de la qualité des biens susceptibles de justifier une augmentation du prix du loyer*
- *Intervention publique limitant la hausse dans le secteur social*

Mécanismes économiques mis en jeu :

Effet de revenu : en cas de baisse de leurs revenus, les ménages ne remettent pas en cause leur choix de dépenses de logement (effet de cliquet). Pour limiter les conséquences d'une dégradation sociale, ils peuvent aussi maintenir leurs dépenses de logement par effet de démonstration.

Elasticité-prix : Enfin, l'élasticité de la demande par rapport au prix dans le domaine de l'immobilier semble faible.

L'annexe 1 peut aussi être mobilisée dans la réponse.

4. Identifiez les conséquences économiques et sociales de l'évolution des dépenses liées au logement pour chacun des acteurs économiques. (2 points)

Différents acteurs sont concernés :

Les ménages :

Renforcement des inégalités

Frein à la mobilité compte tenu des difficultés à disposer d'un logement social

Parmi les propriétaires, les primo accédants ont des coefficients budgétaires plus élevés compte tenu du faible apport initial.

Avantages cumulés pour les propriétaires non accédants par les mécanismes de défiscalisation

Facilité d'accès à l'endettement

L'État et les collectivités : part du logement social, rentrées fiscales, urbanisme

Les banques : distribution de crédit, gestion du risque

Les entreprises (BTP, gestion de patrimoine, développement durable etc.) : emploi direct, emploi induit

DEUXIÈME PARTIE : DÉVELOPPEMENT STRUCTURÉ (10 points)

Dans un contexte de crise économique et d'intensification de la concurrence, de nombreuses entreprises françaises font le choix d'un développement à l'international.

Dans un développement structuré, comportant une introduction et une conclusion, vous traiterez le sujet suivant :

Quels sont les enjeux pour une entreprise d'une stratégie d'internationalisation?

Accroches possibles : croissance soutenue dans les pays émergents, croissance ralentie en Europe, intensification de la concurrence mondiale, ...

Termes du sujet : la stratégie d'internationalisation se superpose au choix de stratégie globale d'une firme, entre spécialisation et diversification. Elle résulte le plus souvent d'une démarche raisonnée et par étapes successives ; l'exportation (directe, indirecte ou en partenariat (portage)), l'implantation à l'étranger (structures commerciales ou de production, co-entreprises), la multinationalisation (l'entreprise organise son activité dans plusieurs pays ou continents, et sa stratégie, déterminée par un centre de décision unique, est qualifiée de mondiale)

Confrontées, de manière prolongée, à une faible activité économique en France et en Europe, les entreprises françaises doivent faire face à la baisse régulière de leur chiffre d'affaires et de leur rentabilité. Face à une concurrence mondiale renforcée, elles aspirent à tirer profit de la dynamique de croissance offerte par les pays émergents. Dans ce contexte, elles sont de plus en plus attirées par une stratégie d'internationalisation et les avantages qu'elle procure, sans toutefois ignorer les risques qu'elle implique.

1. Les avantages attendus d'une stratégie d'internationalisation

A. La recherche de nouveaux débouchés

- Marché national trop petit (Nestlé en Suisse, Hyundai en Corée, ...) ;
- Marché saturé (Danone en France, Toyota au Japon) ;
- Recherche de nouveaux marchés de croissance (Chine, Inde) moins touchés par la crise ;
- Recherche de marchés moins concurrentiels.

B. L'optimisation de la chaîne de coûts

- Profiter d'une main d'œuvre bon marché pour baisser les salaires horaires ;
- Maîtriser les sources d'approvisionnement (ressources rapidement disponibles et à moindre coût) ;
- Bénéficier d'incitations fiscales (Irlande, zones franches...).

C. La recherche d'économies d'échelle

- Lorsque l'entreprise a atteint une dimension multinationale, elle essaie de faire adopter aux consommateurs du monde entier des produits faiblement différenciés afin de générer des économies d'échelle ;
- En matière de recherche et développement, compte tenu du niveau des sommes engagées, le retour sur investissement est facilité si l'innovation peut être utilisée sur un marché plus vaste. De plus, la multinationalisation contribue à la captation des innovations mises à jour dans les filiales.

Les rendements sont croissants au sein de la firme.

2. Les risques d'une stratégie d'internationalisation**A. Les enjeux humains et culturels**

La réussite de stratégies d'exportation et d'internationalisation dépend aussi de la qualification des collaborateurs. Les firmes mesurent le coût d'un contrat manqué parce qu'il n'y a personne pour répondre au téléphone (à certaines heures qui sont celles de l'Asie ou du continent américain), ou parce que personne ne parle anglais ou d'autres langues étrangères.

De plus, dans le cadre d'une expatriation ou d'une opération de joint-venture ou de fusion/acquisition, les données culturelles au sens large et/ou les différences de culture d'entreprise doivent être suffisamment prises en compte.

B. La prise en compte de « surcoûts » potentiels significatifs

Au niveau industriel, si la firme ne parvient pas à imposer son format de produit, les disparités persistantes en termes de produits ne permettront pas de profiter à plein des effets de séries. Il pourra être nécessaire de développer des unités de production locales, générant le transfert d'une expertise industrielle coûteuse.

Au niveau commercial, les investissements (forces de vente, marketing, publicité, structures locales) ne sont amortis que sur la base d'un chiffre d'affaires critique. Il s'agit alors d'avoir les ressources et la patience pour croître et rentabiliser ces investissements.

Au niveau financier, un développement international implique un niveau de risque supérieur. Les économies des pays émergents sont en croissance structurelle mais conservent des fragilités politiques, sociales et économiques plus fortes que les économies développées. Il faut avoir une taille et un portefeuille de produits et de pays suffisamment larges pour absorber les cycles de perturbation.

Conclusion

La stratégie d'internationalisation d'une entreprise suppose une approche basée sur une sélection stricte des pays visés à partir de la détermination de leur mode d'entrée, d'une définition précise de l'offre permettant de capitaliser sur l'expérience de l'entreprise tout en l'adaptant à ces nouveaux marchés. Pour réussir, les entreprises devront sortir des schémas classiques, pertinents sur leurs marchés nationaux. L'internationalisation impose le plus souvent une taille suffisante nécessitant la recherche d'alliances, de fusions ou des rapprochements avec des firmes implantées dans le ou les pays visés.

Proposition de barème :

Structure de la réponse : 3 points

Introduction : 2 points (accroche, problématique, définitions, annonce du plan)

Connaissances et argumentation : 5 points