

Proposition de sujet zéro d'économie

Baccalauréat STMG

Session 2021

ÉCONOMIE

À partir de vos connaissances et des annexes, répondez aux questions suivantes :

1. Formulez le calcul de l'indice qui permet de mesurer le degré de concentration du marché des montres connectées.
2. Caractérissez la structure du marché des montres connectées.
3. Présentez les stratégies mises en œuvre par les entreprises pour diminuer l'intensité concurrentielle.
4. Rédigez une argumentation qui vous permette de répondre à la question suivante :

La concurrence permet-elle d'améliorer la satisfaction du consommateur ?

## Annexe 1 : Parts de marché des expéditions mondiales de montres connectées par marque (en pourcentage).

	Apple	Samsung	Imoo	Fitbit	Amazfit	Huawai	Fossil	Garmin	Autres	Indice IHH
<b>PDM* 2018</b>	35%	11%	9%	5%	4%	4%	2,5%	1,5%	28%	2 276,5

\* PDM = Parts de marché.

*Source : Counterpoint, bureau d'études et d'analyse en stratégie d'entreprises.*

## Annexe 2 : L'indice de concentration d'un marché – indice IHH Herfindahl-Hirschmann.

L'indice de Herfindahl-Hirschman (en anglais, *Herfindahl-Hirschman Index* : IHH ou HHI) est un indice mesurant la concentration du marché. Il est établi en additionnant le carré des parts de marché (généralement multipliées par 100) de toutes les entreprises du secteur considéré. Plus l'IHH d'un secteur est fort, plus la production est concentrée.

Lecture de la concentration d'un marché :

IHH < 1 000	1 000 < IHH < 2 000	IHH > 2 000
Marché peu concentré	Marché relativement concentré	Marché très concentré

*Source : d'après Autorité de la concurrence.*

## Annexe 3 : Concurrence et innovation

Les neuf premières marques contribuent à 75% des expéditions sur le marché. Samsung, Fitbit et Huawei ont connu une croissance exponentielle au premier trimestre 2019. Les livraisons mondiales de montres connectées ont augmenté de 48% en glissement annuel (T1) au premier trimestre 2019, sous l'impulsion d'Apple, Samsung, Fitbit et Huawei, selon les dernières recherches du *Global Smartwatch Tracker* de Counterpoint. [...] «Les expéditions d'Apple Watch ont augmenté de 49% en glissement annuel malgré la faible demande pour ses iPhones. Apple continue de se concentrer sur les fonctionnalités liées à la santé comme l'ECG (Electro Cardio Gramme) et la détection des chutes [...]. Apple a maintenant reçu l'approbation de ses fonctionnalités ECG des autorités de santé de Hong Kong et de 19 autres pays, dont la France, l'Allemagne, l'Italie, l'Espagne et le Royaume-Uni. »

*Source : Counterpoint, bureau d'études et d'analyse en stratégie d'entreprises, mai 2019.*

## Annexe 4 : La dynamique des monopoles

Il est heureux que la politique de la concurrence [...] ne sanctionne pas le monopole. D'un point de vue dynamique, la perspective d'obtenir une position de monopole (ou à tout le moins dominante) est justement ce qui incite les entreprises à innover, en particulier à mettre au point de nouveaux produits ou de nouveaux modèles

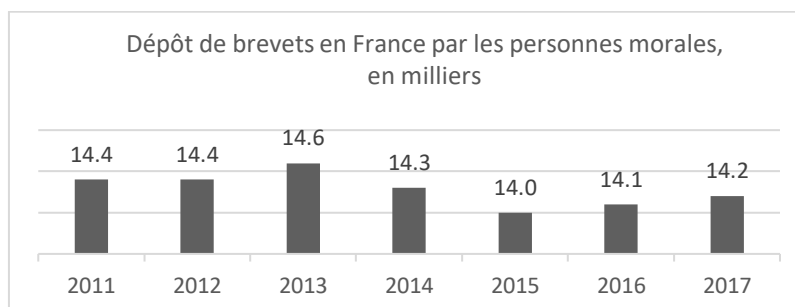
d'affaires. L'innovation étant un puissant moteur de la croissance économique, la condamnation des monopoles d'innovation [...] irait à l'encontre de l'intérêt général. Pour Joseph Schumpeter [1883 - 1950], tenant de cette approche dynamique du monopole, le succès et la rente qu'apporte une innovation ne durent qu'un temps. Une autre innovation et un autre monopole sont appelés à prendre la suite ; la position antérieurement acquise est érodée ; l'entreprise historique marginalisée. Par exemple, Apple a détrôné Nokia dans la téléphonie mobile et Nintendo a chassé Sega dans les consoles de jeux. Par ce jeu de « destruction créatrice » les positions dominantes des grandes entreprises naissent et disparaissent, elles sont inévitablement temporaires.

Le caractère temporaire des monopoles est cependant à relativiser. [...] Le doute s'installe aujourd'hui sur l'érosion future des positions acquises par les géants américains du numérique. Celles d'Amazon ou de Facebook seront-elles un jour prochain contestées par de nouveaux entrants ? Microsoft, le GAFAM (Google, Amazon, Facebook, Apple et Microsoft) historique, a près de 50 ans mais son système d'exploitation et sa suite bureautique pour ordinateur personnel continuent de dominer le marché. Ces logiciels comptent plus d'un milliard d'utilisateurs. La position des géants du numérique semble [imprenable] car les barrières à l'entrée qui les protègent de la concurrence sont d'une hauteur considérable. [...] De plus, il n'est guère possible de compter sur le droit de la concurrence tel qu'il est appliqué aujourd'hui [...] pour briser ces monopoles : ils [...] sont capables de se poursuivre et se renouveler sans recourir à des pratiques illicites.

*Source : François Lévêque, Professeur d'économie à Mines ParisTech, Ressources en sciences économiques, ENS Lyon.*

## Annexe 5 : Les brevets déposés en France en 2017.

Principaux déposant de brevets publiés en France en 2017		
Rang		Nombre de brevets publiés
1	Groupe Valeo (équipementier automobile)	1 110
2	Groupe PSA (Peugeot Citroën)	1 021
3	Safran (industriel aéronautique, espace, défense)	795
4	CEA (énergie atomique)	684
5	CNRS (centre national de la recherche scientifique)	405



*Source : données INPI, dans Insee – Tableaux de l'économie française – mars 2019.*

## **Annexe 7 : L'enjeu de la concurrence**

Le degré de concurrence sur les marchés est un paramètre tout à fait fondamental du bon fonctionnement de l'économie. [...] L'approche comparative montre que la France souffre, dans certains services, d'un déficit de concurrence, ayant conduit à des hausses des prix conséquentes. L'action publique peut aider à faire baisser le niveau des prix dans ces secteurs et réduire les éventuelles situations de rente au bénéfice du pouvoir d'achat, de la croissance et de l'emploi. [...] L'amélioration des conditions de concurrence constitue un outil de politique économique, qui traduit en termes concrets les principes de liberté du commerce et de liberté d'entreprendre. Elle peut conduire à la baisse des coûts et des prix, à l'amélioration de la qualité et de la variété de la production et, dans certains cas, à un surcroît d'innovation. Elle nécessite un encadrement par la puissance publique, qu'exercent notamment des autorités de la concurrence.

*Source : L'enjeu de la concurrence en France, France Stratégie, 30 janvier 2017.*