

BTS PHOTOGRAPHIE

ORGANISATION ET GESTION COMMERCIALE - DROIT

Session 2005

—————
Durée : 4 heures
Coefficient : 3
—————

Matériel autorisé :

Calculatrice conformément à la circulaire N°99-186 du 16/11/1999

Documents à rendre avec la copie :

Annexe 7page 17/17

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

Le sujet comporte 17 pages, numérotées de 1/17 à 17/17.

BTS photographie	Session 2005
Organisation et gestion commerciale - Droit	PHOGCD
Coefficient : 3	Durée : 4 heures
	Page : 1/17

IMAGE DISTRIBUTION SERVICES

Dans le cadre de votre BTS photographie vous effectuez un stage de mercatique/vente au sein de la société IMAGE DISTRIBUTION SERVICES (IDS). Cette société joue le rôle d'intermédiaire entre certains fabricants étrangers ou français et les revendeurs sur le territoire français de matériels photographiques grand public et professionnel.

Récemment créé, le service mercatique est chargé à la fois de développer la stratégie mercatique en accord avec la direction et de déterminer la politique commerciale qui en découle.

Le directeur mercatique vous confie immédiatement des missions opérationnelles consistant à effectuer une étude sur le marché des appareils photo en général et sur le segment des appareils numériques en particulier, et à déterminer des actions concernant la commercialisation du «CyberShot DSC-T3» dont IDS est l'un des distributeurs.

Parallèlement, il fait appel à votre capacité de réflexion en matière juridique pour vous poser certaines questions concernant les droits du photographe.

PREMIERE PARTIE : organisation et gestion commerciales

- 1) *Étude du marché français des appareils photographiques en 2003 (et plus particulièrement des appareils numériques).*

Le marché du numérique présentant des spécificités, il a paru essentiel au responsable mercatique d'apporter des informations précises à ses commerciaux. Il vous charge de leur en faire l'exposé.

A partir de l'annexe 1 :

- a) *Analysez le marché des appareils photographiques entre 1995 et 2003, tous types d'appareils confondus, puis par segment ; effectuez votre analyse en vous basant notamment sur les calculs suivants :*
- *Variations annuelles des ventes tous segments confondus ; Variation globale du marché sur l'ensemble de la période*
 - *Evolution des ventes par type d'appareil entre 1995 et 2003*
 - *Répartition des ventes en volume par type d'appareil en 2003*

A partir de ces résultats et des annexes 2 et 3 :

- b) *Mettez en évidence les particularités du marché de la photo numérique en précisant les différents aspects qualitatifs et quantitatifs de l'offre et de la demande sur ce marché.*
- c) *Représentez graphiquement les ventes d'appareils numériques entre 1996 et 2003 (annexe 7 à rendre avec la copie).*

BTS photographie		Session 2005
Organisation et gestion commerciale - Droit		PHOGCD
Coefficient : 3	Durée : 4 heures	Page : 2/17

- d) *Estimez les ventes d'appareils numériques pour l'année 2004 par la méthode de votre choix en la justifiant ; reportez ce résultat sur le graphique. Ce résultat correspond-il à votre analyse du marché ?*

2) *Mise en œuvre de la politique commerciale*

Le marché du numérique étant maintenant mieux cerné, le responsable de la mercatique vous demande de l'aider à déterminer son plan d'action concernant la commercialisation du « CyberShot DSC-T3 » sur ce marché. Il souhaite notamment :

- déterminer le prix de vente du « CyberShot DSC-T3 »
- fixer les périodes les plus adéquates pour d'éventuelles campagnes de communication
- analyser la publicité du « CyberShot DSC-T3 »
- choisir les circuits de distribution les mieux adaptés.

2.1 Détermination du prix de vente du « CyberShot » ; taux de marge

Il est prévu que le prix du « CyberShot DSC-T3 » en magasin soit d'environ 550 euros (prix public indicatif) ; IDS réalise une marge de 10% sur ce genre de matériel ; sachant que les points de vente au public appliquent des marges d'environ 20%, calculez :

- a) Le prix hors taxe auquel IDS va acheter l'appareil au fabricant.
- b) Le coefficient multiplicateur permettant de passer du prix d'achat hors taxe au fabricant au prix de vente public ; quelle est l'utilité de cet indicateur pour IDS ?

NB : la TVA est de 19,6%

2.2 Détermination de la période pour une campagne de communication

Le responsable de la mercatique souhaite lancer une à deux campagnes de communication sur l'année 2004 dans la presse spécialisée. Il vous demande conseil.

A partir de l'annexe 1 Bis :

- a) *En fonction des calculs déjà effectués (1d) et du tableau de l'annexe 1 bis, estimez les ventes pour les mois de mai, août, et décembre 2004.*
- b) *Proposez des dates pour des campagnes de communication en 2004 en expliquant vos choix.*

2.3 Analyse de publicité

A partir de l'annexe 4

- a) *Analysez la publicité « Sony » en précisant les différents éléments de la « copy stratégie ».*
- b) *Déduisez-en la cible visée.*

BTS photographie		Session 2005
Organisation et gestion commerciale - Droit		PHOGCD
Coefficient : 3	Durée : 4 heures	Page : 3/17

2.4 Choix des circuits de distribution

A partir des documents mis à votre disposition et de vos connaissances personnelles, indiquez, en justifiant votre réponse, le ou les réseaux les mieux adaptés à la distribution du « CyberShot DSC-T3 ».

SECONDE PARTIE : droit

1. L'auteur photographe

A partir de vos connaissances indiquez de manière synthétique quels sont les différents droits du photographe auteur sur son œuvre. (droits patrimoniaux et droits moraux).

2. Fiche d'arrêt

A partir de l'arrêt de la Cour de cassation fourni en **annexe 5**, élaborer une fiche d'arrêt selon le plan traditionnel en précisant :

- les faits,
- la procédure,
- les arguments proposés par les parties,
- le problème juridique soulevé par le litige,
- la solution apportée par les juges : (précisez sur le(s)quel(s) des articles proposés en annexe les juges se sont fondés pour prendre leur décision).

3. Deux consultations

Répondez aux deux consultations suivantes, en fondant vos réponses sur les articles proposés en **annexe 6**.

- a) Les sociétés *Edinter* et *L'Avancée médicale* mettent à la disposition du public sur leur site internet les articles de leurs pigistes ainsi que les photos accompagnant ces articles.
Quelle sera la décision en cas de nouveau litige ?
- b) Les sociétés *Edinter* et *L'Avancée médicale* refusent de rendre les négatifs et assurent en être propriétaires.
Quelle sera la décision du tribunal ?

BTS photographie	Session 2005
Organisation et gestion commerciale - Droit	PHOGCD
Coefficient : 3	Durée : 4 heures
	Page : 4/17