

| | | |
|-----------------------------------|-------------------------------------------|-----------------|
| EXAMEN : | BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL | Session 2005 |
| SPÉCIALITÉS : | COMPTABILITÉ, SecrÉTARIAT et VENTE | |
| Épreuve scientifique et technique | Durée : 1 h 30 | Coefficient : 1 |
| Sous-épreuve | E1B : Économie et Droit | Unité 12 |

Ce sujet comporte 4 pages numérotées de 1 à 4
Assurez-vous que cet exemplaire est complet ;
S'il est incomplet, demandez un autre exemplaire au chef de salle.

- SUJET -

LE SUJET COMPREND DEUX PARTIES INDÉPENDANTES

Chaque partie peut être traitée séparément

| Thèmes | Pages | Annexes | | Barème indicatif |
|-----------------------|-------|---------|-------|------------------|
| | | Numéro | Pages | |
| Page de garde | 1/4 | | | |
| Présentation du sujet | 2/4 | | | |
| Dossier 1 : DROIT | 2/4 | 1 | 3 | 9 points |
| Dossier 2 : ÉCONOMIE | 2/4 | 2 | 4 | 11 points |
| Total | | | | 20 points |

AVERTISSEMENT

1. L'usage de tout matériel -dont la calculatrice- et de toute documentation est interdit.
2. Si le texte du sujet, de ses questions ou de ses annexes vous conduit à formuler une ou plusieurs hypothèses, il vous est demandé de la (ou les) mentionner **explicitement** dans votre copie.
3. Pour la correction, il sera tenu compte de la qualité de la rédaction, de la précision du vocabulaire et du respect de l'orthographe.

SUJET

Vous êtes stagiaire dans la société « DELL », sous l'autorité de Mme Suzy MAHJO, responsable du service commercial.

L'entreprise est mondialement connue pour assurer la fabrication, la maintenance et la commercialisation d'ordinateurs. Elle vend principalement ses produits en ligne (commerce sur l'Internet).

DOSSIER 1 - DROIT

Mme MAHJO vous demande de l'aider à répondre aux différentes questions qu'elle se pose sur la loi du 22 juin 2004 concernant la réglementation liée au commerce en ligne. Elle vous fournit un article extrait de « *L'entreprise.com* » (**Annexe 1**).

À partir de cette annexe et de vos connaissances, répondez aux questions suivantes :

1. Identifiez l'objet de la loi et trouvez deux raisons qui justifient cette nouvelle réglementation.
2. Lors d'une vente par l'Internet, quelles seront les principales obligations du vendeur vis-à-vis de ses clients ?
3. En cas d'inexécution du contrat par le vendeur quelle disposition le texte prévoit-il pour protéger l'acheteur ? À partir de vos connaissances rappelez les actions que l'acheteur peut engager contre le vendeur défaillant.

DOSSIER 2 - ÉCONOMIE

À partir de l'extrait de « L'EXPRESS » (**Annexe 2**) Mme Suzy MAHJO vous demande de répondre aux questions suivantes.

1. Identifiez la démarche de Dell en matière d'approvisionnement et précisez son objectif.
2. Comment Dell est-il arrivé à lever les obstacles de la vente directe à distance ?
3. D'après vos connaissances caractérisez la politique du « zéro stock ».
4. Dell a mis en place un système d'organisation de la production du type « juste à temps ». Dans un développement structuré de 10 à 15 lignes, après avoir exposé les principes du « juste à temps », présentez ses avantages et ses inconvénients.

La loi sur la confiance dans l'économie numérique renforce les obligations des vendeurs en ligne en matière d'informations et d'exécution du contrat et précise l'étendue de leur responsabilité.

La loi sur la confiance dans l'économie numérique, publiée au Journal officiel le 22 juin 2004 définit, dans son article 14, le commerce électronique comme « l'activité économique par laquelle une personne propose ou assure à distance et par voie électronique la fourniture de biens ou de services ».

Des mentions légales d'un accès facile et direct

La loi soumet les cybervendeurs⁽¹⁾ à un certain nombre d'obligations. L'article 19 leur impose de faire figurer sur leur site Internet plusieurs mentions légales : nom et prénom pour une personne physique, raison sociale pour une personne morale, adresse d'établissement, adresse de courrier électronique et numéro de téléphone. S'ils sont assujettis aux formalités d'inscription au registre du commerce et des sociétés ou au répertoire des métiers, ils doivent indiquer également leur numéro d'inscription, le capital social et l'adresse du siège social. S'ils sont assujettis à la TVA et identifiés par un numéro individuel, ils doivent également l'indiquer. Toutes ces informations doivent être d'un accès facile, direct et permanent.

Même en l'absence d'offre de contrat, dès lors qu'il mentionne un prix sur son site, le cybervendeur doit préciser si les taxes applicables et les frais de livraison sont inclus. Il doit aussi mettre à la disposition des consommateurs ses conditions générales de vente d'une manière telle qu'elle permette leur conservation et leur reproduction.

Un accusé de réception électronique des commandes

La loi définit également les obligations des vendeurs en ligne en matière d'exécution des contrats. Ils doivent notamment accuser réception des commandes qui leur sont adressées par voie électronique, et « sans délai injustifié ». Ils sont tenus de conserver l'écrit constatant le contrat (en cas de litige, la preuve est à leur charge) dès lors que la transaction porte sur un certain montant. Ce montant sera précisé par décret, tout comme la durée pendant laquelle le cybervendeur doit conserver la trace écrite du contrat. Lorsque la vente a pour objet une prestation de service d'hébergement, de transport, de restauration, de loisirs qui doit être fournie à une date précise ou selon une périodicité déterminée, le vendeur doit d'autre part transmettre au consommateur, par écrit ou sur tout autre support durable, en temps utile et au plus tard au moment de la livraison : une confirmation de ses coordonnées, une information sur l'existence d'un droit de rétractation, les conditions et les modalités d'exercice de ce droit, les informations relatives au service après vente et aux garanties commerciales.

Une responsabilité de plein droit

Pour renforcer la protection des consommateurs lors d'un achat réalisé par voie électronique, la loi rend le cybervendeur responsable de plein droit à l'égard de l'acheteur de la bonne exécution des obligations du contrat, que ces obligations soient à exécuter par lui-même ou par d'autres prestataires de services. Le vendeur peut toutefois s'exonérer de sa responsabilité en apportant la preuve que l'inexécution ou la mauvaise exécution du contrat est imputable soit à l'acheteur, soit au fait, imprévisible et insurmontable, d'un tiers étranger à la fourniture de prestations prévues, soit à un cas de force majeure.

Extrait de « L'entreprise.com » du 16/7/2004

(1) cybervendeurs = vendeurs en ligne

Le Modèle Dell

En vingt ans, la petite société texane est devenue le plus gros vendeur d'ordinateurs du monde. Vente directe, produits sur mesure, gestion rigoureuse...

Dell, c'est 47 000 salariés, 9 000 ordinateurs fabriqués par jour, des usines implantées aux Etats-Unis, en Chine, en Europe et un ordinateur sur 5 vendu dans le monde.

Son credo : « Go direct ! ».

Sa réussite, Dell la doit à sa manière de procéder qui va devenir son credo : « Go direct ! ». En clair, il s'agit, pour abaisser les coûts, de se passer du réseau de revendeurs, en prenant directement les commandes des clients, hier par téléphone, aujourd'hui par internet.

« Une politique du zéro stock obsessionnelle »

Dans l'industrie, il bouscule les habitudes. « L'un des plus gros obstacles à la vente directe était que de nombreux clients potentiels craignaient de verser 4 000 dollars à une entreprise dont ils n'avaient jamais entendu parler ». Dell cherche donc à les rassurer. Au milieu des années 1980, il invente la réparation à domicile. Du jamais vu !

La démarche est en complète opposition avec le système classique, qui obligeait le client à rapporter son PC à un revendeur ou à le renvoyer à l'usine. Dell impose à ses troupes de se rendre sur place. Et, autre innovation, à rembourser les produits défectueux dans les trente jours. Satisfait ou remboursé.

Arrive la vente par Internet où plus de 90% des ordinateurs signés Dell sont achetés en ligne et les clients apprécient de pouvoir suivre leur commande en temps réel.

Et, surtout, de disposer d'un produit sur mesure, grâce au processus de fabrication mis en place par Dell, le *Build-to-order* : le constructeur ne commence à assembler (build) une machine que lorsqu'il reçoit la commande (order). Résultat : la firme n'a pas besoin de plus de cinq jours de stock de fournitures, bien moins que ses concurrents. « La politique du zéro stock est obsessionnelle dans l'entreprise », observe le cabinet de conseil en management. Chaque commande reçue sur ordinateur est retransmise directement, par e-mail⁽¹⁾, aux fournisseurs de l'entreprise, dont la plupart se sont installés à moins de 5 kilomètres du centre de production.

Le cahier des charges que leur impose Dell est clair : ils doivent livrer les pièces manquantes en quatre-vingt-dix minutes au maximum. Une fois les pièces parvenues, l'ordinateur est assemblé et doit passer par cinq contrôles de qualité au minimum, avant d'être emballé et livré : tout cela en moins de quarante huit heures.

Avec sa devise « Go direct » Dell s'est imposé comme le roi de la vente directe et le n°1 mondial du PC.

L'EXPRESS , 23/08/2004, par Guillaume Grallet

(1) e-mail = courriel