

| | | |
|--------------------------------------|------------------------------------|-----------------|
| EXAMEN : | BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL | Session : 2005 |
| SPÉCIALITÉS : | COMPTABILITÉ, SECRÉTARIAT et VENTE | |
| Épreuve scientifique et technique | Durée : 1 heure 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.

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 : ÉCONOMIE | 2/4 | 1 | 3/4 | 9 points |
| DOSSIER 2 : DROIT | 2/4 | 2 | 4/4 | 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** sur 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 réalisez un stage dans la SARL **FOCUS PHOTO VIDÉO** spécialisée dans la vente et la revente de matériel photo et vidéo. Cette entreprise est située à Toulouse et est dirigée par Monsieur Sylvain LAGRANGE, gérant.

DOSSIER 1 – ÉCONOMIE

Pour informer ses vendeurs de l'évolution mondiale du marché de la photo, Monsieur LAGRANGE vous fournit l'extrait d'un article de presse paru dans la revue Capital (ANNEXE 1).

À partir de cet article et de vos connaissances, vous répondez aux questions suivantes :

1. Identifiez les principaux facteurs qui ont permis la baisse des prix des appareils photos numériques.
2. Recherchez les conséquences, pour les fabricants d'appareils photos, de l'arrivée de la technologie numérique sur le marché.
3. Indiquez l'objectif d'une démarche mercatique puis caractérisez les composantes de l'action commerciale mise en place par les fabricants d'appareils photos numériques.
4. Donnez les raisons qui, selon vous, ont pu conduire les entreprises NOKIA et KODAK à signer un accord.

DOSSIER 2 – DROIT

Monsieur LAGRANGE vient d'acheter un véhicule de société. Il vous transmet un extrait du bon de commande qu'il vient de signer (ANNEXE 2).

À partir de cet extrait et de vos connaissances vous répondez aux questions suivantes :

1. Indiquez les parties en présence et leur qualité.
2. Identifiez l'objet du contrat.
3. Examinez la clause "garantie contractuelle" :
 - justifiez l'intérêt de cette clause pour le client ;
 - expliquez la différence entre "garantie contractuelle" et "garantie légale".
4. Prenez connaissance des "conditions particulières":
 - indiquez leurs effets sur l'exécution du contrat ;
 - énumérez les cas dans lesquels la loi impose la mise en application du délai de rétractation ;
 - définissez la notion de clause abusive.

LA PHOTO NUMÉRIQUE ÉCRASE LA PELLICULE

Quarante millions d'appareils numériques auront été vendus en 2003. Ce succès foudroyant, qui a mis KO la traditionnelle photo argentique, suscite toutes les convoitises. Sony est en pole position¹, Kodak a trois tours de retard. [...]

Six fois plus nombreux, les utilisateurs de compacts, eux, sont déjà passés en masse chez « l'ennemi » numérique, plus facile d'emploi.[...] En 2003, pour la première fois, ils ont acheté plus d'appareils numériques que de compacts classiques (2,1 millions, soit une progression de 110 %). Les distributeurs pronostiquent même 3,5 millions de ventes l'an prochain. Le boom se confirme à l'échelle mondiale : encore balbutiantes en 2000, les ventes approcheront cette année 40 millions d'unités, pour un chiffre d'affaires d'environ 13 milliards d'euros, soit l'équivalent du marché européen des téléphones mobiles.[...]

En changeant de leader, le marché de la photo a aussi adopté un nouveau rythme : aujourd'hui, la concurrence et l'innovation sont dignes de l'informatique des années 90. À la manière des fabricants de PC, qui n'ont cessé d'augmenter les capacités de leurs machines, les rois de la photo numérique se sont lancés dans une course folle aux pixels, ces petits points qui forment l'image sur le capteur : plus il y en a, meilleure est la définition des clichés.[...] Comme dans l'informatique, encore, les bonds technologiques s'accompagnent d'une chute de prix spectaculaire : « Un appareil numérique sorti d'usine coûte en moyenne 235 dollars, 140 de moins qu'en 2000 [...]. Cela s'explique surtout par la baisse du coût des principaux composants, des capteurs, des processeurs d'image et des écrans à cristaux liquides ». Les industriels ont également rogné les coûts d'assemblage en transférant l'essentiel de la production en Chine. Seul le haut de gamme échappe à cette délocalisation.

La chute vertigineuse des prix de détail, divisés par deux en France depuis trois ans, ne pourra cependant pas se poursuivre indéfiniment. Pour éviter de sacrifier leurs marges, les leaders en sont déjà à chercher d'autres arguments marketing : Sony et Canon mettent en avant la variété de leurs gammes (respectivement 12 et 15 appareils), tandis qu'Olympus privilégie le design et que Fuji joue la carte de la miniaturisation. Il y a urgence, car de nouveaux concurrents entrent en lice², venus de l'électronique grand public (Samsung, Panasonic, Sharp) ou de l'informatique (Hewlett-Packard). Sans oublier les fabricants de téléphones [...] Pour préparer cette offensive décisive, le leader finlandais Nokia vient de signer un accord avec un allié de poids... Kodak.

Extrait de la revue « Capital » n° 147 décembre 2003 – Eric Wattez

¹ pole position : première position

² entrent en lice : s'engagent dans une compétition

**BON DE COMMANDE D'UN VÉHICULE NEUF : N° : G8397061**Conseiller commercial : **Roger CROUSPOL**

Cachet du concessionnaire :

CLIENTNom : **LAGRANGE**
Adresse : 10 rue des LilasPrénom : **Sylvain**
Code postal : 31000Commune : **TOULOUSE****VEHICULE****Un véhicule PEUGEOT : 206 XR**

- Ambiance intérieure : **chinée (gris/bleu)**
- Teinte : **Noir**
- Accessoire : **Auto radio**
- Option : **Jantes alliage**
- Puissance fiscale : **4 CV**

Prix tarif TTC du véhicule (options comprises) au 02/06/2005 : 11 050,00 €**LE VEHICULE EST ACHETE PAR LE CLIENT**

- au comptant à l'aide d'un crédit auprès du **Crédit Agricole Agence Toulouse**

L'acompte versé représente 10 % du prix TTC, soit : 1 105,00 €

- Espèces Chèque bancaire CCP Carte bancaire

GARANTIE CONTRACTUELLE

Les véhicules PEUGEOT sont garantis par le Constructeur contre tout défaut de construction ou de matière, pendant une durée de 2 ans, sans limitation de kilométrage, à compter du jour de la livraison. Cette garantie s'ajoute à la garantie légale. Elle couvre : la remise en état ou l'échange gratuit (pièces et main-d'œuvre) des pièces reconnues défectueuses par le Constructeur. Les frais de dépannage sur le lieu de la panne ou le remorquage sur une distance maximum de 100 kilomètres, jusqu'au membre du réseau de réparation PEUGEOT habilité le plus proche.

D'autre part, la Garantie Contractuelle ne couvre pas : l'entretien courant, les réglages et révisions périodiques, le remplacement des pièces soumises à une usure normale, les conséquences de réparations et de transformations réalisées par des entreprises non agréées par le constructeur, les dégâts consécutifs à des accidents.

CONDITIONS PARTICULIERES

Il est notamment rappelé l'article L121-25 : « Dans les 7 jours, jours fériés compris, à compter de la commande ou de l'engagement d'achat, le client a la faculté d'y renoncer par lettre recommandée avec accusé de réception. Si ce délai expire normalement un samedi, un dimanche ou un jour férié ou chômé, il est prorogé jusqu'au premier jour ouvrable suivant. Toute clause du contrat par laquelle le client abandonne son droit de renoncer à sa commande ou à son engagement d'achat est nulle et non avenue... ».

LE CONCESSIONNAIRE
Représenté par **R. CROUSPOL**
Lu et approuvé

Fait en 3 exemplaires,
le **2 juin 2005**

LE CLIENT
Lu et approuvé