

CORRIGE

Ces éléments de correction n'ont qu'une valeur indicative. Ils ne peuvent en aucun cas engager la responsabilité des autorités académiques, chaque jury est souverain.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL
«SERVICES (Accueil – Assistance – Conseil)»

Session 2005

CORRIGÉ

E1 : ÉPREUVE SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE
Sous-épreuve B1 : Cadre économique et juridique de l'activité professionnelle

Durée : 1 heure

Coefficient : 1

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL « SERVICES »		
Session 2005	Coefficient : 1	Durée : 1 heure
Épreuve E1 B1	CORRIGÉ	Page 1 sur 2

0506 SER ST B bis

ÉCONOMIE (10 points)

- 1) Indiquez les deux éléments qui conditionnent le pouvoir d'achat des ménages (2 points)
 - Les revenus,
 - Les prix.
- 2) Indiquez les facteurs qui influent sur la consommation des ménages (2 points)
 - Le pouvoir d'achat,
 - Les facteurs psychologiques : moral, anticipation de l'avenir...
- 3) Expliquez comment la consommation peut être un moteur de la croissance économique (3 points)
 - La consommation crée une demande en direction des entreprises,
 - Pour la satisfaire, les entreprises embauchent et de nouvelles entreprises se créent,
 - Ce surcroît d'activité crée des revenus supplémentaires qui permettront à nouveau de consommer.
- 4) Mettez en évidence l'influence de la consommation sur l'épargne (2 points)

Lorsque l'une augmente, l'autre diminue. Les deux fonctions constituent une utilisation du revenu disponible.
- 5) Expliquez comment l'épargne peut contribuer à la croissance économique (1 point)

L'épargne contribue à la croissance lorsqu'elle permet l'investissement.

DROIT (10 points)

- 1) Expliquez les différences que vous faites entre les allégations ou indications fausses et allégations et indications de nature à induire en erreur évoquées dans le texte. Donnez un exemple de chacune en terme de service (4 points)
 - Les allégations ou indications fausses sont contraires à la vérité. On parle de publicité mensongère ; **exemple** : les conditions de paiement annoncées ne correspondent pas à la réalité (crédit gratuit qui est en fait payant).
 - Les allégations ou indications de nature à induire en erreur ne sont pas véritablement contraires à la vérité mais peuvent conduire à une perception erronée du consommateur. On parle de publicité trompeuse ; **exemple** : une présentation qui évoque un service réalisé sur place alors qu'il est délocalisé chez un prestataire étranger.
- 2) Indiquez dans cette situation ce que représente le prix de référence (1 point)

Il s'agit du prix sur lequel porte la réduction : ici le prix pratiqué durant les 30 jours précédant le début de la publicité.
- 3) Le code de la consommation prévoit une obligation générale d'information du consommateur à la charge des commerçants et des prestataires de services ; indiquez l'importance de cette obligation dans la formation du contrat (2 points)

Une mauvaise information du consommateur peut provoquer une erreur de sa part et constituer un vice de son consentement.
- 4) Expliquez la raison pour laquelle l'information du consommateur concernant le prix est particulièrement importante au moment de la conclusion du contrat (2 points)

L'accord sur l'objet et sur le prix est nécessaire à la formation du contrat.
- 5) Précisez les raisons pour lesquelles l'information doit être particulièrement précise sur Internet. (1 point)

Le consommateur n'est pas en contact direct avec le vendeur et le produit. Les risques de tromperie sont alors plus importants et les recours difficiles (surtout vis-à-vis de sociétés étrangères).

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL « SERVICES »		
Session 2005	Coefficient : 1	Durée : 1 heure
Épreuve E1 B1	CORRIGÉ	Page 2 sur 2