



SERVICES CULTURE ÉDITIONS
RESSOURCES POUR
L'ÉDUCATION NATIONALE

**Ce document a été numérisé par le CRDP de Montpellier pour la
Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel**

Ce fichier numérique ne peut être reproduit, représenté, adapté ou traduit sans autorisation.

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.

EXAMEN : BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL		Session : 2009
SPECIALITÉS : COMPTABILITÉ ET SECRÉTARIAT, COMMERCE ET VENTE		
Épreuve Scientifique et Technique	Durée : 1 heure 30	Coefficient : 1
Sous-épreuve EIB : Économie et Droit		Unité 12

**ÉLÉMENTS INDICATIFS DE CORRIGÉ ARRÊTÉS APRÈS LA COMMISSION
NATIONALE TENUE À MONTPELLIER, LE VENDREDI 26 JUIN 2009**

Ce corrigé comporte 4 pages numérotées de 1 à 4

Ce dossier présente des éléments de corrigé à l'attention des correcteurs.

Plusieurs questions appellent des réponses rédigées de la part des candidats. Seules les idées clés sont proposées, de manière schématique, pour permettre une approche ouverte des réponses des candidats. Ce document ne constitue donc pas un modèle.

NOTA : il est rappelé que les nombres de points annoncés dans le sujet constituent un engagement *à minima*, incontournable, vis-à-vis des candidats. Le barème fourni respecte cette contrainte et doit s'appliquer à tous.

DOSSIER 1 : ÉCONOMIE

Question 1	Expliquez en quoi consiste la tarification flexible mise en place par la SNCF.	2 pts	1 1
Question 2	Identifiez et indiquez les caractéristiques de la cible concernée par les billets SNCF dans les trains hors période de pointe.	2 pts	1 1
Question 3	Expliquez la phrase soulignée dans le texte.	2 pts	0,5 x 4
Question 4	Dans un développement structuré, après avoir rappelé et défini les composantes de l'action commerciale, vous indiquerez quels sont les moyens utilisés par la SNCF pour améliorer sa rentabilité.	4 pts	0,5 2 1 0,5
Total			10 points

DOSSIER 2 : DROIT

Question 1	Précisez quelles sont les parties au contrat de transport de personnes.	1 pt	0,5 0,5
Question 2	Indiquez le type de responsabilité qui est engagée par la SNCF, en cas de retard important.	1 pt	1
Question 3	Dans le cadre de son « Engagement Horaire Garanti », la SNCF propose une compensation à ses clients, en cas de retard. a) Précisez dans quelles conditions. b) Indiquez la démarche à mettre en œuvre pour obtenir cette compensation.	3 pts	2 1
Question 4	Identifiez les différents moyens de recours, en cas de désaccord du client sur la compensation reçue.	2 pts	2
Question 5	Rappelez le rôle d'une association de consommateurs et indiquez les actions qu'elle peut mettre en place pour accomplir ses missions.	2 pts	1 0,5 x 2
Total			9 points
Qualité de la rédaction, précision du vocabulaire et respect de l'orthographe appliqués à l'ensemble de la copie			1 point

DOSSIER 1 : ÉCONOMIE

Q	Correction	Pts	Précision barème
1	<p>Expliquez en quoi consiste la « tarification flexible » mise en place par la SNCF.</p> <p>Deux idées à retenir :</p> <ul style="list-style-type: none"> * Les prix sont fixés en fonction des périodes du trajet * Les prix sont fixés en fonction de la demande. <p>Accepter : en période de pointe, le billet est plus cher ; en période creuse, le prix diminue.</p> <p>Ne pas admettre la simple reprise mot à mot de la définition du « yield management ».</p>	2 pts	1 pt 1 pt
2	<p>Identifiez et indiquez les caractéristiques de la cible concernée par les billets SNCF dans les trains hors période de pointe.</p> <p>Cible concernée : <u>seniors</u> et <u>jeunes</u></p> <p>Caractéristiques de la cible concernée :</p> <ul style="list-style-type: none"> • ne pas avoir l'obligation de voyager à des périodes fixes • cible pouvant être intéressée par des tarifs moins élevés <p>Accepter toute expression recouvrant la même idée.</p>	2 pts	0,5 + 0,5 0,5 + 0,5
3	<p>Expliquez la phrase soulignée dans le texte : « A grand renfort de promotion, la SNCF regagne des parts de marché, renoue avec les profits et pousse même Air Lib à mettre la clé sous la porte. »</p> <p>La SNCF a mis en place de nombreuses actions de réduction des prix (0,5) afin d'attirer une clientèle (0,5) qui voyageait avec ses concurrents (0,5). (Compagnies aériennes à bas prix).</p> <p>Elle a ainsi mieux rentabilisé ses trains et/ou augmenté ses profits (ou réalisé des bénéfices) (0,5).</p>	2 pts	0,5 par élément Accepter toute proposition pertinente

DOSSIER 1 : ÉCONOMIE (Suite)

Q	Correction	Pts	Précision barème
4	<p>Dans un développement structuré, après avoir rappelé et défini les composantes de l'action commerciale, vous indiquerez quels sont les moyens utilisés par la SNCF pour améliorer sa rentabilité.</p> <p>Introduction : phrase qui annonce le thème du développement et éventuellement le plan</p> <p>L'action commerciale d'une entreprise correspond aux moyens qu'elle met en place, après avoir identifié les besoins des consommateurs, pour répondre à leurs attentes et ainsi déterminer une politique adaptée dans le but d'assurer sa rentabilité.</p> <p>Première partie - Les composantes de l'action commerciale :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la politique de produit : le bien ou le service ; - la politique de prix : prix choisis par l'entreprise pour se positionner sur le marché ; - la politique de distribution : réseaux choisis pour mettre le produit à disposition des consommateurs ; - la politique de communication (tolérer publicité) : actions permettant de faire connaître ou de promouvoir le produit. <p>Deuxième partie - Les moyens utilisés par la SNCF pour améliorer sa rentabilité :</p> <ul style="list-style-type: none"> - tarification en temps réel ; - tarification flexible en fonction de la demande (adaptation des tarifs à la demande ; « yield management ») ; - tarification en fonction de la catégorie du client. <p>Accepter des exemples pertinents.</p> <p>Conclusion : résumé et/ou ouverture (accepter toute forme de conclusion pertinente).</p>	4 pts	<p>0,5</p> <p>2 (0,25 pour chaque composante, 0,25 pour chaque définition)</p> <p>1 (0,5 par élément En retenir 2)</p> <p>0,5</p>

DOSSIER 2 : DROIT

Q	Correction	Pts	Précision barème
1	<p>Précisez quelles sont les parties au contrat de transport de personnes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - le vendeur du service : le transporteur ou la SNCF (accepter Compagnie des autocars de Bourgogne) ; - l'acheteur : le voyageur ou le client. 	1 pt	0,5 x 2
2	<p>Indiquez quel type de responsabilité est engagé par la SNCF en cas de retard important :</p> <ul style="list-style-type: none"> - responsabilité civile contractuelle <p>Accepter responsabilité contractuelle.</p> <p>Ne pas accepter la seule mention « responsabilité civile ».</p>	1 pt	1
3	<p>Dans le cadre de son « Engagement Horaire Garanti », la SNCF propose une compensation à ses clients en cas de retard.</p> <p>a) Précisez dans quelles conditions. Indemnité correspondant au remboursement du tiers du billet de train en « Bon Voyage » quand :</p> <ul style="list-style-type: none"> - retard d'au moins 30 minutes ; - trajet sur le réseau grandes lignes, sur une distance d'au moins 100 km ; - retard imputable à la SNCF. <p>b) Indiquez la démarche à mettre en œuvre pour obtenir cette compensation.</p> <ul style="list-style-type: none"> - compléter l'enveloppe « régularité » ; - l'envoyer au « Centre de régularité » avec le billet. 	3 pts	2 (exiger les 3 éléments)
4	<p>Identifiez les différents moyens de recours en cas de désaccord du client sur la compensation reçue :</p> <ul style="list-style-type: none"> - contacter le Service client (ou service relations clients) afin de rechercher un accord ; - s'adresser à une association agréée de consommateurs susceptible de saisir le médiateur de la SNCF ; - porter le litige en justice (ou « aller devant le juge de proximité »). <p>Accepter conciliation, médiation, action en justice. Accepter service clients, médiation, contentieux.</p>	2 pts	2 (3 réponses exigées)
5	<p>Rappelez le rôle d'une association de consommateurs :</p> <ul style="list-style-type: none"> - défense et/ou protection des consommateurs. <p>Indiquez les actions qu'elle peut mettre en place pour accomplir ses missions.</p> <ul style="list-style-type: none"> - informer les consommateurs sur leurs droits par des fiches pratiques, par des publications ou des actions dans les médias ; - réaliser des études comparatives, tester et critiquer les produits ou services ; - défendre les intérêts des consommateurs auprès des entreprises en les représentant auprès des médiateurs, des services relations clients et des tribunaux ; - collaborer avec les professionnels en vue de l'amélioration des produits et des pratiques commerciales. 	2 pts	1 0,5 x 2
Qualité de la rédaction, précision du vocabulaire, respect de l'orthographe appliqués à l'ensemble de la copie			1 (ou 0,5 ou 0)