

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL

« SERVICES (Accueil – Assistance – Conseil) »

Session 2005

SUJET

E1 : Epreuve scientifique et technique

Sous-épreuve B1 : Cadre économique et juridique de l'activité professionnelle

Durée : 1 heure

Coefficient : 1

BACCALAUREAT PROFESSIONNEL « SERVICES »		
Session 2005	Coefficient : 1	Durée : 1 heure
Épreuve E1 B1	SUJET	Page 1 sur 4

0506-SER ST B

ÉCONOMIE (10 points)

À l'aide du document 1 et de vos connaissances :

- 1) Indiquez les deux éléments qui conditionnent le pouvoir d'achat des ménages.
- 2) Indiquez les facteurs qui influent sur la consommation des ménages.
- 3) Expliquez comment la consommation peut être un moteur de la croissance économique.
- 4) Mettez en évidence l'influence de la consommation sur l'épargne.
- 5) Expliquez comment l'épargne peut contribuer à la croissance économique.

DROIT (10 points)

À l'aide des documents 2 et 3 et de vos connaissances :

- 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.
- 2) Indiquez dans cette situation ce que représente le prix de référence.
- 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.
- 4) Expliquez la raison pour laquelle l'information du consommateur concernant le prix est particulièrement importante au moment de la conclusion du contrat.
- 5) Précisez les raisons pour lesquelles l'information doit être particulièrement précise sur Internet.

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL « SERVICES »		
Session 2005	Coefficient : 1	Durée : 1 heure
Épreuve E1 B1	SUJET	Page 2 sur 4

Document 1

Enfin la croissance...

C'est la bonne surprise de l'été. Après une année précédente morose, l'économie repart. L'INSEE* a confirmé hier qu'au second trimestre 2004, la croissance avait repris de la vigueur. De quoi stimuler des secteurs comme le bâtiment ou l'automobile.

Vu comme ça le chiffre paraît ridicule : à peine 0,9 %. Et pourtant, il provoque l'enthousiasme des experts économiques. Le produit intérieur brut, chiffre qui mesure la richesse nationale «devrait augmenter de 0,8% à 0,9 %» après une croissance déjà vigoureuse au premier trimestre (+ 0,8%). Ce rebond beaucoup plus important que prévu, permet d'ores et déjà à la France d'afficher fin juin une croissance de + 2,2 % pour 2004, soit proche de l'objectif que s'est fixé le gouvernement : + 2,3 %.

Un très bon score qui s'explique essentiellement par l'excellente tenue de la consommation, et qui place «la France dans le peloton de tête de la croissance de l'Europe» souligne-t-on tout en prévenant : *«Il ne faut pas que la consommation soit le seul moteur de l'économie. Il est important que l'investissement prenne la suite.»*

Second semestre déterminant

Car si l'économie française retrouve bel et bien des couleurs, elle n'est pas totalement sortie d'affaire. Le moral des chefs d'entreprises s'améliore, mais ceux-ci hésitent toujours à lancer de nouveaux projets. En définitive, c'est du côté des ménages et de leur attitude face à un chômage toujours élevé (10 %) que réside la principale incertitude. *«Sans eux, la reprise ne serait pas au rendez vous. Le problème est que leur pouvoir d'achat stagne. Pour le maintenir, ils puisent désormais dans leur épargne et s'endettent. Mais s'ils voient que l'emploi ne s'améliore pas au cours des prochains mois, ils pourraient bien être tentés, de nouveau, de se remettre à épargner, ce qui risque de limiter ce rebond»* souligne Alexandre Bourgeois de Natexis Banques Populaires.

**Institut National des Statistiques et des Études Économiques*

Aline Gérard - «Le Parisien L'Oise Matin» - vendredi 13 août 2004

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL « SERVICES »		
Session 2005	Coefficient : 1	Durée : 1 heure
Épreuve E1 B1	SUJET	Page 3 sur 4

Document 2

Code de la consommation, article L 121-1

Est interdite toute publicité comportant, sous quelque forme que ce soit, **des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur**, lorsque celles-ci portent sur un ou plusieurs des éléments ci-après : existence, nature, composition, qualités substantielles, teneur en principes utiles, espèce, origine, quantité, mode et date de fabrication, propriétés, prix et conditions de vente de biens ou services qui font l'objet de la publicité, conditions de leur utilisation, résultats qui peuvent être attendus de leur utilisation, motifs ou procédés de la vente ou de la prestation de services, portée des engagements pris par l'annonceur, identité, qualités ou aptitudes du fabricant, des revendeurs, des promoteurs ou des prestataires.

Document 3

Première condamnation pour publicité mensongère sur les prix

En ligne ou traditionnel, tout commerçant doit respecter la réglementation sur l'affichage des prix.

Les commerçants en ligne sont, comme ceux ayant pignon sur rue, soumis à la réglementation relative à l'affichage des prix.

Ainsi, le tribunal de police de Boissy-Saint-Léger (94) a condamné en février dernier, pour la première fois, un commerçant en ligne, à 17 amendes de 100 € chacune.

C'est la plainte d'une consommatrice auprès de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) qui a été le point de départ de cette affaire.

L'enquête a révélé que des produits présentés après les soldes, comme étant de «*bonnes affaires*» avec la mention de réductions libellées «*jusqu'à - 30 %*» ou «*de - 40 % à - 50 %*», indiquaient un prix de référence supérieur à celui qui avait été pratiqué pendant les soldes.

Il s'agit là d'une infraction passible de contravention pour vente de produit ou prestation de service sans respect des règles d'information du consommateur sur les prix et conditions de vente.

L'arrêté n° 77-105/P impose en effet, en cas d'annonce de réduction de prix, que soit indiqué un prix de référence égal au prix le plus bas effectivement pratiqué au cours des 30 derniers jours précédant le début de la publicité, c'est-à-dire, en l'espèce, pendant la période des soldes.

Maître Alain Bensoussan*, *Micro Hebdo*, le 13/09/2004

* *Avocat à la cour d'appel de Paris et spécialiste en droit de l'informatique*

BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL «SERVICES»		
Session 2005	Coefficient : 1	Durée : 1 heure
Épreuve E1 B1	SUJET	Page 4 sur 4