

EXAMEN :	<b>BACCALAURÉAT PROFESSIONNEL</b>	<b>Session 2006</b>
SPECIALITÉ :	<b>COMPTABILITÉ, SECRÉTARIAT, COMMERCE et VENTE</b>	
<b>Épreuve Scientifique et Technique</b>	<b>Durée : 1 heure 30</b>	<b>Coefficient : 1</b>
<b>Sous-Épreuve E1B : Économie et Droit</b>		<b>Unité 12</b>

Ce corrigé comporte 3 pages numérotées de 1 à 3

## Corrigé, après commission nationale, tenue le 22 juin 2006 à Montpellier

### CORRIGÉ

#### ÉLÉMENTS INDICATIFS DE CORRIGÉ

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.*

*En revanche, pour évaluer le candidat, on ne se limitera pas à la valorisation des mots conformes au corrigé. Une réponse est valorisée si elle est exacte, rédigée et exprimée de façon correcte.*

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

#### CORRIGÉ DOSSIER 1 – ÉCONOMIE

<b>Question 1</b>	La nature des produits Vuitton	1.5 points
<b>Question 2</b>	L'évolution de l'activité Vuitton	1.5 points
<b>Question 3</b>	Les raisons de l'élargissement de l'offre	1.5 points
<b>Question 4</b>	Les composantes du plan de marchéage	4.5 points
Qualité de la rédaction, précision du vocabulaire et respect de l'orthographe		1 point
<b>Total.....</b>		<b>10 points</b>

#### CORRIGÉ DOSSIER 2 – DROIT

<b>Question 1</b>	Le rôle de la DGCCRF	1 point
<b>Question 2</b>	L'acte de contrefaçon, infraction et tribunal compétent	2 points
<b>Question 3</b>	Les risques judiciaires	1 point
<b>Question 4</b>	Le développement structuré	5 points
Qualité de la rédaction, précision du vocabulaire et respect de l'orthographe		1 point
<b>Total.....</b>		<b>10 points</b>

**CORRIGÉ DOSSIER 1 – ÉCONOMIE**

	<b>Réponses</b>	<b>Seuil d'acceptabilité</b>	<b>Points</b>	
<b>1</b>	<u>Les produits fabriqués et distribués par Vuitton</u> - La maroquinerie ou sacs ou bagages ou malles de voyage. - Les montres, les bijoux et accessoires. - Le prêt-à-porter ou robes, manteaux, costumes. - Les chaussures. - Les lunettes de soleil.	<b>3 éléments valorisés</b>	<b>0.5 * 3</b>	<b>1.5 pts</b>
<b>2</b>	<u>Étapes de l'évolution de l'activité Vuitton</u> 1854 - Fabrication de malles de voyage 1970 - Ouverture de magasins exclusifs pour la distribution des produits Louis Vuitton Depuis 1996 - Modification des produits d'origine : fabrication de bagages sans logo, produits en jean, couleur et graffitis ; conception de prêt-à-porter 1998 - Action sur la politique commerciale plus dynamique	<b>Respecter la chronologie sans exigence de dates sinon 0</b>  <b>Si une seule étape 0</b> <b>Si deux étapes 0.5</b> <b>Si trois étapes 1.5</b>		<b>1.5 pts</b>
<b>3</b>	<u>Les raisons qui ont conduit à élargir son offre</u> - Limiter les risques liés à un seul produit - Diversifier sa clientèle (plus jeune, plus occidentale, plus masculine) - Lutter contre la contrefaçon, ou lutter contre la concurrence ou élargir ses parts de marché.	<b>3 éléments valorisés</b> <b>Accepter toute formulation cohérente</b>	<b>0.5 * 3</b>	<b>1.5 pts</b>
<b>4</b>	<u>Les composantes du plan de marchéage et les choix de Vuitton</u>  <u>Le produit</u> : produits de luxe maroquinerie, bagagerie, prêt-à-porter, accessoires et bijoux. Produits de grande qualité. Garantie à vie. <u>Le prix</u> : prix élevé et choix d'une politique d'écrouissage. Vente limitée mais prix élevé. Aucun solde. <u>La distribution ou place</u> : circuit court, réseau de revendeurs spécialisés ou exclusifs, magasins luxueux. Vuitton exclut la vente en gros. <u>La communication ou publicité</u> : utilisation des vedettes ambassadrices pour vendre l'image du produit. Sélection des plus gros clients et invitations aux nombreux cocktails – actions promotionnelles – création d'un fichier clients.	<b>0.5 pt pour chaque composante et 0.5 pour la présentation d'au moins un élément par choix de Vuitton</b>  <b>Bonus de + 0.5 si les 4 composantes sont citées.</b>	<b>(0.5+0.5)x 4</b>  <b>0.5</b>	<b>4.5 pts</b>
	<u>Qualité de la rédaction, précision du vocabulaire et respect de l'orthographe</u>	<b>Ne pas pénaliser de plus de 0.5 pt pour l'orthographe</b>		<b>1 pt</b>
	<b>TOTAL</b>			<b>10 pts</b>

**CORRIGÉ DOSSIER 2 – DROIT**

	<b>Réponses</b>	<b>Seuil d'acceptabilité</b>	<b>Points</b>	
1	<u>Le rôle du DGCCRF</u> (Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes) - veiller au respect de la réglementation en vigueur (accepter : lutter contre la contrefaçon et la concurrence déloyale et assurer la protection du consommateur) - dénoncer ou sanctionner les abus	<b>0.5 pt par notion</b>	<b>0.5 * 2</b>	<b>1 pt</b>
2	<u>L'acte de contrefaçon, le type d'infraction et tribunal compétent</u> <b>Acte de contrefaçon</b> est le fait de produire, de vendre un bien, <u>sans être titulaire de droit de propriété</u> , d'exploiter ce droit, profiter de la notoriété du titulaire et donc de porter atteinte aux droits de ce dernier. <b>Infraction</b> : un délit <b>Tribunal compétent</b> : Tribunal correctionnel	<b>1 pt pour l'acte</b> <b>1 ou 0</b>  <b>Aucune erreur tolérée 0.5 ou 0</b> <b>Aucune erreur tolérée 0.5 ou 0</b>	<b>1</b>  <b>0.5</b> <b>0.5</b>	<b>2 pts</b>
3	<u>Les risques judiciaires pour les entreprises et consommateurs</u> <u>Confiscation</u> de la marchandise saisie, <u>amendes</u> douanières, <u>poursuites</u> judiciaires civiles et pénales	<b>3 éléments exigés</b> <b>1 ou 0</b>		<b>1 pt</b>
4	<u>Développement structuré</u> <b>Evolution de la contrefaçon</b> Au cours de 4 dernières années, <u>fort développement de la contrefaçon</u> : 10 % du <u>commerce mondial</u> en 2000 contre 5% en 1996 Nombre de saisies en UE multiplié par 4 : de 25 à 100 millions d'articles saisis. Pour la France, de 300 000 articles saisis à 2 millions en 2003. La contrefaçon est <u>l'œuvre de filières organisées</u> . Ne concerne plus uniquement les produits de luxe mais <u>s'étend à tous les secteurs d'activité</u> . <u>Produits courants</u> sont maintenant concernés. Ex : jouets, pièces détachées pour automobiles, certains médicaments, parfums, sacs, bagages, vêtements, matériels de bricolage, bonbons, etc. <b>Protection</b> <b>La loi assure aux entreprises</b> → Protection de la propriété intellectuelle → Protection contre la concurrence déloyale <b>La loi informe et assure au consommateur</b> → Droit à la vérité sur les produits (origines, composition...) → Respect au droit à l'information → Respect de la sécurité du consommateur <b>Les moyens mis en œuvre pour lutter contre la contrefaçon et ses méfaits</b> → L'information : actions de sensibilisation des consommateurs sur les méfaits de la contrefaçon et les risques pour leur sécurité → La répression : législation, plan d'action national des douanes, contrôles de la DGCCRF et de la police nationale → Collaboration avec les pays où les produits contrefaits sont élaborés afin de coopérer et de développer une économie loyale → Les entreprises constituées en partie civile pour se défendre	<b>Présentation dans le temps et l'espace exigée</b> <b>0.5 ou 0</b>  <b>« filières organisées » exigées</b> <b>0.5 ou 0</b>  <b>Évolution de la nature des produits exigée</b> <b>1 ou 0</b> <b>Accepter des exemples de produits</b>  <b>Au moins 1 protection pour l'entreprise et 1 pour le consommateur</b> <b>1 * 2</b>  <b>2 moyens valorisés</b> <b>0.5 * 2</b>	<b>0.5</b>  <b>0.5</b>  <b>1</b>  <b>2</b>  <b>1</b>	<b>5 pts</b>
	<u>Qualité de la rédaction, précision du vocabulaire et respect de l'orthographe</u>			<b>1 pt</b>
	<b>TOTAL</b>			<b>10 pts</b>