

SESSION 2012

BACCALAURÉAT TECHNOLOGIQUE
SCIENCES ET TECHNOLOGIES DE LA GESTION

Durée de l'épreuve : 3 heures

Coefficient : 6

ÉCONOMIE – DROIT

Le sujet comporte 4 pages numérotées de 1/4 à 4/4
Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

L'usage de la calculatrice n'est pas autorisé.

Ce sujet est composé de deux parties indépendantes qu'il est possible de traiter dans l'ordre de votre choix. Il vous est demandé d'indiquer l'intitulé de la partie traitée.

Ce sujet comporte 3 annexes.

PARTIE RÉDACTIONNELLE (10 points)

Sous l'effet du vieillissement de leurs populations, les dépenses de prise en charge de la dépendance dans les pays de l'OCDE devraient doubler – voire tripler – d'ici 2050. Cette évolution risque d'augmenter des dépenses sociales, déjà importantes, dans ces pays pour la santé, la retraite, l'indemnisation du chômage...

À l'aide de vos connaissances, sous une forme structurée et en utilisant des arguments économiques, vous répondrez à la question suivante :

L'État peut-il poursuivre une politique de protection sociale ?

PARTIE ANALYTIQUE (10 points)

À l'aide des annexes et de vos connaissances, répondez aux questions suivantes :

1. Distinguez la vente liée de la vente classique.
2. Présentez les arguments juridiques permettant d'expliquer en quoi vendre un ordinateur équipé d'un logiciel d'exploitation peut être considéré comme une pratique déloyale.
3. Précisez la position de l'Union européenne à propos des pratiques commerciales déloyales.
4. Expliquez la phrase soulignée.

LISTE DES ANNEXES

ANNEXE 1 : les ventes liées plus ou moins légales

ANNEXE 2 : extraits du Code de la consommation

ANNEXE 3 : extraits de la directive européenne 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005

ANNEXE 1 EXTRAITS D'UN ARTICLE DU MAGAZINE LSA

LES VENTES LIÉES PLUS OU MOINS LÉGALES

Le Parlement vient de modifier la loi en autorisant les ventes liées, comme le prévoit une directive européenne. Mais l'UFC-Que Choisir vient de gagner contre Hewlett-Packard dans le sens inverse...

Vendre un ordinateur équipé d'un logiciel, un lot d'une bouteille de whisky et de porto sans pouvoir acheter l'une sans l'autre ou subordonner l'achat d'un produit nouveau à un autre sera de moins en moins une source d'insécurité juridique. Idem pour les ventes avec des primes, dont la valeur ne devait pas dépasser 7 % de la valeur du produit vendu, ou les ventes avec loterie. Il aura fallu pas moins de quatre lois, de nombreuses affaires devant les tribunaux (UFC-Que Choisir contre Orange et Darty, TF1 contre Orange, d'autres à l'étranger) pour que le Parlement finisse par transposer en droit français la directive européenne à laquelle la France avait d'ailleurs apporté son soutien. La modification du code de la consommation a eu lieu le 17 mai dernier.

Jurisprudence contradictoire

Mais au même moment, l'UFC-Que Choisir a gagné le procès en appel qui l'opposait à Hewlett-Packard sur la vente conjointe d'ordinateurs et de logiciels, sans qu'il puisse être possible d'acheter des ordinateurs nus. La cour d'appel de Versailles a estimé que la vente liée ordinateur/logiciels peut constituer une pratique commerciale déloyale. D'une part en raison de l'absence d'information sur le prix des logiciels permettant au consommateur de comparer les prix, d'autre part parce que HP propose aux professionnels des ordinateurs sans logiciel, alors qu'ils les refusent au grand public. Elle a condamné HP à mentionner sur son site le prix des logiciels et à offrir une renonciation à l'achat.

Difficile de s'y retrouver. La directive européenne relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs liste, en effet, 31 pratiques déloyales comme les ventes trompeuses, agressives ou forcées. [.../...] qui sont interdites.

L'affaire n'est donc pas close...

Sylvain Aubril – LSA n°2186 – 9 juin 2011

ANNEXE 2 : extraits du Code de la consommation

Article L120-1 Les pratiques commerciales déloyales sont interdites. Une pratique commerciale est déloyale lorsqu'elle est contraire aux exigences de la diligence professionnelle et qu'elle altère, ou est susceptible d'altérer de manière substantielle, le comportement économique du consommateur normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, à l'égard d'un bien ou d'un service.

Article L122-1 Il est interdit de refuser à un consommateur la vente d'un produit ou la prestation d'un service, sauf motif légitime, et de subordonner la vente d'un produit à l'achat d'une quantité imposée ou à l'achat concomitant d'un autre produit ou d'un autre service ainsi que de subordonner la prestation d'un service à celle d'un autre service ou à l'achat d'un produit dès lors que cette subordination constitue une pratique commerciale déloyale au sens de l'article L. 120-1.

ANNEXE 3 : extraits de la directive européenne 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005

Article premier Objectif

L'objectif de la présente directive est de contribuer au bon fonctionnement du marché intérieur et d'assurer un niveau élevé de protection des consommateurs en rapprochant les dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives aux pratiques commerciales déloyales qui portent atteinte aux intérêts économiques des consommateurs.

Article 2 Définitions

Aux fins de la présente directive, on entend par :

- "consommateur": toute personne physique qui, pour les pratiques commerciales relevant de la présente directive, agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale;
- "professionnel": toute personne physique ou morale qui, pour les pratiques commerciales relevant de la présente directive, agit à des fins qui entrent dans le cadre de son activité, commerciale, industrielle, artisanale ou libérale, et toute personne agissant au nom ou pour le compte d'un professionnel;
- "produit": tout bien ou service, y compris les biens immobiliers, les droits et les obligations;
- "pratiques commerciales des entreprises vis-à-vis des consommateurs" (ci-après également dénommées "pratiques commerciales"): toute action, omission, conduite, démarche ou communication commerciale, y compris la publicité et le marketing, de la part d'un professionnel, en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture d'un produit aux consommateurs;
- "altération substantielle du comportement économique des consommateurs": l'utilisation d'une pratique commerciale compromettant sensiblement l'aptitude du consommateur à prendre une décision en connaissance de cause et l'amenant par conséquent à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement;