

BACCALAURÉATS PROFESSIONNELS

ACCUEIL – RELATION CLIENTS – USAGERS
COMMERCE
GESTION - ADMINISTRATION
LOGISTIQUE
TRANSPORT
VENTE

Session : 2016

Épreuve d'économie et droit

Durée : 2h30

Coefficient : 1

DOSSIER SUJET

Le sujet comprend deux parties.

Ce dossier comprend 11 pages numérotées de DS 1/11 à DS 11/11.

Les annexes dûment remplies sont à joindre à votre copie.

Les calculatrices ne sont pas admises lors de cette épreuve.

BARÈME

PARTIE I : ANALYSE DOCUMENTAIRE	/12 points
PARTIE II : CONDUITE DE L'ÉTUDE	/08 points
TOTAL DE L'ÉPREUVE :	/20 points

Baccalauréat Professionnel Secteur Tertiaire	1609-ECODROI	Session 2016	DS
U11 - Épreuve d'économie et droit	Durée : 2h30	Coefficient : 1	Page 1/11

Mécanisme et régulation de la concurrence sur un marché



Vous effectuez une Période de Formation en Milieu Professionnel (PFMP) au sein de l'entreprise Liberty Gym - Habsheim (68), dans la région Mulhousienne.

Ce groupe, présent sur l'ensemble du territoire national, développe un concept fitness haut de gamme à petit prix, ouvert 7/7 jours, de 6h à 23h et 365 jours par an. Toutes les salles du réseau sont équipées d'un matériel (cardio-training et musculation) de dernière génération et proposent des cours collectifs ou du coaching personnalisé.

Avec ce concept novateur, Liberty Gym a su attirer une nouvelle clientèle et est en pleine croissance. Le directeur, Nicolas CERQUANT, vous indique que la barre symbolique des 1 000 adhérents vient d'être dépassée après 8 mois d'exploitation. Cette réussite attire les convoitises et jalousies.

En effet, le directeur de la salle de sport voisine, la SULRAC FIT, essaie actuellement de récupérer une partie de notre clientèle. Pour cela, il utilise des pratiques concurrentielles interdites. Il critique ouvertement notre entreprise sur son compte Twitter et essaie de débaucher nos trois coachs sportifs.

Nicolas CERQUANT, attentif à la situation, envisage d'engager des poursuites en justice.

Afin d'approfondir ses connaissances et d'étoffer son dossier, il vous demande de réaliser une étude sur ce sujet. Il a constitué un dossier documentaire dont vous prenez connaissance.



Récapitulatif des documents :

Document 1	Extrait d'une vidéo : la concurrence.	Page 4
Document 2	Le gendarme de la concurrence flingue les cartels à tout va, les amendes pleuvent.	Page 5
Document 3	Chefs d'entreprise, la concurrence déloyale : c'est votre affaire.	Pages 6 et 7

Documents complémentaires :

Document 4	Désorganisation de l'entreprise et débauchage.	Page 8
Document 5	Le fitness à la française.	Page 8

Récapitulatif des annexes à compléter et à rendre avec la copie :

Annexe A	Fiche d'analyse du document 1.	Page 9
Annexe B	Fiche d'analyse du document 2.	Page 10
Annexe C	Fiche d'analyse du document 3.	Page 11

Baccalauréat Professionnel Secteur Tertiaire	1609-ECODROI	Session 2016	DS
U11 - Épreuve d'économie et droit	Durée : 2h30	Coefficient : 1	Page 2/11

PARTIE I : ANALYSE DOCUMENTAIRE

- 1.1 Analyser les documents 1, 2, 3 en **complétant les tableaux (fiches d'analyse) des annexes A, B, C (à rendre avec la copie).**
- 1.2 Sur votre copie, à l'aide de vos connaissances et des documents :
- Expliquer « *le législateur a interdit monopoles et oligopoles ou les a encadrés strictement* » (document 1).
 - Expliquer « *ce gendarme chargé de traquer les "cartels" et autres firmes abusant de leur position dominante* » (document 2).
- 1.3 Vous souhaitez enrichir le dossier documentaire du directeur. Vous avez trouvé deux documents : les documents 4 et 5. **Choisir** celui qui vous semble le plus proche des préoccupations de votre entreprise. **Justifier votre choix (à rédiger sur votre copie).**

PARTIE II : CONDUITE DE L'ÉTUDE

À l'aide de vos **connaissances** et **du travail effectué en première partie** et en veillant à illustrer vos propos avec des **situations vécues** au cours de vos différentes périodes de formation en milieu professionnel et de **vos observations du monde socio-économique**, vous rédigez une étude qui doit permettre de répondre la problématique suivante :

L'État doit-il chercher à prévenir les dérives de la concurrence ?

Pour cela, vous structurerez votre étude en respectant les 4 points ci-dessous. Les points 2 et 3 devront faire l'objet d'un **écrit argumenté** de 15 lignes environ chacun.

- 1/ Présenter la problématique et expliciter ses concepts essentiels.
- 2/ La concurrence : ses bienfaits pour l'entreprise et pour le consommateur.
- 3/ La concurrence déloyale et les pratiques anticoncurrentielles : les différences et les recours possibles respectifs.
- 4/ Présenter de manière synthétique et justifiée, votre position personnelle sur la problématique.

Baccalauréat Professionnel Secteur Tertiaire	1609-ECODROI	Session 2016	DS
U11 - Épreuve d'économie et droit	Durée : 2h30	Coefficient : 1	Page 3/11

DOCUMENT 1

EXTRAIT D'UNE VIDÉO : LA CONCURRENCE



La concurrence, c'est quoi ? Le moyen magique de faire baisser les prix et augmenter le bonheur ? Ou bien la guerre de tous contre tous au bénéfice de quelques-uns ?

Prenons comme exemple un marché minuscule ? On a des entreprises qui produisent et vendent le même produit : disons des « *zoupettes* » et des clients qui les achètent.

Les économistes appellent concurrence parfaite cette situation où toutes les entreprises en compétition sont soumises aux mêmes conditions. D'un côté il y a les clients, de l'autre, il y a les « *zoupettes* ». Les clients observent les prix et choisissent forcément le plus bas. Si bien que celui qui vend plus cher, en fait, ne vend pas du tout. Résultat : chaque entreprise comprime ses coûts et ses marges au maximum. Le prix de la « *zoupette* », déterminé par l'interaction entre de nombreux vendeurs et de nombreux acheteurs s'établit tout près du minimum possible compte tenu des coûts de fabrication. Les consommateurs achètent leur « *zoupette* » au meilleur prix et ils sont heureux !

À l'opposé de la concurrence parfaite, il y a le monopole. Il n'existe qu'un seul producteur de « *zoupettes* ». Il peut augmenter ses prix autant qu'il veut. Les clients captifs n'ont guère le choix, à moins de se passer complètement de « *zoupette* ». Et ça, c'est dur !

Entre la concurrence parfaite et le monopole, il y a l'oligopole. Deux ou trois vendeurs, par exemple, se partagent le marché. La concurrence sur les prix joue en théorie, mais, en pratique, le risque d'entente sur les prix augmente fortement. Les consommateurs paient leur « *zoupette* » trop cher. Ils sont malheureux. C'est pour cette raison que dans la plupart des pays le législateur a interdit monopoles et oligopoles ou les a encadrés strictement.

Dans le monde réel, les exemples de concurrence parfaite sont rares.

Pour qu'il y ait concurrence parfaite il faut réunir au moins quatre conditions :

- 1- L'atomicité : ce qui signifie qu'il existe suffisamment de producteurs indépendants les uns des autres pour éviter toute entente sur les prix.
- 2- La libre entrée : pour que des nouveaux producteurs puissent entrer sur le marché. Si c'est impossible ou très compliqué, la concurrence n'est plus parfaite.
- 3- L'homogénéité du produit : s'il existe pleins de modèles ou des qualités différentes, ça ne fonctionne pas. Les « *zoupettes* » doivent être exactement les mêmes pour que la concurrence soit parfaite.
- 4- La transparence : les acheteurs doivent être informés sur les prix et la qualité des produits sinon, la concurrence ne marche plus. [...]

Source : d'après le site web Universcience en partenariat avec la Banque de France - Cité de l'Économie et de la Monnaie (ce film a été présenté en 2013 à l'exposition « L'économie : krach, boom, mue ? » à la Cité des sciences et de l'industrie).

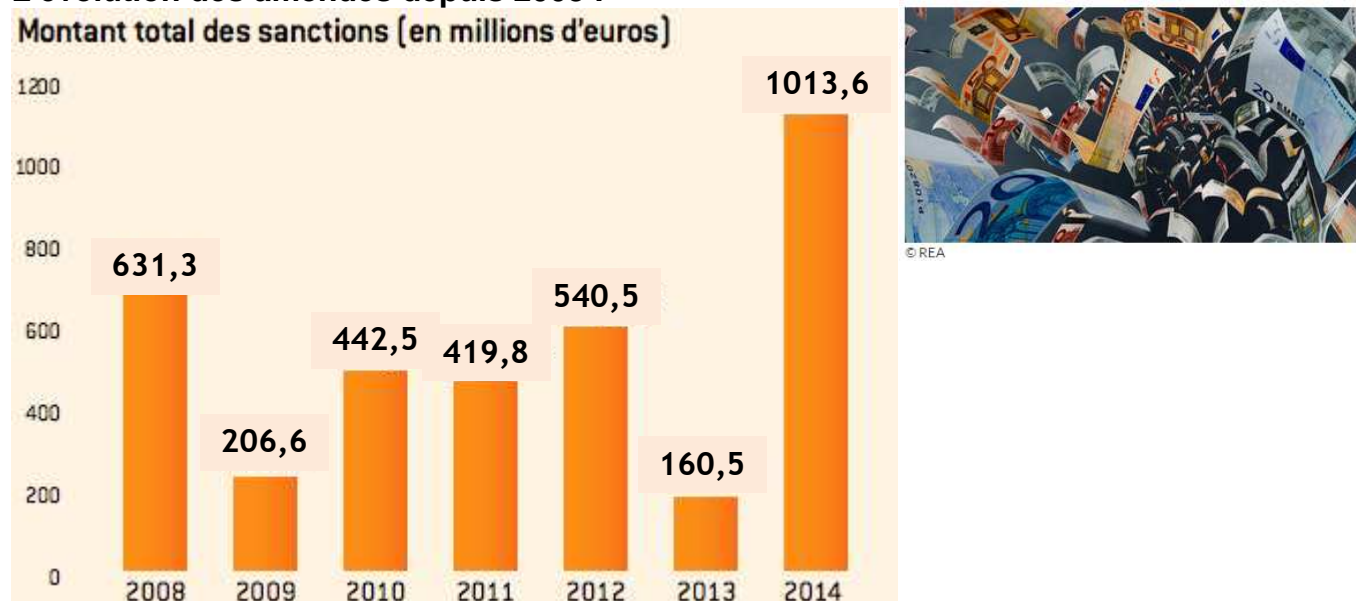
Baccalauréat Professionnel Secteur Tertiaire	1609-ECODROI	Session 2016	DS
U11 - Épreuve d'économie et droit	Durée : 2h30	Coefficient : 1	Page 4/11

DOCUMENT 2

**LE GENDARME DE LA CONCURRENCE FLINGUE LES CARTELS À TOUT VA,
LES AMENDES PLEUVENT**

08/07/15 à 18:37

Les entreprises n'ont qu'à bien se tenir : l'Autorité de la concurrence veille ! En témoigne le record de sanctions prononcées en 2014 par ce gendarme chargé de traquer les "cartels" et autres firmes abusant de leur position dominante. Au total, l'institution a infligé quelque 1,01 milliard d'euros d'amende l'an dernier, soit 6 fois plus qu'en 2013 !

L'évolution des amendes depuis 2008 :

Source : Autorité de la concurrence

Ce boom s'explique principalement par deux affaires impliquant des géants des produits d'entretien et d'hygiène, dont L'Oréal, Gillette, Procter & Gamble, Colgate-Palmolive ou encore Unilever. Accusées notamment de s'être concertées sur les hausses de prix des produits entre 2003 et 2006, ces sociétés ont subi au total 951,1 millions d'euros de sanctions, la palme revenant à L'Oréal et ses 189,5 millions d'euros à payer. Du jamais vu : la plus grosse amende était auparavant de 534 millions d'euros. Elle avait visé en 2005 Orange, Bouygues Telecom et SFR.

Thomas Le Bars
© Capital.fr

Baccalauréat Professionnel Secteur Tertiaire	1609-ECODROI	Session 2016	DS
U11 - Épreuve d'économie et droit	Durée : 2h30	Coefficient : 1	Page 5/11

CHEFS D'ENTREPRISE, LA CONCURRENCE DÉLOYALE : C'EST VOTRE AFFAIRE

Chefs d'entreprise, la concurrence déloyale : c'est votre affaire

La concurrence déloyale est une notion complexe. Beaucoup croient à tort qu'elle relève du droit pénal. Si certains comportements illégaux sont réprimés par des dispositions de nature pénale (infractions au droit du travail, au droit de la consommation, au droit de la sécurité sociale, etc.), ils ne sont pas pour autant constitutifs d'une concurrence déloyale.

L'objectif est ici de vous aider à appréhender cette notion de concurrence déloyale, les caractéristiques des comportements déloyaux, les moyens à mettre en œuvre devant la juridiction par l'entreprise victime pour obtenir réparation ainsi que les sanctions pouvant être accordées par le juge. Les apports de la loi du 10 juillet 2014 sur la lutte contre la concurrence sociale déloyale sont soulignés.

I - Qu'est-ce que la concurrence déloyale

IL N'EXISTE PAS DE DÉFINITION LÉGALE DE LA NOTION DE CONCURRENCE DÉLOYALE

La concurrence déloyale n'est pas définie dans le droit français. Elle ne fait l'objet d'aucun texte législatif.

La notion de concurrence déloyale résulte de la seule jurisprudence et de l'appréciation des juges : c'est *un comportement fautif déloyal contraire à la loi ou aux usages et de nature à porter préjudice au concurrent.*

LA CONCURRENCE DÉLOYALE RELÈVE DU RÉGIME DE LA RESPONSABILITÉ CIVILE DÉLICTUELLE

La notion de concurrence déloyale est basée sur **les articles 1382 et 1383 du Code Civil relatifs à la responsabilité délictuelle**¹.

Il appartient donc **exclusivement** à la victime d'intenter une action devant les **tribunaux civils**.

La juridiction compétente dépend du type de concurrence déloyale :

- ▶ En cas de litige entre deux entreprises, le **Tribunal de commerce (TC)** est compétent ;
- ▶ Les **Tribunaux de grande instance (TGI)** sont compétents dans le cas où un commerçant intenterait une action en concurrence déloyale à l'encontre d'un non-commerçant, ou lorsque les deux parties au procès sont des non-commerçants (par exemple en cas de litige entre des professions libérales).

Dans l'hypothèse où l'action en concurrence déloyale est dirigée contre un commerçant par un non-commerçant, ce dernier a le choix entre le TC et le TGI.

Les actions reposant sur des actes de concurrence déloyale et soulevant également une contrefaçon de brevet ou de marque relèvent aussi de la compétence des TGI.

⁽¹⁾ Article 1382 : *Tout fait quelconque de l'homme, qui cause à autrui un dommage, oblige celui par la faute duquel il est arrivé à le réparer.*

Article 1383 : *Chacun est responsable du dommage qu'il a causé non seulement par son fait, mais encore par sa négligence ou par son imprudence.*



Baccalauréat Professionnel Secteur Tertiaire	1609-ECODROI	Session 2016	DS
U11 - Épreuve d'économie et droit	Durée : 2h30	Coefficient : 1	Page 6/11

DOCUMENT 3 (SUITE)

II - Que recouvre la notion de concurrence déloyale ?

Les comportements déloyaux peuvent se manifester par différents moyens :

► **Le dénigrement** : il consiste à jeter publiquement le discrédit sur un concurrent, en répandant à son propos, ou au sujet de ses produits ou services, des informations malveillantes.

Le dénigrement peut par exemple prendre la forme de campagnes médiatiques ou de lettres circulaires adressées aux clients ou aux partenaires d'és.

► **L'imitation / la confusion** : l'imitation vise à utiliser les signes distinctifs d'un concurrent afin de profiter de sa renommée et ainsi capter sa clientèle. Pour que ces comportements soient qualifiés de concurrence déloyale, il faut que les entreprises se trouvent dans une **situation de concurrence**, et que l'imitation crée un **risque de confusion** pour le client moyennement attentif.

Une entreprise concurrente qui copie ou s'inspire de la marque, des produits, du nom commercial ou des documents commerciaux d'une société et qui crée de ce fait un risque de confusion se livre à un acte de concurrence déloyale.

► **Le parasitisme** : le parasitisme est le fait pour une société qui exerce une activité dans un **domaine différent** de tirer profit, sans rien dépenser, de la réputation ou du savoir-faire d'une entreprise de renom. Cette technique consiste à se greffer sur la notoriété du concurrent, sans nécessairement rechercher à imiter la marque.

► **La désorganisation économique** :

* La désorganisation peut viser à perturber **l'entreprise concurrente** par différents moyens, comme le débauchage du personnel tenu par une clause de non-concurrence, ou par la désorganisation commerciale de son activité (détournement de commandes, de fichiers, démarchage déloyal, désorganisation du réseau de vente d'un concurrent, etc.).

* Certains comportements déloyaux peuvent aussi porter atteinte aux **intérêts du marché**. Entre dans cette catégorie **l'inobservation des dispositions législatives et réglementaires d'ordre public applicables à une entreprise ou à un secteur professionnel**.

La désorganisation du marché consiste pour une entreprise à utiliser des méthodes de vente ou de travail illégales, ce qui lui procure un avantage illicite par rapport à ses concurrents exerçant leurs activités de façon régulière.

*III - Il appartient aux professionnels d'intenter une action civile***LES AGENTS DE LA DGCCRF N'ONT PAS COMPÉTENCE POUR INTERVENIR**

Le domaine de la concurrence déloyale est en effet totalement différent de la notion de **« concurrence »** pour laquelle les agents de la DGCCRF sont habilités à intervenir (que ce soit dans les Direccte ou dans les Directions départementales chargées de la protection des populations) .

Ces derniers sont chargés de veiller à l'application des dispositions du **Code de Commerce** pour déceler et corriger les comportements de professionnels susceptibles de compromettre le fonctionnement concurrentiel des marchés, en sanctionnant **les pratiques anticoncurrentielles** (ententes illicites, abus de position dominante ou de dépendance économique) et **les pratiques restrictives de concurrence** qui affectent l'équilibre des relations entre fournisseurs et distributeurs (le non-respect des délais de paiement, les avantages commerciaux non justifiés, les reventes à perte, le non-respect des règles de facturation...)

Source : Aquitaine Directe

Baccalauréat Professionnel Secteur Tertiaire	1609-ECODROI	Session 2016	DS
U11 - Épreuve d'économie et droit	Durée : 2h30	Coefficient : 1	Page 7/11

DOCUMENT 4

DÉSORGANISATION DE L'ENTREPRISE ET DÉBAUCHAGE

Publié le 09 juillet 2013

L'arrêt ci-dessous rappelle les cas dans lesquels s'applique la **concurrence déloyale par débauchage de salariés**. Le débauchage de salariés ne suffit pas à obtenir une condamnation par concurrence déloyale.

Un arrêt rendu par la **Cour d'Appel de Reims le 16 avril 2013** rappelle que le débauchage de plusieurs salariés n'est constitutif de concurrence déloyale que s'il entraîne **la désorganisation de l'entreprise**.

Ainsi, les salariés débauchés doivent occuper des emplois stratégiques pour que leur départ puisse désorganiser l'entreprise qui les employait.

Source : <http://www.la-concurrence-deloyale.fr/actualites/desorganisation-de-lentreprise-et-debauchage/>

DOCUMENT 5

LE FITNESS À LA FRANÇAISE

La situation du marché français du fitness qui est parmi les dix premiers dans le monde en termes de volume est ambiguë. Bien que la France compte 3000 salles de sport avec 4 millions de membres (6,7 % de la population totale de la France), l'intérêt pour le fitness est minime.

Les femmes représentent plus de 75 % de Français qui se rendent dans les salles de sport, ce qui constitue l'un des taux les plus élevés du monde (en général ce nombre ne dépasse pas 55 %). Par ailleurs, plus de 65 % des membres des clubs de fitness ont plus de 35 ans.

La plus grande entreprise : Clubs Moving

Les franchises *Club Moving*, *Lady Moving*, *Fitness Park by Moving*, *Moving Express* et *Garden Gym* se situent dans 150 villes de France, ce qui rend le réseau des Clubs Moving le plus grand pour le nombre des clubs en France et le cinquième en Europe.

La plupart des clubs de ce réseau se réfère à la classe économique et se caractérise par la petite taille des locaux (dans certains cas, moins de 200 m²), avec un accent sur l'équipement pour des exercices cardio et sur les cours collectifs (Zumba, les Pilates). La redevance mensuelle est d'environ 20-35 €.

Salle de sport low cost

Les autres grandes entreprises du marché du fitness en France se développent aussi grâce à la franchise autorisant l'ouverture de petites salles de sport sous leur propre nom. Le réseau *Amazonia* se compose de 137 salles de sport, *Keep Cool* en compte 97.

Le marché du fitness en France est principalement réservé aux femmes. La plupart des 3 000 salles de sport sont des clubs de petit format sans piscine où il manque parfois une zone de poids libres. Les frais d'inscription s'élèvent environ à 20-40 € par mois.

Source : <http://fitseven.fr/vie/motivation/marche-du-fitness-en-france>

Date de publication : 17 octobre 2013

Baccalauréat Professionnel Secteur Tertiaire	1609-ECODROI	Session 2016	DS
U11 - Épreuve d'économie et droit	Durée : 2h30	Coefficient : 1	Page 8/11

ANNEXE A

À compléter et à rendre avec la copie.

FICHE D'ANALYSE – DOCUMENT 1			
Titre			
Natures⁽¹⁾	▪ <u>Type</u> : <input type="checkbox"/> Article/texte <input type="checkbox"/> Tableau <input type="checkbox"/> Image/photo/vidéo <input type="checkbox"/> Graphique ▪ <u>Support</u> : <input type="checkbox"/> Presse Quotidienne Nationale <input type="checkbox"/> Presse Quotidienne Régionale <input type="checkbox"/> Presse spécialisée <input type="checkbox"/> Site Web <input type="checkbox"/> Texte de loi <input type="checkbox"/> Magazine <input type="checkbox"/> Note <input type="checkbox"/> Plaquelette d'information		
Source		Date	
Relever les idées principales :			

(1) Cocher un type et un support de document.

Baccalauréat Professionnel Secteur Tertiaire	1609-ECODROI	Session 2016	DS
U11 - Épreuve d'économie et droit	Durée : 2h30	Coefficient : 1	Page 9/11

ANNEXE B

À compléter et à rendre avec la copie.

FICHE D'ANALYSE – DOCUMENT 2			
Titre			
Natures⁽¹⁾	▪ <u>Type</u> :	<input type="checkbox"/> Article/texte	<input type="checkbox"/> Tableau
		<input type="checkbox"/> Image/photo/vidéo	<input type="checkbox"/> Graphique
	▪ <u>Support</u> :	<input type="checkbox"/> Presse Quotidienne Nationale	<input type="checkbox"/> Presse Quotidienne Régionale
		<input type="checkbox"/> Presse spécialisée	<input type="checkbox"/> Site Web
		<input type="checkbox"/> Note	<input type="checkbox"/> Plaquette d'information
Source		Date	
Relever les idées principales :			

(1) Cocher un type et un support de document.

Baccalauréat Professionnel Secteur Tertiaire	1609-ECODROI	Session 2016	DS
U11 - Épreuve d'économie et droit	Durée : 2h30	Coefficient : 1	Page 10/11

ANNEXE C

À compléter et à rendre avec la copie.

FICHE D'ANALYSE – DOCUMENT 3			
Titre			
Natures⁽¹⁾	▪ <u>Type</u> :	<input type="checkbox"/> Article/texte	<input type="checkbox"/> Tableau
		<input type="checkbox"/> Image/photo/vidéo	<input type="checkbox"/> Graphique
	▪ <u>Support</u> :	<input type="checkbox"/> Presse Quotidienne Nationale	<input type="checkbox"/> Presse Quotidienne Régionale
		<input type="checkbox"/> Presse spécialisée	<input type="checkbox"/> Site Web
		<input type="checkbox"/> Note	<input type="checkbox"/> Texte de loi
			<input type="checkbox"/> Magazine
		<input type="checkbox"/> Plaque d'information	
Source		Date	
Relever les idées principales :			

(1) Cocher un type et un support de document.

Baccalauréat Professionnel Secteur Tertiaire	1609-ECODROI	Session 2016	DS
U11 - Épreuve d'économie et droit	Durée : 2h30	Coefficient : 1	Page 11/11