

# **BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR INFORMATIQUE DE GESTION**

**SESSION 2008**

**SUJET**

**ÉPREUVE E3 : ÉCONOMIE – DROIT**

*Épreuve commune aux deux options*

**Durée : 4 heures**

**coefficient : 3**

**CALCULATRICE NON AUTORISÉE POUR CETTE ÉPREUVE**

**Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.  
Le sujet comporte 8 pages, numérotées de la page 1/8 à 8/8.**

Ce sujet comporte deux parties indépendantes :

- dans la première partie, vous effectuerez un travail méthodologique à partir d'une documentation juridique et économique.
- dans la deuxième partie, vous présenterez un développement structuré à partir de vos connaissances en économie d'entreprise et de votre réflexion.

<b>PREMIÈRE PARTIE : TRAVAIL MÉTHODOLOGIQUE - (12 points)</b>
---

**1. Étude d'une documentation juridique - documents 1 et 2 - (8 points)**

- a) Analyser la décision de justice rendue par la Cour de cassation le 28 février 2006  
(6,5 points)
- b) La loi « Droit d'auteur et droits voisins dans la société d'information » dite loi DADVSI du 3 août 2006 confirme-t-elle la position de la Cour de cassation ?  
(1,5 points)

**2. Étude d'une documentation économique - documents 3 à 6 - (4 points)**

- a) Présenter les conséquences du « e-commerce » sur le fonctionnement des marchés.
- b) Analyser le comportement du consommateur en ligne.

<b>DEUXIÈME PARTIE : DÉVELOPPEMENT STRUCTURÉ - (8 points)</b>
---

Gérer les ressources humaines : un enjeu pour l'entreprise ou pour les salariés ?

**Arrêt n° 549 du 28 février 2006**

**Cour de cassation - Première chambre civile**

Attendu que, se plaignant de ne pouvoir réaliser une copie du DVD “Mulholland Drive”, produit par les Films Alain Sarde, édité par la société Studio canal et diffusé par la société Universal Pictures vidéo France, rendue matériellement impossible en raison de mesures techniques de protection insérées dans le support, et prétendant que de telles mesures porteraient atteinte au droit de copie privée reconnu à l’usager par les articles L. 122-5 et L. 211-3 du Code de la propriété intellectuelle, M. X... et l’Union fédérale des consommateurs UFC Que choisir ont agi à l’encontre de ceux-ci pour leur voir interdire l’utilisation de telles mesures et la commercialisation des DVD ainsi protégés, leur demandant paiement, le premier, de la somme de 150 euros en réparation de son préjudice, la seconde, de celle de 30 000 euros du fait de l’atteinte portée à l’intérêt collectif des consommateurs ; que le Syndicat de l’édition vidéo est intervenu à l’instance aux côtés des défendeurs ; [...]

Vu les articles L. 122-5 et L. 211-3 du Code de la propriété intellectuelle, interprétés à la lumière des dispositions de la directive ensemble l’article 9.2 de la convention de Berne ;

Attendu, selon l’article 9.2. de la convention de Berne, que la reproduction des œuvres littéraires et artistiques protégées par le droit d’auteur peut être autorisée, dans certains cas spéciaux, pourvu qu’une telle reproduction ne porte pas atteinte à l’exploitation normale de l’œuvre ni ne cause un préjudice injustifié aux intérêts légitimes de l’auteur ; que l’exception de copie privée prévue aux articles L. 122-5 et L. 211-3 du Code de la propriété intellectuelle, tels qu’ils doivent être interprétés à la lumière de la directive européenne du 22 mai 2001 sur l’harmonisation de certains aspects du droit d’auteur et des droits voisins dans la société de l’information, ne peut faire obstacle à l’insertion dans les supports sur lesquels est reproduite une œuvre protégée, de mesures techniques de protection destinées à en empêcher la copie, lorsque celle-ci aurait pour effet de porter atteinte à l’exploitation normale de l’œuvre, laquelle doit s’apprécier en tenant compte de l’incidence économique qu’une telle copie peut avoir dans le contexte de l’environnement numérique ;

Attendu que pour interdire aux sociétés Alain Sarde, Studio canal et Universal Pictures vidéo France l’utilisation d’une mesure de protection technique empêchant la copie du DVD “Mullholland Drive”, l’arrêt, après avoir relevé que la copie privée ne constituait qu’une exception légale aux droits d’auteur et non un droit reconnu de manière absolue à l’usager, retient que cette exception ne saurait être limitée alors que la législation française ne comporte aucune disposition en ce sens ; qu’en l’absence de dévoiement<sup>1</sup> répréhensible, dont la preuve en l’espèce n’est pas rapportée, une copie à usage privé n’est pas de nature à porter atteinte à l’exploitation normale de l’œuvre sous forme de DVD, laquelle génère des revenus nécessaires à l’amortissement des coûts de production ;

Qu’en statuant ainsi, alors que l’atteinte à l’exploitation normale de l’œuvre, propre à faire écarter l’exception de copie privée s’apprécie au regard des risques inhérents au nouvel environnement numérique quant à la sauvegarde des droits d’auteur et de l’importance économique que l’exploitation de l’œuvre, sous forme de DVD, représente pour l’amortissement des coûts de production cinématographique, la cour d’appel a violé les textes susvisés ;

Par ces motifs, et sans qu’il y ait lieu de statuer sur les autres griefs des pourvois :

Casse et annule, dans toutes ses dispositions, l’arrêt rendu le 22 avril 2005, entre les parties, par la cour d’appel de Paris ; remet, en conséquence, la cause et les parties dans l’état où elles se trouvaient avant ledit arrêt et, pour être fait droit, les renvoie devant la cour d’appel de Paris, autrement composée.

---

<sup>1</sup> Égarement. Du verbe « dévoyer » qui signifie au sens figuré, détourner du droit chemin, de la morale, entraîner dans l’erreur (Le grand Robert)

## Document 2

### Loi relative au droit d'auteur et aux droits voisins dans la société d'information (extrait)

#### CHAPITRE IV : Mesures techniques de protection et d'information

« *Art. L. 331-8.* - Le bénéfice de l'exception pour copie privée et des exceptions mentionnées au présent article est garanti conformément aux dispositions suivantes.

« L'Autorité de régulation des mesures techniques [...] veille à ce que la mise en oeuvre des mesures techniques de protection n'ait pas pour effet de priver les bénéficiaires des exceptions définies [...].

« Elle détermine les modalités d'exercice des exceptions précitées et fixe notamment le nombre minimal de copies autorisées dans le cadre de l'exception pour copie privée, en fonction du type d'oeuvre ou d'objet protégé, des divers modes de communication au public et des possibilités offertes par les techniques de protection disponibles.

« *Art. L. 331-9.* - Les titulaires de droits qui recourent aux mesures techniques de protection [...] peuvent leur assigner pour objectif de limiter le nombre de copies. Ils prennent cependant les dispositions utiles pour que leur mise en oeuvre ne prive pas les bénéficiaires des exceptions visées à l'article L. 331-5 de leur exercice effectif. Ils s'efforcent de définir ces mesures en accord avec les autres parties intéressées, et notamment les associations agréées de consommateurs.

« Ces dispositions peuvent, dans la mesure où la technique le permet, subordonner le bénéfice effectif de ces exceptions à un accès licite à une oeuvre ou à un phonogramme, un vidéogramme ou à un programme et veiller à ce qu'elles n'aient pas pour effet de causer un préjudice injustifié aux intérêts légitimes du titulaire de droits sur l'oeuvre ou l'objet protégé, ni de porter atteinte à son exploitation normale. [...]

« *Art. L. 331-11.* - Les éditeurs et les distributeurs de services de télévision ne peuvent recourir à des mesures techniques qui auraient pour effet de priver le public du bénéfice de l'exception pour copie privée, y compris sur un support et dans un format numérique, [...].

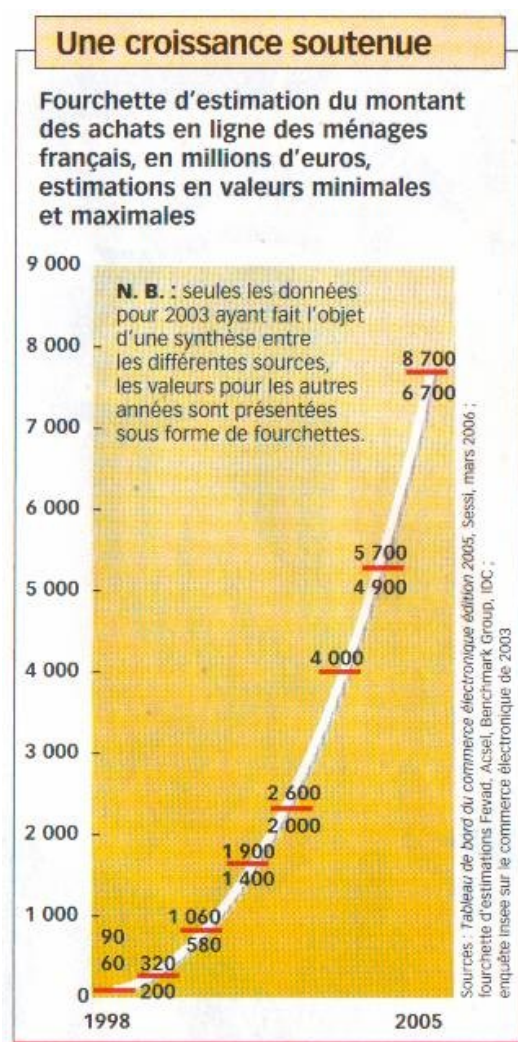
« *Art. L. 331-12.* - Les conditions d'accès à la lecture d'une oeuvre, d'un vidéogramme ou d'un phonogramme et les limitations susceptibles d'être apportées au bénéfice de l'exception de copie privée [...] par la mise en oeuvre d'une mesure technique de protection doivent être portées à la connaissance de l'utilisateur.

## Internet réinvente le commerce

*Apparition de nouveaux acteurs, bouleversement des modes de commercialisation, modification des relations entre offreurs et clients..., le commerce en ligne bouscule le fonctionnement des marchés.*

Le e-commerce décolle. Il a progressé de 44 % en France en 2005.

+ 28 % aux États-Unis en 200-5, + 44 % en France : nanti d'une croissance à deux chiffres depuis dix ans, le commerce électronique ne connaît pas la crise. Mais son poids total dans l'économie reste encore faible ; 2,4 % du chiffre d'affaires du commerce de détail aux États-Unis au dernier trimestre 2005, selon l'US Census Bureau. Un peu moins de 1 % de la consommation des ménages en France, selon les chiffres du Sessi, le Service des statistiques industrielles du ministère de l'économie. L'impact d'internet sur le fonctionnement des marchés ne se mesure toutefois pas seulement à l'aune de ce chiffre. Il est d'ores et déjà majeur, même si les changements intervenus ne sont pas toujours ceux que l'on attendait au départ.



Lorsqu'il est apparu il y a dix ans, Internet a en effet fait naître l'espoir, chez certains économistes d'inspiration néoclassique, de voir se réaliser enfin le modèle de concurrence pure et parfaite théorisé par Léon Walras au XIXe siècle. La Toile semblait fournir la place de marché idéale, où une multitude d'offres et une pléthore de demandeurs se confronteraient librement, en toute fluidité et en toute transparence.

Dix ans après, certains secteurs, comme le tourisme, ont certes été bouleversés : les modes de commercialisation ont été complètement modifiés en l'espace de quelques années et de nouveaux acteurs ont bousculé les intervenants en place. Cette révolution ne fait pas sentir ses effets seulement dans la distribution : il en va de même par exemple pour le marché du travail, sur lequel le métier d'intermédiaire a profondément évolué.

Cependant, loin de favoriser une « désintermédiation » générale comme on le pensait souvent, Internet a surtout favorisé l'émergence de nouveaux intermédiaires géants, comme Google par exemple. Et ceux-ci grignotent une part croissante de la chaîne de valeur d'acteurs de la vieille économie. Notamment celle des industries culturelles traditionnelles qui peinent à adapter leur modèle économique à Internet.

Les technologies de l'information et de la communication modifient également en profondeur la relation entre les offreurs et leurs clients : elles permettent en effet un marketing beaucoup plus ciblé,

une offre plus modulaire et plus personnalisée. Dans ce contexte, le consommateur est d'ailleurs de moins en moins cantonné à un rôle passif, au point que les frontières se brouillent entre consommation, production et distribution.

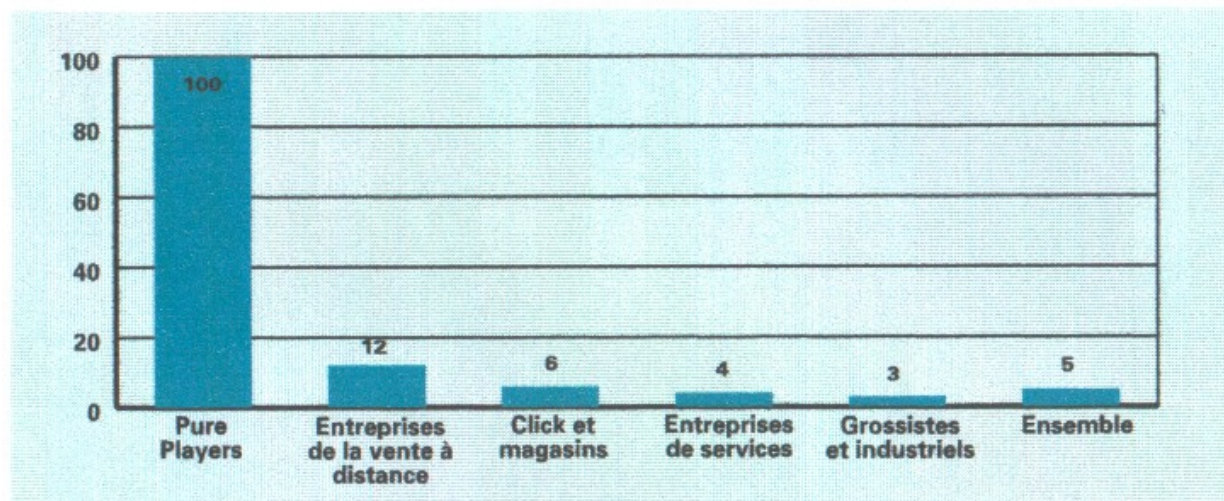
*Alternatives économiques – juin 2006*



## Les acteurs du commerce électronique avec les particuliers (B to C)

Parmi les entreprises effectuant la vente aux particuliers sur Internet, les « pure players », exclusivement spécialisées dans le commerce électronique, représentent 17 % de la totalité. Les entreprises de service (25 %) et les entreprises de vente à distance (28 %) sont majoritaires, viennent ensuite les grossistes et les entreprises industrielles pour qui l'internet est un moyen d'accéder directement aux particuliers (15 %).

### Part du chiffre d'affaires réalisé sur Internet dans le chiffre d'affaires total (en %)



Source : Insee - Enquête sur le commerce électronique - 2004

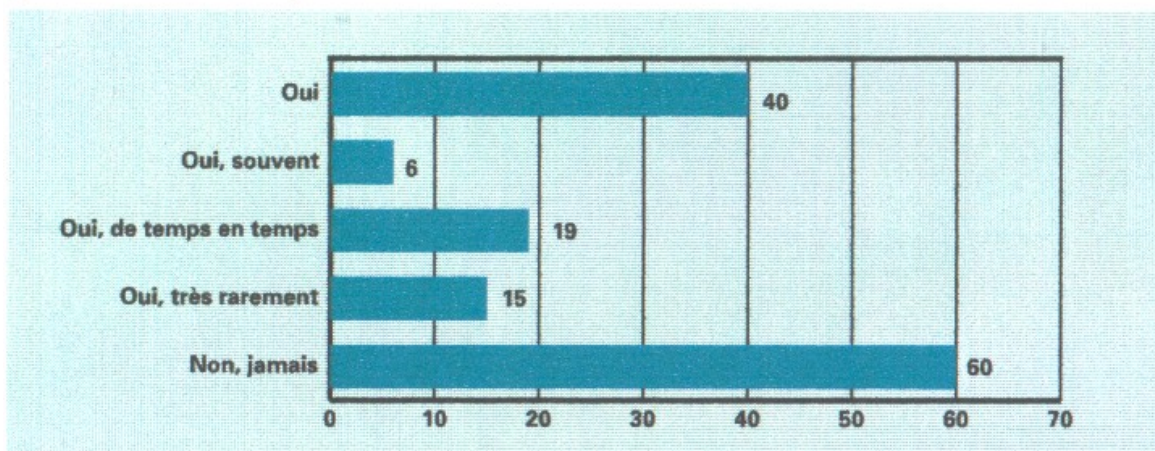
Les entreprises dites « pure players » effectuent la totalité de leur chiffre d'affaires sur Internet. Ces entreprises ne disposent pas de réseau de distribution physique. Pour les entreprises de la vente à distance, le réseau Internet a permis un essor supplémentaire puisque 12 % de leur chiffre d'affaires est réalisé sur Internet. Les entreprises qui pratiquent toujours le contact direct avec la clientèle trouvent dans le commerce en ligne un canal complémentaire de distribution de leurs produits.

*Le commerce électronique des entreprises et des ménages – 2005-2006*  
 Services des études et des statistiques industrielles (SESSI) - [www.industrie.gouv.fr/sessi](http://www.industrie.gouv.fr/sessi)



## Achats des particuliers *via* l'internet

Pour votre usage privé, achetez-vous des produits ou des services sur Internet ?  
(en % des internautes)

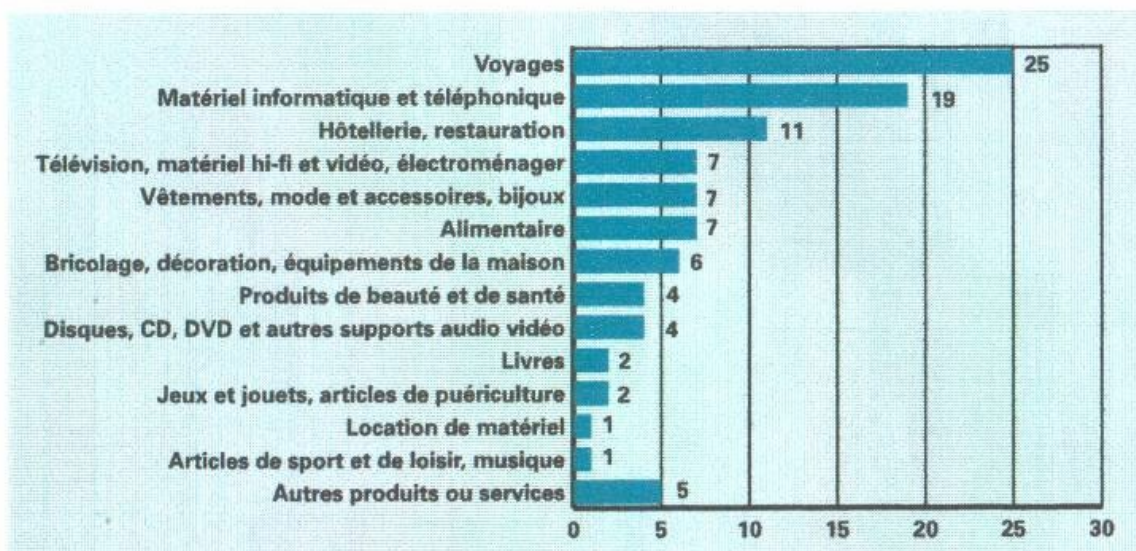


Source : CSA Opinion-Institutionnel - les Français et l'internet - février 2005

Trois facteurs principaux conduisent les internautes à acheter en ligne :

- l'ancienneté de l'usage d'internet : les mécanismes d'apprentissage de ce nouveau circuit de distribution sont importants ;
- la fréquence de connexion : les internautes se connectant quotidiennement achètent plus souvent en ligne ;
- la connexion à l'internet à haut-débit.

### Répartition du chiffre d'affaires Internet par type de produits ou services (en %)



Note de lecture : 25 % du montant total des achats effectués sur internet sont des achats de voyages.

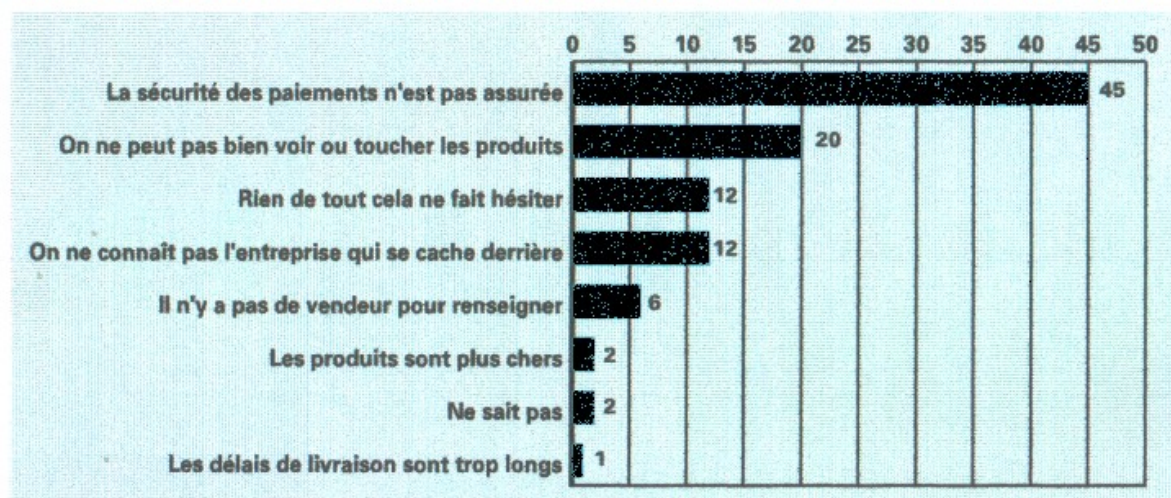
Source : INSEE - Enquête sur le commerce électronique - 2004

*Le commerce électronique des entreprises et des ménages – 2005-2006*  
Services des études et des statistiques industrielles (SESSI) - [www.industrie.gouv.fr/sessi](http://www.industrie.gouv.fr/sessi)



## Freins et problèmes liés aux achats *via* l'internet pour les particuliers

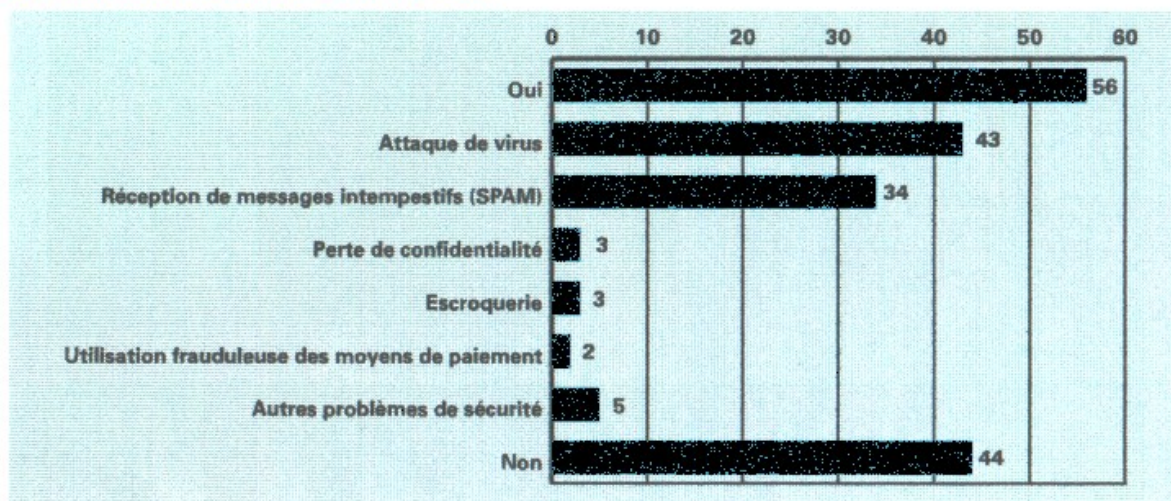
### Freins à la réalisation d'achats en ligne (en % des Français, internautes ou non)



Source : Crédoc, enquête sur les conditions de vie et aspirations des Français - décembre 2004

Faire des achats en ligne est une pratique qui est en rupture avec les comportements d'achats en magasin inscrits dans des habitudes bien ancrées. Elles impliquent un apprentissage de ses potentialités et de ses modalités spécifiques. Une inquiétude précède la maîtrise de cet usage, qui doit se dissiper avec la banalisation de ce circuit commercial.

### Problèmes de sécurité ou de désagréments rencontrés personnellement sur Internet (en % des internautes)



Source : CSA Opinion-Institutionnel - les Français et l'internet - février 2005

*Le commerce électronique des entreprises et des ménages – 2005-2006*  
 Services des études et des statistiques industrielles (SESSI) - [www.industrie.gouv.fr/sessi](http://www.industrie.gouv.fr/sessi)