Ce document a été mis en ligne par l'organisme FormaV®.

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour en savoir plus sur nos formations disponibles, veuillez visiter :
formav.co/explorer

Culture économique, juridique et managériale

Session 2021 • Code sujet : **CEJM** • Durée : **4 heures**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. L'intégration de SERVIHOMEFRANCE au sein de son environnement (3 questions) **Page 3**

2. Les enjeux du numérique dans les futurs choix stratégiques de l'entreprise (4 questions) **Page 5**

3. Les relations contractuelles de SERVIHOMEFRANCE avec ses franchisés (2 questions) **Page 7**

4. Ce qu'il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ) (Synthèse & Q&A Examen) **Page 8**

Sujet officiel (PDF) : https://coursbtsccst.fr/assets/annales/bts-ccst/E3 - Culture Économique, Juridique et Managériale (CEJM)/2021/BTS CCST - E3 - Culture Économique, Juridique et Managériale (CEJM) - Session 2021 - 1-Sujet.pdf

1. L’intégration de SERVIHOMEFRANCE au sein de son environnement

SERVIHOMEFRANCE est une entreprise de services à la personne développée en réseau de franchises, avec une offre diversifiée et un agrément pour intervenir auprès de personnes fragiles. Les annexes décrivent le marché, le vieillissement de la population, le crédit d’impôt et l’évolution des pratiques numériques.

Question 1.1. Analyser le macro-environnement de l’entreprise SERVIHOMEFRANCE.

Facteur	Éléments du dossier	Effets possibles
Politique et légal	Crédit d’impôt jusqu’à 50 % des dépenses ; agrément de l’État pour intervenir auprès des personnes fragiles	Soutien de la demande et importance de la qualité
Économique	Marché quasi stagnant : +0,4 % en 2017 ; concurrence du travail non déclaré, du « faire soi-même » et des plateformes	Pression sur l’activité et les prix
Sociodémographique	Les personnes de 75 ans ou plus passent de 9,4 % de la population en 2020 à 16,2 % en 2060	Hausse potentielle des besoins d’aide et de dépendance
Technologique	Plateformes numériques, réservation en ligne et objets connectés de santé	Concurrence accrue, mais aussi possibilités d’innovation
Environnemental	Aucun élément pertinent n’est précisé dans le dossier	Effet non établi

Le macro-environnement présente donc des opportunités, notamment le vieillissement et l’aide fiscale, mais aussi des menaces : croissance faible et concurrence numérique ou informelle. Les prévisions de croissance du secteur restent limitées à 0,6 % par an entre 2018 et 2021, puis 1 % entre 2022 et 2025. SERVIHOMEFRANCE doit donc renforcer la qualité de ses services et s’adapter aux usages numériques.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Opportunités : vieillissement de la population et crédit d’impôt. Menaces : faible croissance, travail non déclaré et concurrence des plateformes.

Question 1.2. Présenter les facteurs clés de succès dont dispose l'entreprise SERVIHOMEFRANCE.

Facteur clé de succès	Atout de l'entreprise	Contribution concurrentielle
Expertise métier	Fondateurs issus de la santé, expérience de la dépendance	Compréhension de besoins sensibles
Qualité et confiance	Agrément pour intervenir auprès des personnes fragiles	Réassurance des clients
Offre diversifiée	Services confort, dépendance et accompagnement	Réponse à plusieurs besoins des ménages
Réseau et présence locale	25 franchises et deux nouvelles agences à Lyon en 2019	Développement territorial et proximité
Notoriété et dynamique commerciale	Récompenses et chiffre d'affaires passé de 14,6 millions d'euros en 2018 à 23 millions en 2019	Attractivité auprès des clients et franchisés

Ces atouts différencient l'entreprise par son expertise, la qualité de ses prestations et sa couverture territoriale. La diversité de l'offre et l'expérience auprès des personnes fragiles répondent à des besoins que les plateformes peinent parfois à structurer et à qualifier. Le réseau de franchises permet de diffuser la marque et le savoir-faire tout en poursuivant le développement de l'entreprise.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Expertise santé, qualité agréée, offre diversifiée, réseau de franchises développé, notoriété et croissance du chiffre d'affaires.

Question 1.3. Analyser les conséquences de la mise en place du crédit d'impôt dans le secteur des services à la personne pour les agents économiques concernés.

Le crédit d'impôt réduit le coût réel des services à domicile pour les ménages et peut ainsi soutenir la demande de prestations déclarées. Il profite aussi aux entreprises et aux intervenants si cette demande se traduit par davantage d'activité et d'emplois. En contrepartie, il représente un coût pour les finances publiques. L'annexe évoque une possible transformation en aide directe, mais il s'agit alors d'une piste à l'étude.

- **Ménages :** crédit pouvant atteindre 50 % des dépenses, dans la limite générale de 12 000 €, avec des majorations possibles ; 6 000 € de dépenses ouvrent droit à 3 000 €.
- **Prestataires et intervenants :** débouchés potentiellement soutenus par une demande moins coûteuse.
- **État :** soutien à l'accès aux services, financé par une dépense fiscale.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Le dispositif allège la dépense des ménages et peut soutenir l'activité déclarée, mais coûte à l'État. Pour 6 000 € dépensés, le crédit atteint 3 000 €.

2. Les enjeux du numérique dans les futurs choix stratégiques de l'entreprise

SERVIHOMEFRANCE doit répondre à la concurrence des plateformes numériques, qui transforment l'expérience client et l'accès aux prestations. Les documents présentent les orientations stratégiques de l'entreprise et la reprise de la présentation de son site par un concurrent.

Question 2.1. Présenter, avec des arguments économiques, les conséquences du développement des plateformes numériques sur le secteur des services à la personne.

Les plateformes regroupent les offres locales, facilitent leur comparaison et permettent une réservation immédiate, souvent à un prix environ 10 % inférieur. Les avis et la visibilité attirent clients et prestataires, ce qui renforce leurs effets de réseau et la concurrence. Elles accentuent la pression sur les entreprises traditionnelles, leurs prix et l'emploi stable, formé et couvert socialement qu'elles proposent. Elles peuvent aussi aider les professionnels à gagner en visibilité et à trouver des prospects qualifiés. Toutefois, leur offre reste parfois difficile à structurer et à qualifier.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Les plateformes renforcent la concurrence et la pression sur les prix, tout en offrant aux prestataires de nouveaux débouchés et une meilleure visibilité.

Question 2.2. Analyser les stratégies globales et de domaine choisies par l'entreprise SERVIHOMEFRANCE.

Niveau stratégique	Choix	Objectif
Stratégie globale	Croissance par le développement du réseau de franchises et l'implantation territoriale	Étendre la présence de la marque et attirer clients et prestataires
Stratégie de domaine	Différenciation par la qualité, la formation, l'élargissement des services et les solutions connectées	Créer une valeur ajoutée distincte de celle des plateformes

Le partenariat avec Easyconnect et l'amélioration du site vitrine soutiennent cette différenciation et valorisent l'offre.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Croissance par la franchise à l'échelle globale, différenciation par la qualité, l'offre enrichie et les solutions numériques dans le domaine d'activité.

Question 2.3. Analyser la pertinence des choix stratégiques de SERVIHOMEFRANCE dans le contexte du développement des plateformes numériques dans le secteur des services à la personne.

Ces choix sont pertinents : le réseau de franchisés développe une présence locale et s'appuie sur la marque et le savoir-faire. La sélection et la formation des intervenants, les services élargis et les objets connectés apportent une valeur ajoutée, notamment aux personnes dépendantes. La différenciation répond aussi aux difficultés des

plateformes à structurer et qualifier leur offre.

- Limite : les plateformes proposent une réservation immédiate, une forte visibilité et des prix environ 10 % moins élevés.
- Le site vitrine amélioré ne permet pas encore l'achat en ligne et ne reproduit donc pas cette simplicité.

La stratégie doit ainsi associer l'ancrage physique à un parcours numérique plus fluide.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Stratégie cohérente pour se différencier, mais à compléter par un parcours numérique plus fluide face aux prix et à la simplicité des plateformes.

Question 2.4. À partir de l'analyse de la situation juridique, présenter le raisonnement permettant à Monsieur Coudray de se défendre contre les agissements du concurrent qui a repris la présentation du site internet de SERVIHOMEFRANCE.

Règle : le droit d'auteur protège une œuvre originale dès sa création. Pour un site, l'originalité résulte d'un effort créatif dans la combinaison de ses éléments. Le titulaire des droits peut agir en contrefaçon et demander en référé des mesures pour faire cesser l'atteinte.

Application : l'architecture, les bandeaux, la charte graphique et les dessins spécifiques peuvent caractériser cette originalité. SERVIHOMEFRANCE devra prouver l'originalité, la titularité de ses droits et la reprise par Avecvous.com, notamment au moyen des éléments de conception et de comparaisons des sites.

Conclusion : si ces preuves sont apportées, elle peut demander la cessation de la copie et des dommages et intérêts. Des sanctions pénales sont également prévues.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Si elle prouve l'originalité, la titularité des droits et la copie, SERVIHOMEFRANCE peut agir en contrefaçon, demander en référé la cessation de l'atteinte et réclamer réparation.

3. Les relations contractuelles de SERVIHOMEFRANCE avec ses franchisés

Monsieur Lebourdais, franchisé à Lyon, souhaite obtenir la nullité de ses deux contrats en invoquant l'absence de document d'information précontractuelle pour l'un d'eux. Les annexes exposent les règles relatives à l'information, au consentement et à la nullité, ainsi qu'un arrêt portant sur des contrats de franchise.

Question 3.1. Expliquer pourquoi la relation contractuelle entre Monsieur Lebourdais et l'entreprise SERVIHOMEFRANCE relève d'une situation d'asymétrie d'information.

Dans un contrat de franchise, SERVIHOMEFRANCE, le franchiseur, connaît mieux que Monsieur Lebourdais, le franchisé, son réseau, son marché, ses résultats et les conditions du contrat. Cette différence d'accès à l'information crée une asymétrie d'information : le franchisé peut difficilement évaluer seul l'engagement avant de signer. Le document d'information précontractuelle (DIP), qui présente notamment ces éléments, vise à lui permettre de s'engager en connaissance de cause et à réduire cette inégalité.

> ✓ RÉPONSE À RETENIR
>
> Le franchiseur dispose d'informations plus complètes sur le réseau et le contrat que le franchisé : c'est une asymétrie d'information.

Question 3.2. Indiquer à Monsieur Coudray, à l'aide d'un raisonnement juridique, si Monsieur Lebourdais peut demander la nullité de ses deux contrats de franchise.

Règle : le franchiseur doit remettre le DIP au moins 20 jours avant la signature. Selon l'arrêt fourni, son absence ne suffit pas, à elle seule, à entraîner la nullité : il faut établir une erreur, un dol ou une réticence dolosive ayant déterminé le consentement (articles 1130 et 1178 du Code civil).

Application : pour le contrat Est, signé le 15 juin 2019, le DIP a été remis dans le délai. Pour le contrat Nord, signé le 21 janvier 2020, son absence constitue un manquement. Le DIP antérieur ne pourrait être pertinent que si ses informations étaient encore valables et adaptées à ce contrat.

> ✓ RÉPONSE À RETENIR
>
> La nullité du contrat Est n'est pas fondée sur un défaut de DIP. Pour le contrat Nord, elle dépend de la preuve que l'omission a vicié le consentement de M. Lebourdais.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2021)

Bilan de l'épreuve : L'épreuve E3 de culture économique, juridique et managériale du BTS, session 2021, code CEJM, dure 4 heures et n'indique aucun coefficient. À partir du cas SERVIHOMEFRANCE, elle traite du marché des services à la personne, du crédit d'impôt, des stratégies face aux plateformes, de la protection du site internet et de la validité des contrats de franchise.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Le macro-environnement réunit les facteurs externes susceptibles d'influencer l'activité et les décisions de l'entreprise.
- Le crédit d'impôt présenté dans le sujet peut couvrir 50 % des dépenses de services à la personne, dans la limite du plafond indiqué.
- Les plateformes mettent en relation clients et prestataires, regroupent les offres et peuvent générer des externalités de réseau.
- Le défaut de remise du DIP ne suffit pas à lui seul à annuler un contrat : il faut établir un vice du consentement.

Points de vigilance & attentes du jury

- Distinguer l'analyse des facteurs externes du marché des facteurs clés de succès propres à SERVIHOMEFRANCE.
- Relier les effets des plateformes aux prix, à la facilité d'accès à l'offre, à l'expérience client et aux professionnels.
- Pour la protection du site, caractériser son originalité et relier les faits aux règles de propriété intellectuelle fournies.
- Étudier séparément les deux contrats et vérifier si l'information absente a effectivement vicié le consentement.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment analyser le macro-environnement de SERVIHOMEFRANCE ?

Repérez les éléments externes dans les annexes, classez-les par grandes dimensions économique, socioculturelle, technologique et politique ou légale, puis expliquez leurs effets possibles sur la demande, le marché et les décisions de l'entreprise.

Q : Quand un site internet peut-il être protégé par le droit d'auteur ?

La protection de l'ensemble du site suppose une originalité, démontrée par un effort créatif dans la combinaison de ses éléments. Les textes ou créations graphiques peuvent aussi être protégés séparément s'ils sont originaux.

Q : Comment organiser les quatre heures d'épreuve ?

Le sujet ne précise pas de répartition des points par mission ou question. Réservez du temps aux trois missions, traitez toutes les questions et appuyez chaque analyse sur les annexes pertinentes et les notions étudiées.

Q : L'absence de DIP entraîne-t-elle automatiquement la nullité d'un contrat de franchise ?

Non. Selon les règles reproduites dans le sujet, il faut démontrer que l'information manquante a provoqué une erreur, un dol ou une réticence dolosive qui a vicié le consentement. L'analyse doit être menée pour chaque contrat.

Sujet officiel associé (PDF) : https://coursbtsccst.fr/assets/annales/bts-ccst/E3 - Culture Économique, Juridique et Managériale (CEJM)/2021/BTS CCST - E3 - Culture Économique, Juridique et Managériale (CEJM) - Session 2021 - 1-Sujet.pdf
Ressources BTS Conseil et Commercialisation de Solutions Techniques : Toutes les annales & corrigés • Fiches de révision complètes • Simulateur de notes d'examen

Copyright © 2027 FormaV®. Tous droits réservés.

FormaV® est une marque déposée auprès de l'INPI sous le numéro 5227897.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.