

BTS Tertiaires

Session 2021



**Épreuve : Culture Economique, Juridique
et managérial**

Durée de l'épreuve : 4 heures

PROPOSITION DE CORRIGÉ

Mission 1 :

1.1 : Analyser le macro-environnement de l'entreprise *SERVIHOMEFRANCE*.

	Opportunités	Menaces
Politique	<ul style="list-style-type: none"> - Ministre de l'éco et des finances : étudie la possibilité de transformer le crédit d'impôt en aide directe pour les ménages. 	
Economique	<ul style="list-style-type: none"> - Franchise : 32 000 structures en 2018, explosion du nombre en 10 ans. - Croissance annuelle >8% entre 2017 et 2021 (locomotives de marché). - CA = 4.3 milliards d'€ contre 3.1 en 2017. - Crédit d'impôt : défini par codé général des impôts : 50% des dépenses engagées (limite 12000€). 	<ul style="list-style-type: none"> - Hausse de 0.4% du secteur des services à la personne (SAP) : 18 milliards d'€ en 2017. - Recul du nombre d'heures travaillées (-857 millions en 2017, recule depuis 2010) → travail au noir et développement de l'uberisation. - Développement des plateformes digitales (arrivée de concurrence). - Secteur éclaté qui emploie des personnes peu qualifiées.
Socioculturel	<ul style="list-style-type: none"> - Potentiel de croissance pour les entreprises privées (part de marché : 17% du CA total) ... - Atouts des associations qui ont une bonne image et forte présence milieu rural. - Vieillesse de la population (+7% en perspective de croissance d'ici 2060). 	<ul style="list-style-type: none"> - ...Au détriment des associations.

	<ul style="list-style-type: none"> - Prestations de plus en plus nombreuses à être proposées. - Entreprises SAP offrent stabilité, formation et couverture sociale. 	
Technologique	<ul style="list-style-type: none"> - 56,7% des professionnels sondés ont déjà un site internet. - Environ 40% diffusent sur Facebook. - 19,1% font de la pub sur Google. - 2/3 des répondants diffusent au travers des marketplaces et plateformes spécialisées 	<ul style="list-style-type: none"> - Plateforme moins chère de 10% en moyenne / une entreprise classique. - Présence de 10 000 prestataires sur les marketplaces (donc concurrence accrue !).
Ecologique		
Légal		

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

Un **facteur clé de succès** correspond à un élément à caractère commercial ou technologique que l'entreprise doit maîtriser pour **réussir à s'implanter sur un marché** en étant compétitif. Ici, nous constatons que la concurrence est rude sur les plateformes internet et de mise en relation mais, si une entreprise ne communique pas sur les réseaux, elle a des risques de ne pas se faire connaître.

On constate que les entreprises privées sont les grandes gagnantes du secteur du SAP, ce qui semble opportun pour SERVIHOMEFrance. De plus, elle propose de multiples services, qui est aussi un facteur clé de succès pour l'entreprise.

Il faudrait surfer sur l'aspect écologique car inexploités dans ce cas.

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.

Un agent économique est une personne ou un groupe de personnes physiques qui assurent une fonction économique particulière.

- Ménages : 50% d'économie dans les dépenses engagées (à hauteur de 12 000€) → augmentation de la demande.
- Etat : Précise que le crédit d'impôt pourra être transformé en aide directe pour les ménages.
- Entreprises : Développement sur les plateformes numériques. Risque d'ubérisation. Du

fait de l'augmentation de la demande, l'offre risque de baisser et donc les prix risquent d'augmenter.

- Banques : gèrent les comptes entreprises / particuliers, proposent des crédits et récupèrent les intérêts.

Mission 2 :

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

Les technologies numériques remettent en cause le mode de production des entreprises et ces dernières doivent gagner en flexibilité et en réactivité. Les entreprises doivent répartir autrement les tâches et développer de nouvelles compétences au sein du processus de production. Ici, cela semble être plus opportun de créer une entreprise se basant sur le modèle de l'économie collaborative qui ont le vent en poupe. Cela permettra aux ménages de trouver plus rapidement des intervenants en fonction de leurs recherches.

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

* **stratégies globales (ANSOFF)** : spécialisation, diversification, intégration, externalisation.

La spécialisation a pour objectif de se centrer sur un seul domaine d'activités stratégique où l'entreprise a des compétences distinctives lui conférant un avantage concurrentiel. L'entreprise peut se spécialiser en développant ses services sur un marché existant, par exemple en remplaçant des modèles existants sur le marché actuel. Ici, cela semble être le cas car l'entreprise souhaite élargir son portefeuille de services proposés.

* **stratégies de domaine (PORTER)** : domination par les coûts, différenciation, focalisation.

La différenciation a pour objectif de se démarquer de la concurrence en proposant une offre ayant des caractéristiques différentes de celles de la concurrence. Cela semble être le cas car l'entreprise propose des services numériques via le partenariat avec « easyconnect ». Cela semble être de la différenciation par l'amélioration, car ils sélectionnent et forment les intervenants. L'objectif de la focalisation est de se centrer sur un segment de marché spécifique pour se protéger des concurrents. Donc on peut supposer aussi qu'il peut s'agir de la focalisation car l'entreprise propose de nouveaux objets connectés pour les personnes dépendantes.

On peut aussi supposer que l'entreprise cherche à se développer en utilisant la croissance interne, car elle augmente son nombre d'agences physiques.

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

Selon moi, bien qu'aucun prix ne soit mentionné dans les documents, au vu de l'étude de l'environnement et des facteurs clés de succès, l'entreprise pourrait chercher à diminuer les coûts par exemple en ne proposant pas d'agences physiques (car cela augmente les coûts fixes) et que cela leur permettrait de se différencier de leurs concurrents, en proposant les services mis

en place à des prix moins chers que ceux de ses concurrents. Néanmoins, l'entreprise devra être attentive aux arrivées des nouveaux concurrents ainsi qu'à l'ubérisation grandissante...

2.4 Présenter, à partir de l'analyse de la situation juridique, le raisonnement permettant à Mr Coudray de se défendre contre les arguments de son concurrent.

*** Faits** : Lors d'une veille sur internet, Mr Coudray s'aperçoit qu'un site « Avecvous.com » a repris la présentation et l'architecture du site internet (les bandeaux, la charte graphique, les dessins...) développé par SERVIHOMEFrance (SHF). Le site a été primé par le conseil départemental des Bouches du Rhône. Mr Coudray s'interroge sur ces pratiques et souhaite protéger au mieux son site internet.

*** Problématique** : Par quels moyens une entreprise peut-elle protéger un site internet d'une contrefaçon ?

*** Règles de droit** :

- Selon l'article 111-1 du CPI (code propriété industrielle) : un auteur jouit d'une œuvre opposable à tous.
- Selon l'article 716-6 1^{er} alinéa du CPI : toute personne peut agir en contrefaçon et saisir la juridiction compétente pour prévenir l'atteinte aux droits.
- Selon l'article 716-5 du CPI : l'action en contrefaçon régie par les dispositions du CPI (code de la propriété industrielle) peut entraîner des sanctions civiles et/ou pénales.
- Selon la jurisprudence du Tribunal de Grande Instance de Paris du 12/01/2017, pour se protéger au mieux, l'entreprise doit prouver que son site internet est original et qu'il doit être matérialisé et suffisamment élaboré par un choix de couleurs, formes, graphisme...
- Enfin, la contrefaçon est un délit pénal constitué par la violation d'un titre de propriété industrielle.

*** Solutions** : Selon les articles 111-1, 716-6 1^{er} alinéa et 716-5 du CPI, et en vertu de la jurisprudence du TGI de Paris du 12/01/2017, un site internet peut être protégé par le droit d'auteur à condition d'être original et d'être suffisamment élaboré. Comme l'architecture du site de SHF a été primé par le département, et que le site « Avecvous.com » a reproduit, sans autorisation, la présentation du site SHF, en l'espèce, Mr Coudray peut saisir le tribunal de grande instance et saisir la responsabilité civile et/ou pénale.

Mission 3 :

3.1 Expliquer pourquoi la relation contractuelle entre Mr Lebourdais et l'entreprise SERVIHOMEFrance relève d'une situation d'asymétrie d'informations.

L'asymétrie d'information est une situation dans laquelle certains participants à un échange disposent d'informations que d'autres n'ont pas.

Ici, il est reproché à Mr Coudray de ne pas avoir fourni le DIP (document d'information précontractuelle) à transmettre obligatoirement à l'autre partie, le franchisé, au plus tard dans les 20 jours avant la signature du contrat et le franchiseur risque une amende de 1500€ s'il est une personne physique ou 7500€ s'il s'agit d'une personne morale. Il s'agit donc bien d'une rétention d'informations en faveur de Mr Coudray.

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

*** Faits** : Mr Lebourdais vient de contacter Mr Coudray en lui demandant d'annuler les deux contrats de ses franchises. En effet, il reproche à Mr Coudray de ne pas avoir envoyé le DIP dans les temps. Mr Coudray s'interroge sur la validité de cette demande.

*** Problématique** : Dans quels cas une partie peut demander l'annulation d'un contrat de franchise ?

*** Règles de droit** :

- selon l'article 1128 du c.civ : un contrat pour être valide doit recueillir le consentement des parties (le consentement doit être libre et éclairé).

- selon l'article 1130 du c.civ, l'erreur, le dol ou la violence vicie le consentement.

- selon l'article 1178 du c.civ précise que si le contrat ne remplit pas les conditions est considéré comme nul.

- de plus, selon l'arrêt du 25/01/2017 de la Cour d'Appel de Paris, « la méconnaissance, par un franchiseur, de son obligation précontractuelle d'information n'entraîne la nullité du contrat que s'il est démontré que celle-ci est constitutive d'un dol (...) ou d'une erreur, de nature à vicier le consentement du franchisé ». Néanmoins, la Cour précise qu'en raison de la proximité des dates de conclusion des contrats, les conditions du DIP restent valides.

- D'après le courriel de Mr Lebourdais, le franchiseur, en cas de non remise du DIP, risque une amende de 5^{ème} catégorie de 1 500€ s'il est une personne physique ou 7 500€ s'il est une personne morale.

*** Solutions** : Selon les articles 1128, 1130 et 1178 du code civil, un contrat, pour être valable, doit recueillir le consentement libre et éclairé de chaque partie et est caduc s'il y a erreur, dol ou violence.

De plus, selon l'arrêt de la Cour d'Appel de Paris du 25/01/17, « la méconnaissance, par un franchiseur, de son obligation précontractuelle d'information n'entraîne la nullité du contrat que s'il est démontré que celle-ci est constitutive d'un dol (...) ou d'une erreur, de nature à vicier le consentement du franchisé. ». Néanmoins, la Cour précise qu'en raison de la proximité des dates de conclusion des contrats, les conditions du DIP restent valides.

Enfin, d'après le courriel de Mr Lebourdais, le franchiseur, en cas de non remise du DIP, risque une amende de 5^{ème} catégorie de 1 500€ s'il est une personne physique ou 7 500€ s'il est une personne morale.

En l'espèce, la décision de Mr Lebourdais semble inappropriée, mais cela sera à l'appréciation de la justice en termes d'appréciation des dates.