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 l'entreprise 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://coursbtsmco.fr/assets/annales/bts-mco/E3 - Culture Économique, Juridique et Managériale (CEJM)/2021/BTS MCO - E3 - Culture Économique, Juridique et Managériale (CEJM) - Session 2021 - 1-Sujet.pdf

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

SERVIHOMEFRANCE est une entreprise de services à la personne qui propose des prestations de confort, de dépendance et d’accompagnement, et développe depuis 2015 un réseau de franchises. Les documents examinent les évolutions du marché, le vieillissement de la population et le crédit d’impôt lié aux services à domicile.

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

Facteur	Éléments du macro-environnement
Démographique	Le vieillissement accroît les besoins potentiels : les 75 ans ou plus passent de 9,4 % de la population en 2020 à 16,2 % en 2060.
Économique	Marché peu dynamique : chiffre d’affaires en hausse de 0,4 % en 2017, à 18 milliards d’euros. Le travail non déclaré et le « faire soi-même » freinent l’activité.
Socioculturel	Les besoins liés à la dépendance et aux services à domicile offrent un potentiel de croissance.
Politico-légal	L’agrément de l’État et le crédit d’impôt encadrent et soutiennent le secteur.
Technologique	Les plateformes numériques facilitent la mise en relation et intensifient la concurrence.

Le contexte ouvre des débouchés, mais le ralentissement du marché et l’évolution des usages numériques obligent l’entreprise à se différencier.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Potentiel démographique et besoins à domicile, mais marché peu dynamique, freiné par le travail non déclaré, le « faire soi-même » et les plateformes.

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

Un facteur clé de succès est une ressource ou une compétence déterminante pour réussir sur un marché. SERVIHOMEFRANCE dispose d’une expertise issue de l’expérience de ses fondateurs, professionnels de la santé, et d’un agrément de l’État pour intervenir auprès des personnes fragiles.

- **Offre diversifiée :** services de confort, de dépendance et d’accompagnement, adaptés à des besoins variés.
- **Savoir-faire et qualité :** prestations spécialisées et expérience auprès des personnes dépendantes.
- **Réseau et développement :** 25 franchises et deux nouvelles agences à Lyon en 2019.
- **Crédibilité :** récompenses et chiffre d’affaires en progression, de 14,6 millions d’euros en 2018 à 23 millions en 2019.

Ces atouts renforcent la confiance et soutiennent l’expansion de l’entreprise.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Expertise santé, agrément, offre diversifiée, qualité reconnue et réseau de 25 franchises.

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 diminue le coût des services à domicile pour les ménages : il peut atteindre 50 % des dépenses éligibles, dans la limite d'un plafond de 12 000 €, relevable sous certaines conditions. Ainsi, 6 000 € de dépenses ouvrent droit à 3 000 € de crédit d'impôt.

- **Ménages :** la baisse du reste à charge facilite l'accès aux prestations et peut encourager l'emploi déclaré.
- **Entreprises et salariés du secteur :** une demande accrue peut soutenir le chiffre d'affaires et l'emploi.
- **État :** le dispositif constitue une dépense fiscale, mais vise à soutenir l'activité déclarée.

Le gouvernement envisageait aussi de transformer ce crédit en aide directe, ce qui modifierait la manière dont les ménages en bénéficient.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Le crédit d'impôt réduit la dépense des ménages, peut soutenir l'activité déclarée et l'emploi, et représente une dépense fiscale pour l'État.

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

SERVIHOMEFRANCE doit faire évoluer ses choix face aux plateformes numériques et au risque d'ubérisation du secteur des services à la personne. Les documents présentent les effets de ces plateformes, les orientations stratégiques de l'entreprise et la reprise de la présentation de son site internet 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.

Effets	Conséquences économiques
Pour les clients	Offre locale centralisée, recherche rapide, avis des utilisateurs, achat immédiat en ligne et prix environ 10 % moins élevés.
Pour les prestataires	Visibilité accrue, accès à des prospects qualifiés et bénéfice du référencement et de la notoriété des plateformes.
Pour les entreprises traditionnelles	Concurrence renforcée et pression sur les prix, avec un risque de fragilisation des emplois salariés, souvent mieux formés et protégés.

Ces plateformes facilitent la mise en relation et réduisent les coûts de recherche. Elles accentuent toutefois l'ubérisation et contribuent au ralentissement d'un marché également pénalisé par le travail au noir et le faire soi-même. Leur offre reste parfois difficile à structurer et à qualifier.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Les plateformes fluidifient l'accès aux services et la prospection, mais accentuent la concurrence, la pression sur les prix et les risques pour l'emploi salarié.

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

Stratégie globale : SERVIHOMEFRANCE reste spécialisée dans les services à la personne. Elle recherche la croissance en développant son réseau de franchises et son implantation territoriale. L'élargissement des prestations, du confort à la dépendance et à l'accompagnement, constitue une diversification liée à son métier.

Stratégie de domaine : l'entreprise mise sur la différenciation par la qualité et la valeur ajoutée : sélection et formation des intervenants, solutions connectées de santé avec Easyconnect et amélioration de son site vitrine. Elle cherche ainsi à distinguer son offre de celle des plateformes.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Spécialisation dans les services à la personne, croissance par la franchise et diversification liée. Différenciation par la qualité, l'élargissement des services et l'innovation numérique.

Question 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.

Ces choix répondent aux avantages des plateformes : elles regroupent les offres locales, facilitent l'achat immédiat et proposent des prix environ 10 % plus bas. Le réseau d'agences renforce la présence locale et la marque, tandis que la qualité des intervenants et les objets connectés créent une valeur ajoutée difficile à réduire au seul prix.

- Le partenariat Easyconnect et l'élargissement des services différencient l'offre pour les personnes dépendantes.
- L'amélioration du site vitrine facilite la présentation des prestations, mais ne permet toujours pas leur achat immédiat en ligne, contrairement aux plateformes.

La stratégie est donc pertinente, mais le retard sur l'expérience numérique transactionnelle demeure une faiblesse.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> La différenciation et le réseau local sont pertinents, mais l'absence d'achat en ligne laisse subsister un désavantage face aux plateformes.

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

Qualification : Avecvous.com aurait reproduit la présentation du site de SERVIHOMEFRANCE. Cette reprise peut constituer une contrefaçon si le site est une œuvre originale protégée par le droit d'auteur.

Règle et application : le droit d'auteur protège l'œuvre dès sa création. Pour protéger le site dans son ensemble, SERVIHOMEFRANCE doit établir que la combinaison de ses éléments résulte d'un effort créatif et possède une physionomie propre. L'architecture spécifique, la charte graphique et les dessins sont des indices, mais il faut aussi prouver l'originalité, la copie et les droits détenus sur le site.

Conclusion : si ces éléments sont établis, l'entreprise peut agir en contrefaçon, demander en référé la cessation de la copie, éventuellement sous astreinte, et réclamer des dommages-intérêts.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Si l'originalité, la reprise et ses droits sont établis, SERVIHOMEFRANCE peut agir en contrefaçon, faire cesser la copie et demander réparation.

3. Les relations contractuelles de SERVIHOMEFRANCE avec ses franchisés

Monsieur Lebourdais exploite deux agences franchisées à Lyon et demande la nullité de leurs contrats, invoquant l'absence de document d'information précontractuelle pour l'un d'eux. Les annexes exposent les obligations d'information du franchiseur, les conditions de validité d'un contrat et les effets d'un défaut d'information sur le consentement.

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

Il y a **asymétrie d'information** lorsque les parties ne disposent pas des mêmes informations au moment de contracter. SERVIHOMEFRANCE, franchiseur, connaît mieux son réseau, son marché, ses résultats et les conditions de la franchise. Monsieur Lebourdais, franchisé, dépend donc des informations communiquées par le franchiseur pour évaluer son projet. Cette inégalité justifie l'obligation légale de remettre un document d'information précontractuelle (DIP) sincère au moins 20 jours avant la signature, afin qu'il puisse s'engager en connaissance de cause.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Le franchiseur détient des informations que le franchisé ne possède pas nécessairement. Le DIP vise à éclairer le consentement de ce dernier.

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.

1. **Règle :** le franchiseur doit remettre le DIP au moins 20 jours avant la signature. Selon l'arrêt fourni et l'article 1130 du Code civil, son absence n'entraîne la nullité que si elle a provoqué une erreur ou un dol déterminant le consentement. La nullité est prononcée par le juge.
2. **Application :** pour l'agence Est, le DIP a été remis 20 jours avant la signature du 15 juin 2019 : aucun manquement n'est établi. Pour l'agence Nord, aucun DIP n'a été remis avant le 21 janvier 2020 : l'obligation est méconnue, mais il faut encore prouver que cette omission a vicié le consentement.

Monsieur Lebourdais ne peut donc obtenir automatiquement la nullité des deux contrats.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Est : pas de défaut de remise du DIP. Nord : manquement établi, mais nullité possible seulement si un vice déterminant du consentement est prouvé.

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 ne précise pas de coefficient. Elle s'appuie sur SERVIHOMEFRANCE, entreprise de services à la personne en réseau de franchises. Les trois missions évaluent l'analyse de l'environnement et des agents économiques, les choix stratégiques face aux plateformes numériques, la protection du site internet et le raisonnement juridique relatif aux contrats de franchise.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Le macro-environnement rassemble les facteurs politiques, économiques, socioculturels, technologiques, écologiques et légaux qui influencent l'entreprise.
- Le crédit d'impôt présenté peut atteindre 50 % des dépenses de services à la personne, dans la limite d'un plafond de 12 000 €, susceptible d'être relevé.
- Les effets de réseau d'une plateforme peuvent renforcer son attractivité à mesure que davantage de clients et de prestataires l'utilisent.
- Le défaut de remise du DIP ne suffit pas à annuler un contrat : il faut établir un dol, une réticence dolosive ou une erreur ayant vicié le consentement.

Points de vigilance & attentes du jury

- Reliez chaque facteur du macro-environnement à ses effets concrets sur SERVIHOMEFRANCE, au lieu de dresser une liste sans analyse.
- Distinguez les bénéfices des plateformes pour les clients de leurs effets sur les prix, l'emploi et les entreprises traditionnelles.
- Justifiez les stratégies à partir des décisions précises de l'entreprise et évaluez leur pertinence face aux plateformes.
- Pour les contrats, distinguez l'absence de DIP de la preuve d'un vice du consentement et appliquez le raisonnement aux deux situations.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment analyser le macro-environnement de l'entreprise dans cette épreuve ?

Repérez dans les annexes les facteurs politiques, économiques, socioculturels, technologiques, écologiques et légaux. Pour chacun, expliquez son effet concret, favorable ou défavorable, sur l'activité et les décisions de SERVIHOMEFRANCE.

Q : Comment distinguer les stratégies globales et les stratégies de domaine ?

La stratégie globale concerne le périmètre et le développement général de l'entreprise, comme l'extension de son réseau. La stratégie de domaine précise comment elle se positionne face aux concurrents, par exemple en différenciant ses services.

Q : Le sujet attribue-t-il des points à chaque question et quel est le temps imparti ?

Le sujet ne donne ni barème par question ni coefficient. La durée officielle est de 4 heures. Organisez votre temps entre les trois missions, en réservant un moment pour vérifier que chaque réponse est argumentée et traite bien la consigne.

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

Non. Le défaut de remise du DIP ne suffit pas à lui seul. Il faut démontrer qu'il a provoqué une erreur, un dol ou une réticence dolosive ayant vicié le consentement. La nullité est prononcée par le juge.

Sujet officiel associé (PDF) : https://coursbtsmco.fr/assets/annales/bts-mco/E3 - Culture Économique, Juridique et Managériale (CEJM)/2021/BTS MCO - E3 - Culture Économique, Juridique et Managériale (CEJM) - Session 2021 - 1-Sujet.pdf
Ressources BTS Management Commercial Opérationnel : 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.