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 consulter tous nos sujets d'annales et corrigés du BTS NDRC, veuillez visiter :
coursbtsndrc.fr/annales-sujets-et-corriges

BTS NDRC

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://coursbtsndrc.fr/assets/annales/bts-ndrc/E3 - Culture Économique, Juridique et Managériale (CEJM)/2021/BTS NDRC - 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 qui accompagne notamment des personnes dépendantes et développe son activité par la franchise. Les documents portent sur l’évolution du marché, le vieillissement de la population, le crédit d’impôt et la place croissante du numérique dans le secteur.

Question 1.1. Analyser le macro-environnement de l’entreprise SERVIHOMEFRANCE en prenant appui sur le contexte et les documents du dossier.

Dimension	Éléments du dossier	Effets pour l’entreprise
Politique et juridique	Crédit d’impôt pouvant atteindre 50 % des dépenses ; agrément de l’État pour intervenir auprès des personnes fragiles.	Le crédit d’impôt rend les prestations plus accessibles et l’agrément renforce la confiance.
Économique	Marché de 18 milliards d’euros en 2017, mais en hausse de seulement 0,4 % ; concurrence du travail non déclaré et des plateformes.	Marché important, mais croissance faible et pression concurrentielle forte.
Sociodémographique	Vieillissement de la population et progression de la part des personnes de 75 ans ou plus.	Hausse des besoins potentiels d’aide à domicile et de services liés à la dépendance.
Technologique	Développement des plateformes numériques et des objets connectés.	Évolution des attentes clients et nécessité d’adapter les services.

Le marché offre donc des possibilités de croissance démographique, mais son dynamisme limité et la concurrence imposent à SERVIHOMEFRANCE de préserver la qualité de ses prestations et de s’adapter aux usages numériques. Le dossier ne fait pas ressortir de facteur environnemental déterminant.

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

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

Facteur clé de succès	Atout de SERVIHOMEFRANCE
Expertise métier	Expérience des fondateurs, issus de la santé, dans la dépendance et l’après-hospitalisation.
Offre adaptée et qualité	Prestations variées : services confort, dépendance et accompagnement ; qualité reconnue par l’agrément de l’État.
Notoriété et confiance	Distinctions professionnelles et départementales, marque et savoir-faire développés depuis 2008.
Présence territoriale	Réseau de 25 franchises, qui favorise l’implantation locale et la diffusion du savoir-faire.

La progression du chiffre d’affaires, de 14,6 millions d’euros en 2018 à 23 millions en 2019, témoigne également d’une capacité à se développer. Ces atouts permettent de répondre à des besoins sensibles et de se différencier des plateformes dont l’offre est parfois difficile à qualifier.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Expertise de la dépendance, offre variée et de qualité, agrément et notoriété, savoir-faire reconnu 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 peut atteindre 50 % des dépenses liées aux services à domicile, dans la limite d'un plafond de 12 000 euros, susceptible d'être relevé selon la situation du foyer. Pour 6 000 euros de dépenses, l'avantage fiscal est de 3 000 euros.

- **Ménages :** baisse du coût des prestations et accès facilité aux services, notamment pour les familles et les personnes âgées ou dépendantes.
- **Salariés et secteur :** le soutien à la demande peut favoriser l'emploi déclaré et l'activité des prestataires, face au travail non déclaré.
- **État :** le dispositif soutient l'emploi et la consommation, mais constitue une dépense fiscale. Une aide directe, envisagée dans le dossier, réduirait l'avance de trésorerie des ménages.

Dans le cadre mandataire de SERVIHOMEFRANCE, le particulier reste l'employeur de l'intervenant.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Le crédit d'impôt réduit le coût pour les ménages, peut soutenir l'activité et l'emploi déclaré, et représente une dépense fiscale pour l'État.

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

Les plateformes numériques modifient les modes d'accès aux services à la personne et intensifient la concurrence des entreprises traditionnelles. SERVIHOMEFRANCE envisage de développer son réseau, d'élargir son offre et d'améliorer son site, tandis qu'un concurrent a repris la présentation de celui-ci.

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 réduisent les coûts de recherche et de mise en relation : elles regroupent les offres locales, facilitent la comparaison grâce aux avis et permettent une réservation immédiate. Les clients bénéficient d'un accès plus simple et de tarifs environ 10 % inférieurs à ceux des entreprises traditionnelles. Mais cette concurrence accentue la pression sur les prix dans un marché déjà peu dynamique, et peut fragiliser les entreprises qui proposent stabilité, formation et protection sociale à leurs salariés. Les plateformes peuvent aussi donner aux professionnels une visibilité accrue et leur apporter de nouveaux prospects, même si leur offre reste parfois difficile à structurer et à qualifier.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Les plateformes facilitent l'accès aux services et la visibilité des prestataires, mais renforcent la concurrence par les prix et fragilisent les entreprises traditionnelles.

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

Au niveau global, SERVIHOMEFRANCE vise la croissance en renforçant son réseau et en élargissant son portefeuille de services. La franchise est un mode de développement qui permet d'étendre la présence territoriale sans acquérir les agences. **Au niveau du domaine d'activité,** l'entreprise mise sur la différenciation par la qualité, la formation et des services à valeur ajoutée.

Choix	Application	Finalité
Croissance par franchise	Développer le réseau physique	Accroître la présence territoriale
Différenciation	Sélectionner et former les intervenants	Renforcer la qualité
Diversification liée	Proposer des objets connectés de santé	Élargir l'offre aux personnes dépendantes
Amélioration numérique	Optimiser le site vitrine	Valoriser les prestations

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Croissance par franchise, différenciation par la qualité et diversification liée vers les solutions connectées pour la santé.

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 répondent aux atouts des plateformes : leur visibilité, leur mise en relation rapide et leur parcours d'achat immédiat. Le réseau d'agences, la marque et le savoir-faire de SERVIHOMEFRANCE peuvent maintenir une relation de proximité et rassurer les clients. La formation des intervenants et les solutions connectées différencient l'offre par la qualité et la valeur ajoutée. L'amélioration du site vitrine facilite l'accès à l'information, mais ne rejoint pas encore la simplicité d'achat proposée en ligne par les plateformes.

La stratégie est donc pertinente, mais gagnerait à intégrer un parcours numérique plus direct et à garantir une qualité homogène dans le réseau de franchises.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Une stratégie pertinente pour se différencier, à compléter par un parcours numérique plus direct et une qualité homogène dans le réseau.

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

1. **Règle :** un site original peut être protégé par le droit d'auteur dès sa création. Son originalité suppose un effort créatif dans la combinaison de ses éléments, lui donnant une physionomie propre. La contrefaçon peut donner lieu à une action en référé pour faire cesser les actes, éventuellement sous astreinte, ainsi qu'à des sanctions civiles et pénales.
2. **Application :** SERVIHOMEFRANCE décrit une architecture spécifique, issue d'un travail de collaboration et d'une écoute des utilisateurs. La reproduction intégrale de sa présentation par Avecvous.com peut constituer une contrefaçon si l'originalité, la titularité des droits et la copie sont établies.
3. **Conclusion :** l'entreprise peut agir en contrefaçon devant la juridiction compétente afin d'obtenir la cessation de la reproduction et réparation de son préjudice.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Établir l'originalité du site, la titularité des droits et la copie, puis agir en contrefaçon pour faire cesser les faits et obtenir 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 en invoquant un défaut d'information précontractuelle. Les documents précisent les faits relatifs aux DIP, les conditions de validité et de nullité d'un contrat, ainsi qu'un arrêt de la Cour d'appel de Paris.

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, avant la conclusion du contrat, une partie détient des informations importantes que l'autre ne possède pas. SERVIHOMEFRANCE, franchiseur, connaît mieux son réseau, son marché, ses résultats et les conditions du contrat. M. Lebourdais, franchisé, doit s'appuyer sur ces données pour évaluer son engagement et les risques de son activité. Le document d'information précontractuelle (DIP), qui doit permettre au franchisé de s'engager en connaissance de cause, vise à réduire ce déséquilibre.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Le franchiseur dispose d'informations essentielles sur le réseau, le marché et les résultats que le franchisé ne maîtrise pas autant.

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 : l'article L. 330-3 du Code de commerce impose la remise d'un DIP avant le contrat. Toutefois, selon l'arrêt du 25 janvier 2017 et l'article 1130 du Code civil, son absence n'entraîne la nullité que si elle a provoqué une erreur, un dol ou une réticence dolosive ayant vicié le consentement.

Application : pour l'agence Est, le DIP a été remis 20 jours avant la signature du 15 juin 2019 : aucun défaut n'est établi. Pour l'agence Nord, signée le 21 janvier 2020, le DIP n'a pas été remis. M. Lebourdais peut invoquer ce manquement, mais doit prouver qu'il a déterminé son consentement. Les informations du premier DIP peuvent rester pertinentes si elles étaient encore valables.

Conclusion : la nullité n'est donc pas automatique pour le second contrat et n'est pas fondée, en l'état des faits, pour le premier.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Agence Est : pas de défaut établi. Agence Nord : nullité possible uniquement si M. Lebourdais prouve que l'absence de DIP a vicié son consentement.

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'affiche pas de coefficient. À partir du cas SERVIHOMEFRANCE, entreprise de services à la personne en franchise, elle évalue l'analyse de l'environnement et des stratégies numériques, la protection d'un site internet et le raisonnement juridique sur les contrats de franchise.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Le macro-environnement rassemble les facteurs externes qui influencent les décisions et l'activité de l'entreprise.
- Un facteur clé de succès est une ressource ou une compétence essentielle pour réussir dans un secteur.
- Les externalités de réseau augmentent l'intérêt d'une plateforme à mesure que le nombre d'utilisateurs augmente.
- L'absence de DIP ne suffit pas à annuler un contrat : il faut démontrer un vice du consentement déterminant.

Points de vigilance & attentes du jury

- Reliez chaque facteur de l'environnement à une conséquence concrète pour SERVIHOMEFRANCE.
- Distinguez les bénéfices des plateformes pour les clients de leurs effets sur les entreprises et les salariés.
- Justifiez les qualifications stratégiques par les actions précises décrites dans les orientations 2019-2022.
- Pour chaque contrat, énoncez la règle juridique, confrontez-la aux faits et concluez séparément.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment organiser l'analyse du macro-environnement dans cette étude ?

Classez les éléments du dossier par dimensions économique, socioculturelle, technologique, politique et juridique. Pour chaque élément pertinent, expliquez son effet possible sur le marché, les clients ou les décisions de SERVIHOMEFRANCE.

Q : À quelles conditions le site internet peut-il être protégé par le droit d'auteur ?

La protection du site dans son ensemble suppose son originalité, démontrée par un effort créatif donnant une physionomie propre et un parti pris esthétique. Les éléments individuels peuvent aussi être protégés s'ils sont originaux.

Q : Comment répartir les quatre heures entre les missions ?

Répartissez le temps entre les trois missions selon leur ampleur, sans négliger la dernière. Répondez à chaque question, appuyez-vous sur les annexes et gardez quelques minutes pour vérifier la structure, les faits cités et les conclusions.

Q : Le défaut de remise du DIP entraîne-t-il automatiquement la nullité du contrat ?

Non. Le défaut d'information précontractuelle 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 et déterminé la décision de contracter.

Sujet officiel associé (PDF) : https://coursbtsndrc.fr/assets/annales/bts-ndrc/E3 - Culture Économique, Juridique et Managériale (CEJM)/2021/BTS NDRC - E3 - Culture Économique, Juridique et Managériale (CEJM) - Session 2021 - 1-Sujet.pdf
Ressources BTS Négociation et Digitalisation de la Relation Client : 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.