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 GTLA, veuillez visiter :
btsgtla.fr/annales-sujets-et-corriges

BTS GTLA

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://btsgtla.fr/assets/annales/bts-gtla/E3 - Culture Économique, Juridique et Managériale (CEJM)/2021/BTS GTLA - 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 évolue sur le marché des services à la personne, où le vieillissement de la population coexiste avec une croissance ralentie, le travail non déclaré et la progression des plateformes numériques. Les documents présentent aussi le crédit d'impôt, les concurrents et les évolutions du secteur utiles à l'analyse de l'environnement et des facteurs clés de succès.

Mission 1

Question 1.1. Analyser le macro-environnement de l'entreprise SERVIHOMEFRANCE en vous appuyant sur vos connaissances, le contexte et les documents pertinents.

Facteur	Éléments du dossier	Effets possibles pour l'entreprise
Démographique	Les 75 ans ou plus passent de 9,4 % de la population en 2020 à 16,2 % en 2060.	Besoins croissants d'aide et d'accompagnement.
Économique	Marché en hausse de seulement 0,4 % en 2017, travail non déclaré et recours au « faire soi-même ».	Croissance et activité sous pression.
Socioculturel	Potentiel lié aux besoins des personnes âgées et dépendantes.	Débouchés pour une offre spécialisée.
Technologique	Plateformes facilitant la recherche et l'achat de services, parfois à moindre coût.	Concurrence accrue et enjeu de visibilité numérique.
Politique et juridique	Crédit d'impôt pour l'emploi à domicile et agrément de l'État pour intervenir auprès des personnes fragiles.	Soutien à la demande et reconnaissance de l'offre.
Environnemental	Aucun élément spécifique dans le dossier.	Impact non établi.

Le macro-environnement offre des perspectives grâce au vieillissement et au soutien fiscal. Toutefois, la faible croissance, le travail non déclaré et les plateformes renforcent la pression concurrentielle. L'entreprise doit donc valoriser la qualité et adapter sa présence numérique.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Un potentiel démographique et un soutien fiscal favorables, mais une croissance faible et une concurrence accrue, notamment numérique.

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

Facteur clé de succès	Atouts de SERVIHOMEFRANCE
Expertise et confiance	Fondateurs issus de la santé, expérience des situations de dépendance et agrément de l'État.
Qualité et adaptation de l'offre	Prestations de confort, de dépendance jour et nuit et d'accompagnement.
Notoriété et crédibilité	Récompenses et reconnaissance départementale pour son action auprès des personnes dépendantes.
Proximité et développement territorial	Réseau de 25 franchises, deux nouvelles agences à Lyon en 2019 et projets d'implantation.

Ces ressources répondent aux attentes de qualité, de confiance et de proximité propres au secteur. La progression du chiffre d'affaires, de 14,6 millions d'euros en 2018 à 23 millions en 2019, confirme la dynamique commerciale du réseau.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Expertise santé, agrément, offre diversifiée et adaptée, réputation reconnue et réseau de 25 franchises en développement.

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 d'emploi à domicile, dans la limite d'un plafond de 12 000 €, susceptible d'être relevé sous conditions. Pour 6 000 € de dépenses, le crédit est de 3 000 €. Il réduit donc le coût supporté par les ménages et peut favoriser le recours à des prestations déclarées.

Les entreprises de services à la personne peuvent bénéficier indirectement d'une demande accrue ; les particuliers employeurs peuvent déclarer davantage d'heures, ce qui favorise l'emploi déclaré des intervenants. Pour l'État, le dispositif soutient l'activité et l'emploi, mais constitue une dépense fiscale.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Le crédit d'impôt allège la dépense des 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 concurrencent les entreprises traditionnelles de services à la personne grâce à une offre accessible en ligne, à des prix souvent plus bas et à leur visibilité. SERVIHOMEFRANCE envisage de renforcer son réseau, de diversifier ses services et d'améliorer son site, tandis qu'un concurrent a reproduit la présentation de celui-ci.

Mission 2

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

Effet	Conséquence économique
Offre et visibilité	Les plateformes regroupent les prestataires par localité, facilitent la recherche et apportent des prospects grâce au référencement et aux avis.
Prix et accès	L'achat immédiat en ligne, environ 10 % moins cher selon le dossier, accroît l'attractivité de l'offre et la pression concurrentielle.
Activité et emploi	L'« ubérisation », avec le travail non déclaré et le faire soi-même, contribue au ralentissement du marché et au recul de l'emploi salarié.

Les plateformes redistribuent donc la demande et poussent les entreprises traditionnelles à renforcer leur qualité et leur présence numérique. Elles peuvent aussi leur servir de canal de visibilité et d'acquisition de clients.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Les plateformes renforcent la concurrence et déplacent la demande, mais offrent aussi aux prestataires un levier de visibilité et d'acquisition de clients.

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

À l'échelle globale, SERVIHOMEFRANCE poursuit sa croissance en développant son réseau d'agences par la franchise. Elle étend aussi son portefeuille dans le secteur des services à la personne, avec des solutions connectées destinées notamment aux personnes dépendantes : c'est une diversification liée à son activité.

Pour se démarquer sur son domaine d'activité, elle privilégie la différenciation plutôt que les prix bas : marque, savoir-faire, sélection et formation des intervenants, services à valeur ajoutée. L'amélioration du site vitrine soutient cette orientation, mais ne prévoit pas l'achat immédiat en ligne.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Stratégie globale : croissance par franchise et diversification liée. Stratégie de domaine : différenciation par la qualité, l'expertise et les services à valeur ajoutée.

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, mais leur pertinence dépend de leur mise en œuvre :

- Le réseau local, la marque et le savoir-faire peuvent renforcer la confiance et attirer clients et intervenants, mais ils n'offrent pas à eux seuls la même portée numérique que les plateformes.
- La formation, la sélection et les objets connectés distinguent l'offre par la qualité et la sécurité plutôt que par le prix.
- Un site plus ergonomique améliore l'accès à l'information, mais sans réservation ni achat immédiat, l'expérience reste moins fluide que celle des plateformes.

La stratégie est cohérente si elle associe proximité et qualité à un parcours numérique plus simple.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Les choix sont pertinents pour se différencier par la proximité et la qualité, mais doivent s'accompagner d'un parcours numérique plus fluide.

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 de son concurrent, qui a repris la présentation du site de SERVIHOMEFRANCE.**

Problème de droit : la reproduction de la présentation du site peut-elle porter atteinte au droit d'auteur de SERVIHOMEFRANCE ?

Règle : une œuvre originale est protégée dès sa création. Pour un site, l'originalité résulte d'un effort créatif dans la combinaison de ses éléments, lui donnant une physionomie propre et un parti pris esthétique. Le titulaire des droits peut agir en contrefaçon et demander des mesures pour faire cesser l'atteinte ainsi que réparation.

Application et conclusion : l'architecture spécifique, la charte graphique et les dessins peuvent établir cette originalité. Si SERVIHOMEFRANCE prouve également détenir les droits et démontre la reprise, elle pourra poursuivre Avecvous.com en contrefaçon. Elle devra étayer sa demande par des éléments datés et une comparaison des sites.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Si elle prouve l'originalité du site, la détention des droits et la reprise, SERVIHOMEFRANCE peut agir en contrefaçon et demander la cessation de l'atteinte ainsi que réparation.

3. Les relations contractuelles de SERVIHOMEFRANCE avec ses franchisés

Monsieur Lebourdais, franchisé à Lyon, demande la nullité de deux contrats, en invoquant notamment l'absence de document d'information précontractuelle pour l'un d'eux. Les documents exposent l'obligation d'information du franchiseur, les conditions de validité du contrat et une décision de justice portant sur des contrats de franchise.

Mission 3

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

Il existe une **asymétrie d'information** entre les parties : en tant que franchiseur, SERVIHOMEFRANCE connaît mieux que M. Lebourdais son réseau, le marché, ses résultats et les conditions du contrat. Le franchisé doit pourtant décider de s'engager et d'investir sans disposer spontanément de ces informations. La remise d'un DIP sincère au moins 20 jours avant la signature vise à réduire ce déséquilibre et à permettre au franchisé de s'engager en connaissance de cause.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Le franchiseur détient davantage d'informations que le franchisé ; le DIP vise à rééquilibrer leur relation avant la signature.

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 un DIP au moins 20 jours avant le contrat. Selon l'arrêt fourni et les articles 1130 et 1178 du Code civil, le défaut de remise ne suffit pas à annuler le contrat : il faut prouver une erreur, un dol ou une réticence dolosive ayant déterminé le consentement.
2. **Application :** pour l'agence Est, le DIP a été remis dans le délai requis : aucun défaut n'est établi sur ce fondement. Pour l'agence Nord, l'absence de DIP est établie. M. Lebourdais devra toutefois démontrer que l'information manquante, ou devenue inexacte, a vicié son consentement. Le DIP antérieur de l'agence Est peut être pris en compte si ses informations étaient encore valables.

Conclusion : la nullité n'est donc pas automatique pour le contrat Nord.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Est : pas de nullité pour défaut de DIP. Nord : nullité possible seulement si M. Lebourdais prouve que l'absence d'information 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 quatre heures et ne précise pas de coefficient. À partir du cas SERVIHOMEFRANCE, elle traite du marché des services à la personne, du crédit d'impôt, des plateformes et des choix stratégiques, puis de la protection d'un site internet et de l'information précontractuelle en franchise. Elle évalue l'analyse économique, managériale et juridique.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Le macro-environnement regroupe les facteurs externes qui influencent l'entreprise, notamment démographiques, économiques, technologiques et juridiques.
- Le crédit d'impôt présenté peut atteindre 50 % des dépenses, dans la limite d'un plafond de 12 000 €, susceptible d'être relevé.
- Les plateformes mettent en relation des utilisateurs et peuvent bénéficier d'externalités de réseau lorsque le nombre de participants augmente.
- L'absence de DIP ne suffit pas, à elle seule, à annuler un contrat : il faut établir un vice du consentement déterminant.

Points de vigilance & attentes du jury

- Reliez chaque facteur environnemental à ses effets concrets sur l'activité ou les décisions de SERVIHOMEFRANCE.
- Distinguez les effets des plateformes sur les clients, les prestataires et les entreprises traditionnelles.
- Identifiez les stratégies à partir des décisions décrites, puis justifiez leur pertinence dans le contexte.
- Pour chaque contrat, exposez les faits, la règle juridique, son application et une conclusion distincte.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment analyser le macro-environnement de SERVIHOMEFRANCE ?

Classez les informations par catégories de facteurs, par exemple démographiques, économiques, technologiques ou juridiques. Pour chaque facteur retenu, expliquez son effet possible sur la demande, l'activité ou les décisions de SERVIHOMEFRANCE.

Q : Pourquoi l'absence de DIP ne suffit-elle pas toujours à annuler un contrat de franchise ?

La méconnaissance de l'obligation d'information ne suffit pas, à elle seule, à obtenir la nullité. Il faut démontrer qu'elle a provoqué un dol, une réticence dolosive ou une erreur ayant déterminé le consentement du franchisé.

Q : Comment organiser son temps pendant cette épreuve de quatre heures ?

Le sujet comporte trois missions et neuf questions, sans durée imposée pour chacune. Répartissez le temps entre les questions, réservez une marge pour la relecture et veillez à traiter toutes les consignes, notamment les raisonnements juridiques.

Q : Le sujet indique-t-il un coefficient ou un barème par question ?

Aucun coefficient ni barème par question n'est imprimé dans le sujet fourni. Il ne faut donc attribuer de points ni aux missions ni aux questions sans grille officielle distincte.

Sujet officiel associé (PDF) : https://btsgtla.fr/assets/annales/bts-gtla/E3 - Culture Économique, Juridique et Managériale (CEJM)/2021/BTS GTLA - E3 - Culture Économique, Juridique et Managériale (CEJM) - Session 2021 - 1-Sujet.pdf
Ressources BTS Gestion des Transports et Logistique Associée : 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.