

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR
COMPTABILITÉ GESTION
GESTION DE LA PME
GESTION DES TRANSPORTS ET LOGISTIQUE ASSOCIÉE
MANAGEMENT COMMERCIAL OPÉRATIONNEL
**NÉGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION-
CLIENT**
SUPPORT À L'ACTION MANAGÉRIALE

**E3. CULTURE ÉCONOMIQUE, JURIDIQUE
ET MANAGÉRIALE**

SESSION 2021

—————
Durée : 4 heures
—————

Aucun matériel n'est autorisé

**Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.
Le sujet comporte 13 pages, numérotées de 1/13 à 13/13.**

BTS BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR - TERTIAIRES	Session 2021
Épreuve E3. Culture économique, juridique et managériale	Code : CEJM
	Page 1 sur 9

« **SERVIHOMEFRANCE, notre expérience à votre service !** »

Contexte du sujet¹

SERVIHOMEFRANCE est une entreprise de services à la personne (Société par Actions simplifiée) dont le siège social se situe à Aubagne (Bouches-du-Rhône). Elle a été créée en 2008 par Monsieur Augustin Coudray et Monsieur Vincent Riotin, deux professionnels de la santé. C'est en échangeant sur leurs propres expériences d'infirmier et de médecin en maison de retraite que l'idée de créer leur propre entreprise a germé en 2007. À l'origine, l'expertise de l'entreprise s'est donc construite sur des sujets aussi sensibles que les besoins des patients après une hospitalisation et la dépendance.

Évoluant sur un marché en pleine croissance, l'entreprise a développé différents services : les services confort, qui consistent en des prestations de ménage et repassage, jardinage et bricolage ou la garde d'enfants, les services dépendance disponibles jour et nuit et les services accompagnement avec une hôtesse de vie à disposition. La qualité des services leur a permis de bénéficier d'un agrément délivré par l'État pour l'intervention en tant que mandataire² auprès des personnes fragiles. SERVIHOMEFRANCE dispose pour le moment d'un site web vitrine, qui propose les prestations, les intervenants et les différentes agences, mais ne vend pas de services en ligne.

Fort de leur succès, les fondateurs ont décidé de créer un réseau de franchises en 2015, afin de transmettre leur savoir-faire et leurs valeurs.

Le réseau compte aujourd'hui 25 franchises³ et a connu une année 2019 réussie à tous les niveaux. En effet, l'entreprise a réalisé en 2019 un chiffre d'affaires de 23 millions d'euros contre 14,6 millions d'euros en 2018. Côté développement territorial, le réseau a accueilli deux nouvelles franchises dans la ville de Lyon, preuve de la solidité de l'entreprise qui ne cesse de se développer. Ainsi, elle poursuit sa dynamique de recrutement et envisage de s'implanter dans d'autres régions de France courant 2020. L'entreprise a même été récompensée au concours des « Meilleurs franchisés & Partenaires de France » et par le conseil départemental des Bouches-du-Rhône pour son rôle auprès des personnes en situation de dépendance.

¹ Le contexte prend appui sur un cas réel mais des ajouts ont été effectués pour les besoins du sujet.

² L'entreprise sélectionne et présente au particulier l'intervenant qui effectuera la prestation au domicile, cet intervenant est salarié du particulier.

³ La franchise est un accord commercial qui repose sur un contrat de franchisage entre deux entités indépendantes juridiquement

L'étude est composée de 3 missions

Mission 1 : l'intégration de l'entreprise SERVIHOMEFrance au sein de son environnement.

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

Mission 3 : les relations contractuelles de SERVIHOMEFrance avec ses franchisés.

Composition du dossier documentaire :

Annexe 1 : les entreprises privées en plein essor sur un marché des services à la personne en « panne »	page 6
Annexe 2 : une France de plus en plus âgée	page 7
Annexe 3 : le crédit d'impôt, mode d'emploi.....	page 7
Annexe 4 : comment résister face aux nouvelles plateformes numériques ?	page 8
Annexe 5 : un enjeu de visibilité	pages 8 à 9
Annexe 6 : présentation des orientations stratégiques 2019-2022 par Augustin Coudray, Président de la SAS SERVIHOMEFrance.....	page 9
Annexe 7 : courrier de M ^{me} Laveiller, responsable du réseau de franchisés.....	page 10
Annexe 8 : protéger son site internet.....	page 10
Annexe 9 : articles du Code de la Propriété Intellectuelle	page 11
Annexe 10 : extrait du courriel de M. Lebourdais, franchisé	page 11
Annexe 11 : articles du Code civil	page 12
Annexe 12 : arrêt du 25 janvier 2017- Cour d'appel de Paris (extraits).....	pages 12 à 13

En prenant appui sur vos connaissances, le contexte et le dossier documentaire, il vous est demandé de répondre aux questions relatives aux trois missions du sujet. Vous êtes invité(e) à mobiliser les concepts et les apports théoriques dès lors qu'ils sont pertinents et que le lien avec la mission est argumenté.

**MISSION 1 : LES ENJEUX DU NUMÉRIQUE DANS LES FUTURS CHOIX
STRATÉGIQUES DE L'ENTREPRISE
(ANNEXES 4 à 9)**

L'entreprise SERVIHOMEFrance est impactée par l'évolution du numérique au sein de son secteur d'activité. Ses dirigeants vous demandent d'analyser l'évolution de leurs choix stratégiques face à « l'ubérisation » de leur secteur. L'entreprise SERVIHOMEFrance est confrontée à une situation juridique nouvelle. Une plateforme de services concurrente « Avecvous.com » a « repris » la présentation du site créée et développée par SERVIHOMEFrance. Monsieur Coudray s'interroge sur les moyens d'actions possibles pour protéger son site internet.

1.1 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.

**MISSION 2 : LES RELATIONS CONTRACTUELLES DE SERVIHOMEFrance
AVEC SES FRANCHISÉS
(ANNEXES 10 à 12)**

Monsieur Lebourdais est franchisé et exploite deux agences situées à Lyon. Il vient de contacter Monsieur Coudray, le dirigeant de l'entreprise, pour lui faire part de sa volonté d'agir en nullité pour ses deux contrats de franchise. Monsieur Coudray vous demande d'apprécier la validité de cette demande.

2.1. Expliquer pourquoi la relation contractuelle entre Monsieur Lebourdais et l'entreprise SERVIHOMEFrance relève d'une situation d'asymétrie d'information.

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

Annexe 1 : présentation des orientations stratégiques 2019-2022 par Augustin Coudray, président de la SAS SERVIHOMEFrance
--

« Face à la montée en puissance des plateformes de services à la personne, nous devons faire face aux externalités de réseau liées à ces plateformes. Nous orienterons nos choix stratégiques autour de 2 grands axes (...) » :

Premier axe : renforcer notre réseau physique d'agences : face à l'émergence des plateformes, notre force réside dans l'exploitation de notre marque et de notre savoir-faire. Nous allons continuer à confier à de futurs franchisés, qui ont l'envie d'entreprendre dans notre secteur, le soin de faire connaître notre marque. Grâce aux franchisés, nous continuerons à développer notre présence sur le territoire et à attirer les prestataires professionnels et les clients.

Deuxième axe : élargir le portefeuille de services proposés : nous devons nous différencier des plateformes et apporter une véritable valeur ajoutée à nos clients. Cela passera par la sélection et la formation de nos intervenants mais aussi par la proposition de nouvelles solutions numériques pour les personnes dépendantes. Notre nouveau partenariat avec « Easyconnect », spécialiste des objets connectés pour la santé, va nous permettre de faire découvrir à nos clients ces objets connectés. Ceinture anti-fracture, gobelet anti-déshydratation, lampe antichute, système de téléassistance nouvelle génération sont autant d'objets que nous avons testés et que nos clients pourront découvrir grâce à notre partenaire. La valorisation de nos prestations passera par un travail sur notre site vitrine : amélioration de l'ergonomie du site, de l'arborescence et de notre base de données par type de prestations.

Source : *extrait du rapport de l'assemblée générale des associés*

Annexe 2 : courrier de M^{me} Laveiller, responsable du réseau de franchisés

Objet : copie de notre site internet par un concurrent

Monsieur Coudray,

Depuis 2018, nous mettons à disposition de nos clients notre site vitrine www.SERVIHOMEFRANCE.com. L'architecture de notre site est spécifique (bandeaux, charte graphique, dessins...) et a été valorisée récemment par un prix délivré par le conseil départemental des Bouches-du-Rhône. Ce site est le fruit d'un long travail de collaboration avec notre réseau de franchisés et d'une écoute attentive des besoins de nos utilisateurs, notamment grâce à une grande enquête réalisée par l'organisme de Sondage Kantar TNS.

Lors de notre veille commerciale, nous avons détecté que la plateforme de services à la personne *Avecvous.com* avait reproduit intégralement notre présentation sur leur propre site.

Nous nous interrogeons sur nos moyens d'actions pour faire cesser cette pratique.

Nous étudions les possibilités de recours possibles devant le Tribunal de Grande Instance.

Cordialement,

M^{me} Laveiller

Source : document élaboré pour les besoins du sujet

Annexe 3 : protéger son site internet

En France, un site internet est protégé par le droit de la propriété intellectuelle et le droit d'auteur, en tant qu'œuvre multimédias.

De ce fait, le site peut être protégé de deux manières :

- dans son ensemble : par le droit d'auteur si le site est original ;
- pour chaque élément du site : créations graphiques, plastiques peuvent faire l'objet d'un dépôt de dessins et modèles ; les textes et autres contenus éditoriaux peuvent, s'ils sont originaux, être protégés par le droit d'auteur...

Qu'est-ce qu'un site original ?

Selon la jurisprudence (TGI Paris 12/01/2017), il faut démontrer que l'éditeur a réalisé un effort créatif dans la combinaison des éléments qui le composent (rubriques, bandeaux, textes...) pour lui conférer « une physionomie propre » et un « parti pris esthétique » portant l'empreinte de la personnalité de l'auteur.

Source : document élaboré pour les besoins du sujet

Annexe 4 : articles du Code de la propriété intellectuelle

Art L 111-1 :

L'auteur d'une œuvre de l'esprit jouit sur cette œuvre, du seul fait de sa création, d'un droit de propriété incorporelle exclusif et opposable à tous. Ce droit comporte des attributs d'ordre intellectuel et moral ainsi que des attributs d'ordre patrimonial [...]

Art L 716-6 1^{er} alinéa

Toute personne ayant qualité pour agir en contrefaçon peut saisir en référé la juridiction compétente afin de voir ordonner, au besoin sous astreinte, à l'encontre du prétendu contrefacteur ou des intermédiaires dont il utilise les services, toute mesure destinée à prévenir une atteinte imminente aux droits conférés par le titre ou à empêcher la poursuite d'actes argués de contrefaçon [...]

Extrait Art L 716-5

L'action en contrefaçon régie par les dispositions du code de la propriété intellectuelle peut entraîner des sanctions civiles (dommages et intérêts [...]) et/ou pénales (amende et/ou prison). [...]

Annexe 5 : extrait du courriel de M. Lebourdais, franchisé

Objet : nullité de mes deux contrats de franchise

Monsieur Coudray,

Je gère depuis le début de l'année deux enseignes en franchise, dans la ville de Lyon. Je souhaite aujourd'hui agir en nullité pour mes deux contrats de franchise pour défaut d'obligation précontractuelle. Je n'ai en effet pas reçu le document d'information précontractuelle (DIP) pour l'agence située dans le Nord de Lyon dont le contrat a été signé le 21 janvier 2020. Je précise que j'avais reçu, 20 jours avant la signature du contrat, le document d'information précontractuelle pour l'agence située à l'Est de Lyon dont le contrat a été signé le 15 juin 2019. (...) En l'absence de ce document, je demande la nullité de mon contrat de franchise pour mes deux agences de Lyon. (...)

Par ailleurs, je vous rappelle vos obligations en tant que franchiseur :

« Le DIP (document d'informations précontractuelles) est le document que le franchiseur transmet obligatoirement au franchisé 20 jours avant la signature du contrat. Il doit comporter des informations transparentes permettant au franchisé de signer le contrat en toute connaissance de cause [identité du franchiseur, présentation de son entreprise, de son réseau, de son marché, de ses résultats, des clauses du contrat de franchise etc...].

En cas de non remise du Document d'Informations Précontractuelles, le franchiseur peut engager ses responsabilités pénale et civile : amende de 5^e catégorie de 1500 euros s'il est une personne physique et de 7500 euros s'il est une personne morale.

Cordialement,
M. Lebourdais

Source : document élaboré pour les besoins du sujet d'après www.service-public.fr

BTS BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR - TERTIAIRES	Session 2021
Épreuve E3. Culture économique, juridique et managériale	Code : CEJM
	Page 7 sur 9

Annexe 6 : articles du Code civil

Article 1128

Sont nécessaires à la validité d'un contrat :

- 1°. le consentement des parties ;
- 2°. leur capacité de contracter ;
- 3°. un contenu licite et certain.

Article 1130

L'erreur, le dol et la violence vicient le consentement lorsqu'ils sont de telle nature que, sans eux, l'une des parties n'aurait pas contracté ou aurait contracté à des conditions substantiellement différentes.

Article 1178

Un contrat qui ne remplit pas les conditions requises pour sa validité est nul. La nullité doit être prononcée par le juge, à moins que les parties ne la constatent d'un commun accord.

Le contrat annulé est censé n'avoir jamais existé.

Annexe 7 : arrêt du 25 janvier 2017- Cour d'Appel de Paris (extraits)

La société Cash Converters Europe est une société de droit belge qui développe depuis une dizaine d'années sur le territoire français un réseau de magasins d'achat-vente aux particuliers, par l'intermédiaire d'un réseau de franchisés.

La société L2P Cash, gérée par Monsieur B.Y est une société spécialisée dans le commerce de détail de biens d'occasion en magasin. Le 10 novembre 2009, Monsieur B.Y a régularisé avec la société Cash Converters Europe un contrat de franchise destiné à permettre à la société L2P Cash d'adopter l'enseigne Cash Converters, pour son magasin situé à Cholet.

En avril 2010, la société L2P Cash a conclu avec la société Cash Converters un second contrat de franchise, en vue de l'ouverture d'un magasin à l'enseigne « Cash Converters City », situé aussi dans la ville de Cholet.

Le 26 octobre 2012, par courrier recommandé, la société L2P Cash a résilié les contrats de franchise, à effet au 30 novembre 2012 et aux torts exclusifs de la société Cash Converters Europe (...)

Par jugement du 9 octobre 2014, le tribunal de commerce de Paris a, sous le régime de l'exécution provisoire (...) débouté la société L2P Cash de sa demande de nullité des contrats de franchise. (...)

L'article L.330-3 du code de commerce dispose que « toute personne qui met à la disposition d'une autre personne un nom commercial, une marque ou une enseigne, en exigeant d'elle un engagement d'exclusivité ou de quasi-exclusivité pour l'exercice de son activité, est tenue, préalablement à la signature de tout contrat conclu dans l'intérêt commun des deux parties, de fournir à l'autre partie un document donnant des informations sincères, qui lui permettent de s'engager en connaissance de cause ». (...)

La méconnaissance, par un franchiseur, de son obligation précontractuelle d'information n'entraîne la nullité du contrat de franchise ou d'affiliation que s'il est démontré que celle-ci est constitutive d'un dol, d'une réticence dolosive ou d'une erreur, de nature à vicier le consentement du franchisé (...)

S'agissant du deuxième contrat de franchise, portant la date du 20 avril 2010, s'il est vrai qu'il n'a pas été signé et qu'aucun DIP n'a été remis au franchisé préalablement, il convient de souligner que ce contrat concernant, comme le précédent contrat, un magasin situé à Cholet, les informations communiquées dans le DIP du 10 octobre 2009 demeuraient valides en raison de la proximité de leurs conclusions respectives.

PAR CES MOTIFS

CONFIRME le jugement entrepris.

Source : *www.doctrine.fr*