

ÉTIQUETTE
D'IDENTIFICATION



360120220100004030

À compléter par le candidat

Rabattre le cache qu'en présence d'un membre de la commission de surveillance

Concours externe - interne - professionnel - ou examen professionnel ⁽¹⁾
Rayer les mentions inutiles

Pour l'emploi de : Contrôleurs des finances publiques

Preuve n° : 1

Matière : réponses à des questions / cas pratiques (101)

Date : 3 | 1 | 0 | 1 | 2 | 0 | 2 | 2

Nombre d'intercalaires supplémentaires :

À L'ATTENTION DU CANDIDAT

En dehors de la zone d'identification rabattable, les copies doivent être
globalement anonymes et ne comporter aucun élément d'identification tel
que nom, prénom, signature, paraphe, localisation, initiale, numéro, ou toute
autre indication même fictive étrangère au traitement du sujet.

Il est demandé aux candidats d'écrire et de souligner si nécessaire au
stylo bille, plume ou feutre, de couleur noire ou bleue uniquement.
Toute autre couleur pourrait être considérée comme un signe distinctif par le
jury, auquel cas la note de zéro serait attribuée. De même, l'utilisation
du crayon surligneur est interdite.

Les étiquettes d'identification codes à barres, destinées à permettre à
l'administration d'identifier votre copie, ne doivent être détachées et collées
dans les deux cadres prévus à cet effet qu'en présence d'un membre de la
commission de surveillance.

NOTE / 20

10 | 0 | 0

la production en circuit fermé qui
durable et l'économie verte.
linéaire (extraire, fabriquer,
l'inscrit dans la démarche de la
écologique en réutilisant les
des déchets, de diminuer les
ration ou l'allongement de la

inscrit d'ailleurs dans cette démar-
s responsables, achètent et
déjà servis.

des biens d'occasion sont en
Ils sont pour les consommateurs
l'idéologie écologique @ et aussi
leur budget @ Au niveau des
dynamiser @ et rassembler la

Question 1

économie circulaire

C'est un modèle économique de production en circuit fermé qui encourage le développement durable et l'économie verte. S'opposant à une économie linéaire (extraire, fabriquer, consommer et jeter), elle s'inscrit dans la démarche de la transition énergétique et écologique en réutilisant les ressources issues du recyclage des déchets, de diminuer les mises au rebut par la réparation ou l'allongement de la durée de vie.

Le marché de l'occasion s'inscrit d'ailleurs dans cette démarche. Les consommateurs, plus responsables, achètent et utilisent des biens ayant déjà servis.

Question 2

Les achats et les ventes des biens d'occasion sont en plein boom économique. Ils sont pour les consommateurs (I) un moyen d'exprimer l'idéologie écologique (A) et aussi une occasion de maîtriser leur budget (B). Au niveau des entreprises, il s'agit de redynamiser (A) et rassembler la clientèle (B).

I) Les motivations des consommateurs

a) L'écologie au centre des préoccupations

Les mentalités évoluent. Le marché de l'occasion permet aux consommateurs de s'inscrire dans une démarche éco. responsable. Chacun veut apporter sa pierre à l'édifice à la diminution des gaz à effets de serre et donc à diminuer le réchauffement climatique. Cela se traduit aussi par le rejet de l'hyper consommation.

b) Un budget de plus en plus maîtrisé

Si l'ensemble des ménages achète et vend des biens d'occasion, c'est également pour faire des économies. C'est d'ailleurs la première motivation pour l'ensemble des français. En 2019, c'est 40% des français, à titre d'exemple, qui ont acheté un vêtement d'occasion contre 15% en 2010.

II) Les motivations des entreprises

a) Redynamiser la fréquentation

Les entreprises quant à elles, cherchent surtout à fidéliser leurs clients mais aussi ramener les consommateurs dans leurs rayons. Elles cherchent à générer du trafic supplémentaire en s'appuyant notamment sur des spécialistes de l'occasion au sein de leur propre enseigne. Elles utilisent alors le marché de l'occasion comme un produit d'appel.

b) Rassurer leur clientèle

Les enseignes revalorisent et reconditionnent également les articles faisant l'objet d'un retour. Ils savent que les consommateurs sont souvent suspicieux lors d'un achat d'occasion. Pour cette raison, elles n'hésitent plus à

vendre des produits neufs et des produits reconditionnés

Question III

Le marché de l'occasion n'est pas à 100% idyllique. Certes, l'essor de ce marché (I) a permis l'arrivée de nouveaux services (a) et de nouveaux enjeux (b), mais il trouve ses limites (II) tant au niveau de la surconsommation de biens (a) qu'une diminution de la 1^{re} main (b).

(I) Un marché en plein essor

(a) De nouveaux services offerts

Le marché de l'occasion a permis l'arrivée de nouveaux services comme par exemple "Vinted", site de vente entre particuliers qui bénéficie d'une très forte croissance. D'autres enseignes essaient quant à elles des partenariats avec des spécialistes de seconde mains (Cash converters).

(b) De nouveaux enjeux

Les entreprises développent l'offre en ligne à leur tour et améliorent leur notoriété. C'est aussi un bon moyen de valoriser leur image mais aussi d'attirer une nouvelle clientèle en donnant par exemples des bons d'achats contre le retour d'articles.

(II) Les limites constatées

(a) La surconsommation de biens

Le problème 1^{er} est la reproduction des biens. Les sites en ligne qui cassent les prix permettent aux revenus les plus modestes d'acheter à faibles coûts. L'effet pervers, est que bien souvent, les consommateurs achètent

bien plus que leur objectif de départ et ce, même s'ils en ont peu ou pas besoin.

Ajoutés à cela, les biens jetés ou non vendus (par exemple 500 milliards de dollars par an perdus selon l'entreprise Lectra).

(b) Un marché du travail qui s'effondre

D'ici 2030, le marché de l'occasion pourrait dépasser celui de première main, ce qui serait dramatique. Le marché du travail, la création artistique ainsi que l'économie mondiale en pâtiraient. Ce serait également une "fausse bonne nouvelle" pour l'écologie avec l'explosion de la revente.