

CONCOURS EXTERNE
DE CONTRÔLEUR STAGIAIRE DU TRÉSOR PUBLIC

ANNÉE 2000

ÉPREUVE N° 2 A OPTION

Durée : 3 heures - Coefficient : 4

RÉSUMÉ AU QUART DE SA LONGUEUR D'UN TEXTE DE CARACTÈRE
GÉNÉRAL OU ADMINISTRATIF POUVANT COMPORTER DES TABLEAUX,
GRAPHES, ETC...

PAGE 2

ANALYSE D'UN DOSSIER DE NATURE ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

PAGE 9

A PARTIR D'UN DOSSIER, RÉPONSE À UNE OU PLUSIEURS QUESTIONS
ÉCONOMIQUES ET/OU JURIDIQUES

PAGE 19

Toute note inférieure à 6/20 est ÉLIMINATOIRE

TRÈS IMPORTANT :

Le candidat traitera celui des trois sujets ci-après qui correspond à l'option qu'il a choisie
lors de son inscription au concours : **CE CHOIX NE PEUT PAS ÊTRE MODIFIÉ.**

Sous peine d'annulation de leur copie, les candidats ne doivent porter aucun signe
distinctif (nom, prénom, lieu, etc.) sur la partie réservée à la rédaction.

L'utilisation de tout matériel est interdite.

Tournez la page S.V.P.

**RÉSUMÉ AU QUART DE SA LONGUEUR
D'UN TEXTE DE CARACTÈRE GÉNÉRAL OU ADMINISTRATIF
POUVANT COMPORTER DES TABLEAUX, GRAPHS, ETC...**

(3037 MOTS)

***Les lieux de transport :
des centres commerciaux du XXI^{ème} siècle ?***

www.devenez-fonctionnaire.fr www.devenez-fonctionnaire.fr www.devenez-fonctionnaire.fr...

Et si, demain, notre volonté de toujours mieux gérer notre temps et nos mobilités devaient modifier radicalement la nature et la fonction des lieux du transport ? Et, si demain, nos nouveaux modes de consommation devaient transformer les gares, les stations-service, les aéroports en supermarchés capables de concurrencer les grandes surfaces périphériques ? Et si, demain, ces mêmes lieux devenaient de véritables lieux de services, de loisirs et de travail ? Et si, demain encore, nous devenions, pour une partie d'entre nous, de véritables nomades ?

[..] Depuis 30 ans, les déplacements ont augmenté de 40% ; le trajet moyen d'un individu a été multiplié par cinq ; l'équipement automobile a plus que doublé ; les déplacements de vacances ont augmenté de 50%.

Et dans les années à venir, ces chiffres devraient continuer à croître tant la mobilité est au cœur de nos façons de vivre.[..]

Toute l'histoire des communications est là pour le démontrer et le développement actuel des objets communicants nomades va encore accentuer cette tendance. 65% des appels passés avec un téléphone portable aujourd'hui en France le sont d'une voiture.

Rappelons aussi que tous les jours, on compte :

- 50 000 véhicules dans les 100 stations-service d'autoroute de Total,
- 110 000 passagers à Roissy,
- 400 000 voyageurs à la gare du Nord,
- 60 000 passagers à la gare de Juvisy,
- 9 millions de passagers à la RATP.

Des chiffres à mettre en regard de la fréquentation quotidienne de certains lieux de commerces :

- 8 000 clients par jour en moyenne dans un hypermarché de 10 000 mètres carrés,
- 50 000 visiteurs à Parly II, l'un des plus grands centres commerciaux français.

Les lieux de transport sont donc devenus pour beaucoup d'entre nous des lieux usuels de centralité.[..]

Les Français disposeraient, selon de nombreuses enquêtes, de toujours plus de temps libre. En 1997, le travail ne représentait déjà plus que 14% du temps éveillé d'une vie moyenne, contre 43% pour le temps libre.[..]

Mais parallèlement, nous assistons à une destructuration de plus en plus forte des temps de travail :

- les horaires fixes sont en recul.[..]
- le temps partiel touche de plus en plus d'actifs.[..]

Cette destructuration aboutit à ce que, malgré la hausse du temps libre, les Français se montrent insatisfaits.[..] Les frontières se brouillent entre le temps de travail et les autres temps. Et ce mouvement ne pourra que s'amplifier au début des années 2000, une des contreparties concédée aux employeurs pour mettre en place les 35 heures étant d'annualiser le temps de travail.[..]

On se dirige donc tout droit vers une redistribution du temps qui n'épargne ni le domicile, ni les vacances, ni les week-ends et encore moins les soirées. C'est un des multiples paradoxes qu'on n'a pas fini de découvrir. La réduction du travail se traduit par une omniprésence du travail.[..]

Une omniprésence encore accentuée par le développement concomitant des activités tertiaires (70% du PNB en France) et des nouvelles technologies nomades (téléphone, pager, ordinateur) qui font de tout lieu un lieu potentiel de travail. On a moins besoin aujourd'hui de lieux fixes pour le travail, et encore moins demain.[..]

Les entreprises investiront dans les nouvelles technologies ce qu'elles auront économisé en matière de loyer avec des sièges sociaux plus petits et plus en phase avec nos nouvelles habitudes de travail.[..]

De nouvelles formes d'organisation de travail se mettent en place. On observe même un renversement qui fait d'un bureau un lieu de transit, comme l'a démontré de façon éclatante Andersen Consulting en quittant ses bureaux de la Défense pour ouvrir un hôtel de bureaux aux Champs-Élysées en 1996. Les consultants n'ont plus de bureau fixe dans l'entreprise, leurs bureaux sont ceux de leurs clients, ou bien ceux qu'ils réservent au siège ouvert 7 jours sur 7 et 24 heures sur 24.[..]

La nouvelle répartition des temps de travail n'est évidemment pas sans conséquences sur les modes de consommation. Ayant le désagréable sentiment d'avoir de moins en moins de temps libre, les consommateurs ont, en effet, réduit depuis plusieurs années le temps passé à faire leurs courses.

Une récente étude du CREDOC⁽¹⁾ démontrait ainsi, qu'en matière d'approvisionnement alimentaire entre 1988 et 1995 :

- les consommateurs avaient réduit la fréquence de leurs approvisionnements,
- le temps passé à faire leurs courses avait diminué de 10 minutes en 7 ans,
- mais que, dans le même temps, ils fréquentaient en moyenne plus de magasins (3,3 en 1995, contre 2,8),
- et qu'ils utilisaient de plus en plus leur voiture (88% en 1995, contre 50% en 1988).

Les consommateurs ne voulant plus perdre de temps, une part importante d'entre eux rejettent les hypermarchés.[..] Une récente étude menée dans douze pays (Japon, Etats-Unis, Europe) montrait que les nouveaux rythmes de vie (cadres ayant des horaires décalés) et les nouvelles structures familiales (parents célibataires débordés) allaient conduire dans un futur proche à un

très fort développement des *convenience stores*, ces petites boutiques ouvertes 7 jours sur 7 et disposant d'horaires d'ouverture très larges pour des visites fréquentes.

Dans le même temps, les enseignes multiplient les initiatives, notamment via internet, pour éviter aux consommateurs de se déplacer.[..]

www.devenez-fonctionnaire.fr www.devenez-fonctionnaire.fr www.devenez-fonctionnaire.fr

Les grandes marques cherchent à retrouver un contact avec les consommateurs, qu'elles ont perdu, depuis plusieurs années, au profit des grandes surfaces. Une volonté qui explique qu'elles soient aujourd'hui de plus en plus nombreuses à développer des lieux de vente parallèles aux enseignes de la grande distribution, notamment dans les endroits de forts passages comme les lieux de transit. Elles savent qu'en étant dans les lieux de transport, elles touchent les franges les plus actives de la population et les plus ouvertes aux innovations. L'enjeu pour elles n'est plus seulement de suivre les demandes des consommateurs, mais d'initier de nouveaux modes de consommation et donc de nouveaux produits.[..]

Cet investissement vers les lieux de transit devrait encore s'accroître dans les années qui viennent au vu de la rentabilité fabuleuse qu'ils génèrent :

- le chiffre d'affaires des magasins en gares est, en effet, deux fois supérieur à ceux des commerces de centre-ville à surface et offre égales,
- le chiffre d'affaires en aéroport est trois à quatre fois supérieur à ceux des commerces de centre-ville à surface et offre égales,
- les taux de concrétisation d'achat - j'entre et j'achète - évoluent entre 50 et 70% dans les lieux de transit, contre 30 à 40% en centre-ville.

[..] Tout est fait aujourd'hui pour occuper la vie des voyageurs qui passent de plus en plus de temps dans les aéroports et qui en passeront encore plus dans les années qui viennent, avec la saturation des aéroports aboutissant à une multiplication des retards. Déjà aujourd'hui, à Paris, 75% des voyageurs passent plus d'une heure dans l'aéroport, 36% des passagers y séjournent plus de deux heures, seuls 3% des voyageurs y restent moins de trente minutes.[..]

C'est d'ailleurs cette volonté d'occuper le temps passé dans les aéroports qui amena les Irlandais à créer, en 1947 à Shanon, les premières boutiques duty-free. Depuis, les aéroports ont eu l'occasion de s'épanouir en de vrais lieux de commerces. Roissy compte actuellement plus de 120 boutiques et Heathrow plus de 200 ![..]

Aujourd'hui, les galeries marchandes installées dans les aérogares américaines enregistrent des performances commerciales quatre fois supérieures aux espaces commerciaux traditionnels.[..]

Certains aéroports ont décidé d'aller encore plus loin en multipliant des commerces et des loisirs non plus pour les seuls voyageurs, mais pour l'ensemble des habitants d'une métropole, voire d'une région.[..]

[..] Grâce au TGV et à sa vitesse, le train a retrouvé sa place dans la société française et les gares réaffirment, depuis le milieu des années quatre-vingt, leur place dans la cité.[..] La SNCF est en train de vivre une petite révolution culturelle en développant, via sa filiale A2C, de petits supermarchés (2 000 mètres carrés), comme à la gare de l'Est à Paris, des galeries marchandes mais aussi de vrais centres commerciaux. Les flux et le temps passé par les voyageurs le justifient. La grande majorité des passagers grandes lignes arrivent pratiquement une heure avant le départ de leur train. Les revenus dégagés par ces commerces se révèlent, de plus, très intéressants pour la SNCF. Les 32 commerces de la gare de Lyon génèrent un chiffre d'affaires de 400 millions de francs par an.[..] L'ambition de la SNCF est de faire de certaines de ses gares de vrais pôles marchands à destination non seulement des voyageurs, mais aussi des riverains.

Aujourd'hui, le mouvement d'équipement commercial des gares est donc lancé dans les plus grandes d'entre elles, mais va toucher d'ici peu les gares de la banlieue parisienne, dont certaines voient passer plus de passagers que beaucoup de grandes gares de province. S'ouvre là pour les marques et les distributeurs un formidable chantier.[..]

Les commerces en gares font gagner du temps aux consommateurs en s'installant sur leur parcours. En cela, les gares deviennent des espaces stratégiques pour le commerce de demain et la grande distribution.[..]

Cette évolution n'est évidemment pas une particularité française.

De façon assez évidente et naturelle, cette mutation a touché depuis quelques années le métro. Là encore les flux et le temps passé expliquent cette évolution. A Paris, les voyageurs passent, en effet, autant de temps dans les stations que dans les rames.[..]

C'est pour valoriser ses espaces et le temps de ses passagers que la RATP a donc entrepris une véritable politique d'aménagement commercial, via sa filiale Promo Métro, qui gère déjà près de 2 300 espaces commerciaux.

Outre la vente de journaux et les activités de dépannage (développement de films, cordonnerie, clés minute...), sont présentes des enseignes comme Fnac, Afflelou, Yves Rocher, Mc Donald's.[..]

Parallèlement, la RATP a développé l'installation de machines de distribution automatique pour les produits alimentaires et la presse (16 000 appareils en tout) et réfléchit à un concept de bouquet de services qui regrouperait différentes machines automatiques.[..]

A l'occasion des déplacements quotidiens, les commerces et les services de transit se substituent pour une part aux défaillances des commerces de proximité.

[..] A société nomade, commerces d'itinéraire. Les mutations des stations-service sont à cet égard tout à fait significatives.

La place des prestations techniques liées à la voiture s'est progressivement réduite au bénéfice de services de restauration, d'aires de jeux pour les enfants, de coins communication avec téléphone et fax...Les stations-service sont devenues des terrains de consommation à part entière.[..]

Aujourd'hui, près de 50% des revenus d'une station Total sur autoroute sont générés par des ventes hors carburant. La restauration, la distribution automatique et l'alimentaire en représentent 70%.[..]

Aujourd'hui, c'est au tour des stations urbaines de suivre cette évolution. Obligés de trouver de nouvelles ressources de revenus face à la concurrence des grandes surfaces, les groupes pétroliers sont engagés dans une nouvelle approche commerciale de leurs points de vente. Placées sur les axes de déplacements des consommateurs, ouvertes tôt le matin et très tard le soir, les stations s'apprêtent à devenir de nouvelles épiceries.

[..] Actuellement les équipes d'Airbus, qui planchent sur le projet de très gros porteur, l'A3XX, envisagent d'implanter de véritables petites boutiques installées dans les soutes. Parallèlement à ces ventes hors taxes, se développe à bord la vente par correspondance. Le principe en est simple. Chaque voyageur dispose dans sa pochette de siège d'un catalogue dans lequel il peut faire son marché. Pour commander, il remplit soit un bon de commande, soit utilise le téléphone de bord. Après avoir donné son numéro de carte de crédit, il communique l'adresse à laquelle il veut que ses produits soient livrés.[..]

Ce mouvement n'épargnera pas les trains. La SNCF travaille, en effet, actuellement sur un projet de bornes électroniques qui seraient installées dans les voitures du TGV. Donnant accès

à des sites d'informations sur le trafic et sur les villes desservies, ces bornes offriront également des sites commerciaux permettant aux passagers de faire des achats qui leur seraient délivrés soit à la gare d'arrivée, soit directement chez eux.[..]

A terme, cette évolution touchera aussi la voiture. Selon tous les constructeurs automobiles, on peut, en effet, imaginer que dans les années à venir les terminaux d'aide à la navigation, comme Skipper, feront aussi office de terminaux internet.

Nos rythmes de vie de plus en plus désynchronisés font que sauter un repas, manger sur le pouce n'est plus aussi marginal que naguère et certainement plus réservé à une minorité. La destruction des temps sociaux actuels, la multiplication des sorties liées aux spectacles ou aux activités sportives font que les gens veulent pouvoir manger à tout moment.

Quelques chiffres situeront mieux les choses :

- 37% des Français consomment dans la rue,
- 20%, c'est la part de la consommation hors domicile dans le budget alimentaire des ménages (cette part était de 16% en 1980, 10% en 1965).[..]
- 1 repas sur 5 est pris hors du domicile.[..]

Se sont, dans le même temps, multipliés les circuits de restauration dans les lieux de transports, dans les centres commerciaux et maintenant dans les magasins.[..]

S'ajoute à cela un fort développement de la distribution automatique. Déjà 40% des Français la pratiquent sur leurs lieux de passage et 31% à leur lieu de travail, et un récent sondage révélait, qu'une nette majorité en voulait davantage.

Mais le meilleur révélateur de nos nouvelles façons de vivre est certainement l'explosion actuelle du marché des objets nomades communicants, qui tendent même à devenir pour certains de véritables prothèses.[..]

Aujourd'hui, il se vend quotidiennement 2 millions de baladeurs dans le monde, et 18 000 téléphones portables en France.[..]

La course à la miniaturisation et à la simplification va se poursuivre avec des minimicros comme le Rex PC qui, malgré son format équivalent à une carte de crédit et pesant seulement 34 grammes, peut stocker plus de 3 000 données.[..]

Parallèlement, apparaissent sur le marché des scanners et des imprimantes de poche.[..]

De son côté, le téléphone portable, qui permet déjà de consulter les cours de la bourse ou les dépêches d'agences, de réserver une place de cinéma, voire d'effectuer des opérations bancaires, se transforme en un véritable petit ordinateur doté de fonctions de fax, d'internet et de transfert d'images. Via internet, le portable va devenir l'objet nomade et communicant par excellence. 250 millions de mobiles sont vendus dans le monde en 1999. En 2001, on devrait compter 530 millions de possesseurs de portables sur les cinq continents et dépasser le cap du milliard en 2005.[..]

L'invasion des objets nomades n'en est donc qu'à ses balbutiements et s'accroîtra dans les années qui viennent avec de nouvelles générations d'appareils.[..]

Mais la mobilité et le mouvement supposent aussi la halte. Et déjà apparaissent des escales d'un nouveau genre pour les travailleurs itinérants. « Les meilleurs endroits pour observer le phénomène du "bureau disparu" sont les aéroports », écrivait récemment la sociologue Janet Abrans. L'aéroport de Frankfurt a développé un Airport Center de 50 000 mètres carrés, Schiphol un World Trade Center de 60 000 mètres carrés, et Aéroports de Paris des centres

d'affaires avec salles de réunions réservées tout au long de l'année par des entreprises qui ne veulent plus voir leurs cadres perdre du temps à rejoindre le centre-ville. Les compagnies via leurs salons privatifs contribuent encore un peu plus à ces mutations.[..]

Certaines gares françaises sont ainsi équipées de salons Euraffaires offrant des zones de calme mais aussi des plans de travail avec minitel, téléphones, fax... Ces équipements pourraient aussi toucher le RER et le métro de la région parisienne si, dans les années qui viennent, les projets d'installer des « bureaux de voisinage » dans les stations de métro voient le jour. Ces bureaux seraient tout à la fois des lieux de services pour les entreprises, des points de travail pour les sociétés de télé-services et des locaux équipés pour la téléformation.[..]

Les stations-service ne sont pas restées étrangères à ce courant. Dès 1994, Mobil ouvrait son premier espace Multicom dans une station de ville. Sur 20 mètres carrés, l'automobiliste peut trouver un point courrier, des téléphones, un fax, un minitel, un photomaton, un photocopieur, un distributeur de télécartes, une imprimerie rapide et un distributeur de billets. Depuis, d'autres points Multicom ont vu le jour.

www.devenez-fonctionnaire.fr www.devenez-fonctionnaire.fr www.devenez-fonctionnaire.fr

Devant un tel tableau, il est alors tentant de se demander si nous ne sommes pas à l'aube de cette société de nomades qu'évoque depuis plusieurs années Jacques Attali. Mais on ne peut pas oublier que personne (ou presque) n'est complètement nomade, comme personne (ou presque) n'est totalement sédentaire.[..] C'est de ce point de vue que peut s'ouvrir une grille de lecture des modes de vie.[..]

Mobilité et/ou nomadisme ? Laissons la question ouverte. Ce qui est certain en tout cas, c'est que la mobilité et la gestion du temps deviennent aujourd'hui des variables discriminantes dans l'analyse des modes de vie. Les parcours s'allongent, les destinations se diversifient, les modes de transport se multiplient, la relation à l'espace et aux lieux s'en trouve totalement bouleversée.[..]

Devant de telles réalités, il semble donc bien difficile de continuer à réfléchir aux lieux de la mobilité et à leur place dans la ville comme simples lieux de transports et de passages. Dotés de toujours plus de services et de commerces, ils sont en train de devenir les nouvelles escales urbaines de nos nouveaux modes de vie.

Les vitesses de la ville dirigé par André Pény, Serge Wachter
(Extrait d'un article de François Bellanger)
Éditions l'aube 1999

⁽¹⁾ Centre de recherches pour l'étude et l'observation des conditions de vie