

Merci Adlaptite pour le partage de sa copie  
pour le site [devenez-fonctionnaire.fr](http://devenez-fonctionnaire.fr)

ÉTIQUETTE  
D'IDENTIFICATION

À compléter par le candidat

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

Concours externe - interne - professionnel - ou examen professionnel <sup>(1)</sup>

(1) Rayer les mentions inutiles

Pour l'emploi de : CONTRÔLEUR DES FINANCES PUBLIQUES

Épreuve n° : 1

Matière : Cas Pratique

Date : 31/01/2022

Nombre d'intercalaires supplémentaires : 0

### À L'ATTENTION DU CANDIDAT

En dehors de la zone d'identification rabattable, les copies doivent être totalement 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. Une autre couleur pourrait être considérée comme un signe distinctif par le jury, auquel cas la note de zéro serait attribuée. De même, l'utilisation de 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  
14,75

### Question 1

L'économie circulaire se nomme ainsi puisqu'elle représente un cercle vertueux, différent de la société du tout-jetable. Elle correspond à la production de biens et services de manière durable, ce qui sous-entend une diminution de la consommation et du gaspillage des ressources, ainsi qu'une limitation de la production de déchets.

Les achats et ventes d'occasion s'inscrivent dans le champ de ce modèle économique. En effet, ils prennent en compte les impacts environnementaux et écologiques en réduisant la production. De plus, ils permettent l'allongement de la durée de vie d'objets qui vont être réparés plutôt que jetés. En résumé, ils facilitent une préservation des ressources et de l'environnement ainsi qu'une diminution incontestable des déchets et du gaspillage.

### Question 2

Selon l'étude menée en 2020 par Statista Global Consumer Survey, 45% des Français interrogés ont acheté un produit d'occasion au cours de l'année, ce qui place la France au cinquième rang mondial. Les produits les plus consommés par le biais du seconde main sur le web sont les vêtements et chaussures ainsi que les produits culturels.

Nous allons nous intéresser aux motivations des consommateurs de ces biens d'occasion (I), puis à celles des entreprises engagées dans la vente de biens d'occasion.

## I) Motivations des consommateurs

La première motivation des consommateurs de biens d'occasion est logique - elle est économique. En effet, le critère du prix est la motivation principale pour 86% des Français qui achètent de la seconde main. En cette période de crise sanitaire liée au Covid 19, les ménages sont attentifs encore plus particulièrement à leur budget. Ils se servent des différents sites pour comparer et dépenser moins. La place des vêtements dans le budget des Français diminue, notamment celle de l'habillement des enfants.

Une autre motivation des consommateurs de seconde main est écologique. Ils veulent diminuer l'empreinte environnementale liée à leur consommation. Ce n'est pas étonnant, lorsque l'on sait, par exemple, que les chutes de textile hors de la fabrication de vêtements représentent 60 milliards de mètres carrés par an.

Enfin, les acheteurs souhaitent consommer de façon plus responsable et rejettent le modèle d'hyperconsommation. Ils vont préférer l'objet au produit de consommation, qu'ils n'achèteront plus pour la vie. En effet, ils pourront le revendre pour en racheter un autre, et profiter du plaisir de chiner afin de dénicher l'objet rare. Ce cycle d'achat / vente engendrée



de plus une forme de partage, un lien avec une communauté qui pratique ce même concept.

Les consommateurs ne sont pas seuls sur le marché de la vente d'occasion. Nous allons voir les motivations des entreprises appartenant à celui-ci.

## II) Motivations des entreprises

Le marché de l'occasion est un marché porteur, que beaucoup d'entreprises ne veulent pas laisser passer. Ainsi, des enseignes classiques ont emboîté le pas aux vendeurs spécialisés.

Nous avons des exemples de vendeurs comme "Leboncoin", sixième site internet visité en France. Mais l'exemple le plus important à l'heure actuelle est "Vinted", start-up lituanienne qui fait partie des licornes actuellement, aux 45 millions d'utilisateurs dans le monde, dont 16 millions en France.

Cela explique pourquoi des magasins comme Kiabi ou la grande distribution installent des corners de vêtements dans leurs enseignes.

Mais ces enseignes profitent également de ces espaces pour proposer de nouvelles offres aux clients, afin de fidéliser. Ainsi ils peuvent dynamiser la fréquentation de leurs magasins.

Une dernière motivation tient aussi au rôle qu'ils veulent tenir avant à la prise de conscience collective sur la manière de consommer. Ainsi, ils souhaitent permettre à chacun de consommer plus responsable. Cela pourrait favoriser l'essor de magasins.

"charity shop". En effet, la consommation seconde main, se développant même dans les enseignes classiques, peut inciter les acheteurs à ajouter un côté caritatif à ce mode de consommation.

Le marché du seconde main est en pleine croissance, la cohabitation de celui-ci avec le marché du neuf a de nombreuses vertus. Et le potentiel d'objets inutilisés de chaque Français est estimé entre 1300 et 1400 euros à la revente, est positif pour l'avenir de l'occasion.

### Question 3.

En France, en 2020, le chiffre d'affaires du marché de l'occasion atteint 7,4 milliards d'euros. C'est autant à perdre pour les producteurs et distributeurs traditionnels. Nous allons étudier les conséquences et enjeux du marché de l'occasion pour ces entreprises (I), puis nous nous intéresserons à ses limites (II).

#### I) Conséquences et enjeux du marché de l'occasion pour les producteurs et distributeurs traditionnels.

Ces entreprises ont un marché à gagner non négligeable. C'est pourquoi un grand nombre d'entre elles se sont lancées dans le marché du seconde main. Des grands groupes comme Ikea, qui participait déjà au seconde main en revendant des meubles usagés, le développent en proposant la réservation de ces meubles via internet. Fnac-Darty

révalorise et reconditionne des articles, en ne se limitant pas aux téléphones ou ordinateurs, puisqu'ils le font sur du petit et gros électroménager. C'est le cas également pour les enseignes de la grande distribution. Celles-ci ont choisi, en plus, de devenir partenaires de vendeurs spécialisés de seconde main, comme Happy Cash ou Cash Converters.

Afin d'être encore plus compétitif, Fnac Darty a même embauché une "Directrice de la Seconde Main". En effet, le risque de se lancer sur le marché de l'occasion est d'écorner l'image de marque de ces grandes enseignes. De plus, la vente de seconde main risque de réduire le de produits neufs.

L'enjeu de l'image est primordial pour ces entreprises. Ils se doivent de consacrer leur image de marque, et bien sûr la fidélité des clients. Certaines enseignes ne s'y sont pas trompées, en proposant des bons d'achat en contrepartie à leurs clients.

Ce marché de l'occasion, bien qu'intéressant, a ses limites.

## II) Limites du marché de l'occasion

Le marché de la seconde main, notamment de vêtements sur internet, entraîne un nouveau type de surconsommation : la "fast fashion". En effet, l'argent gagné par les ventes peut servir à racheter, parfois plusieurs articles en échange d'un puisqu'ils sont à bas prix. Cela ne règle donc pas réellement le problème de fond.



de l'industrie du textile.

De plus, la pollution liée au transport de tous ces colis n'est pas négligeable quant à l'aspect environnemental de l'économie circulaire. C'est donc une fausse bonne nouvelle pour l'écologie.

Finalement, selon les estimations, le marché de la seconde main pourrait dépasser le marché du neuf d'ici 2030, notamment en lien avec le problème du pouvoir d'achat. Cela aurait des conséquences catastrophiques pour le marché du travail, tout comme pour la création artistique, et finalement l'économie mondiale.

Un objet seconde main a un cycle de vie : il est produit neuf, puis passe de main en main pour finir par être recyclé. Le marché de l'occasion devrait donc être complémentaire du marché du neuf, notamment pour l'innovation et le progrès.