RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

DOUANES & DROITS INDIRECTS

BO1EM22V1

CONCOURS EXTERNE SESSION 2022

POUR LE RECRUTEMENT DE CONTRÔLEURS DES DOUANES ET DROITS INDIRECTS

BRANCHE DU CONTRÔLE DES OPÉRATIONS COMMERCIALES ET DE L'ADMINISTRATION GÉNÉRALE

ÉPREUVE ÉCRITE D'ADMISSIBILITÉ N° 1

(DURÉE : 3 HEURES – COEFFICIENT 4)

RÉSUMÉ D'UN TEXTE PORTANT SUR LES QUESTIONS ÉCONOMIQUES ET SOCIALES DU MONDE CONTEMPORAIN ET RÉPONSE À DES QUESTIONS EN LIEN AVEC LE TEXTE

AVERTISSEMENTS IMPORTANTS

L'usage de tout document ou matériel autre que le matériel usuel d'écriture et de tout document autre que le support fourni **est interdit**.

Toute fraude ou tentative de fraude constatée par la commission de surveillance entraînera **l'exclusion du concours.**

Veillez à bien indiquer sur votre copie le nombre d'intercalaires utilisés (la copie double n'est pas décomptée).

Il est interdit de quitter définitivement la salle d'examen **avant le terme de la deuxième heure.**

Le présent document comporte **5 pages** numérotées.

Sujet

A. Résumez le texte en 200 mots (un écart de plus ou moins 10 % est toléré). Vous indiquerez à la fin de votre résumé le nombre **exact** de mots qu'il comprend.

B. Définissez et expliquez les mots ou expressions suivants (en caractères gras soulignés dans le texte) :

- « soft power »
- génération émergente
- une marque omnisports
- externalités positives

C. Répondez aux questions suivantes :

1) D'après M. Al Khelaïfi, « Les perspectives de croissance à long terme du secteur du sport sont prometteuses » et « L'économie du sport en est encore à ses débuts ».

Expliquez-en quoi consistent les perspectives de croissance économique du sport ?

2) Selon vous, quels bénéfices l'État peut-il tirer en investissant dans l'économie du sport ?

3) Selon vous, le développement de l'économie du sport n'emporte-t-il que des externalités positives ?

La stratégie du Qatar dans le domaine du sport

Entretien avec Nasser Al Khelaïfi, Chairman de Qatar Sports Investments (QSI) et président-directeur général du Paris-Saint-Germain (PSG).

[…]
Le développement du sport fait partie des priorités du Qatar, telles qu'elles ont été définies dans les plans de développement du pays. Nombre d'observateurs estiment que le Qatar, en tant que jeune nation, cherche à utiliser son investissement important dans le développement du sport comme un outil de « **soft power** ». Si elle n'est peut-être pas erronée, cette interprétation peut conduire à oublier les deux réalités fortes qui ont motivé ce choix.

Tout d'abord, nous pensons que le sport est important pour la santé, le bien-être et la cohésion collective. C'est pour cette raison que nous avons déployé autant d'efforts au cours des dix dernières années et que nous réussissons à transformer petit à petit le Qatar en une terre de sport. La pratique sportive a déjà progressé parmi les habitants du Qatar, tant au niveau amateur que professionnel, notamment grâce à l'ouverture d'installations qui facilitent l'accès aux sports et grâce à l'embauche de professionnels qualifiés. La création en 2012 de la Journée nationale du sport au Qatar, jour férié entièrement dédié au sport et visant à sensibiliser les habitants aux bienfaits de la pratique sportive et de l'activité physique, aide les jeunes générations à découvrir certaines disciplines et à se familiariser à leur diversité.
[…]

D'un point de vue personnel, le sport implique discipline, esprit de compétition, concentration, sens du sacrifice, esprit d'équipe.
[…]

Par ailleurs, les investissements qataris dans le secteur du sport font écho à l'un des objectifs du gouvernement, qui consiste à diversifier les sources de revenus et de croissance. Cette diversification est déjà bien en place, puisque plus de 50 % du produit intérieur brut (PIB) du Qatar est généré par des secteurs autres que les hydrocarbures, ce qui nous situe largement devant la majorité des pays producteurs. Aux côtés de secteurs-clés comme l'éducation et la culture, le sport doit jouer un rôle de plus en plus important dans cette politique de diversification.
[…]

De mon point de vue[1], cette stratégie de déploiement comporte plusieurs étapes-clés.

Tout d'abord, le Qatar a décidé de se porter candidat à l'organisation de différents grands évènements sportifs de portée mondiale. Nous avons commencé par l'organisation des Jeux asiatiques de 2006, à Doha. Le Qatar a également accueilli les Championnats du monde d'athlétisme en salle, des tournois de tennis des circuits masculin et féminin, ainsi que plusieurs autres compétitions. Nous allons continuer avec le Championnat du monde

1 M.Al-Khelaïfi est président de QSI, société de droit privé qatarie active dans les domaines du sport et des loisirs. Les actifs principaux de QSI sont le club du PSG, l'équipementier Burrda Sport, Nextstep Marketing, une agence de marketing, ainsi qu'un ensemble d'installations sportives et de loisirs au Qatar. Par ailleurs, M.Al-Khelaïfi est président de beIN Media Group, réseau de chaînes de télévision dédiées au sport, distribuées dans une trentaine de pays.

de handball en 2015 et puis viendra l'organisation de la Coupe du monde de la FIFA en 2022. [...]
Ensuite, nous avons construit des installations de pointe destinées à la population locale ainsi qu'aux athlètes et aux équipes internationales. De la même façon, nous avons mis en place des programmes internationaux d'entraînement dans le but de former des sportifs de renommée mondiale. Les champions de chaque discipline sont régulièrement invités au Qatar pour partager leurs connaissances et leur expérience. Les premiers résultats sont bel et bien là et nous avons aujourd'hui une **génération émergente** très prometteuse dans nombre de disciplines. Ce volet de la stratégie a d'autres conséquences positives, puisque le Qatar a désormais sa place sur l'échiquier sportif mondial. En effet, les équipes comme le PSG et bien d'autres se rendent à Doha pour les stages hivernaux.

Enfin, la partie la plus visible de notre stratégie : les investissements importants que nous effectuons dans le développement mondial du sport. Je ne parlerai pas ici que du PSG, qui est en train de devenir **une marque omnisports** de niveau mondial et un atout de plus en plus visible pour l'image de la ville de Paris à l'international. C'est là que QSI joue un rôle décisif. Dans le même temps, le groupe beIN Media est en train de bâtir un réseau mondial de télévision payante dédiée à la diffusion des plus grands évènements sportifs, ce qui signifie que nous sommes maintenant capables d'organiser des compétitions de premier plan et de les diffuser à l'échelle mondiale.
[…]

Les perspectives de croissance à long terme du secteur du sport sont prometteuses. L'économie mondiale du sport représente quelque 130 milliards de dollars, avec une croissance annuelle supérieure à 4 %. C'est un taux deux fois plus élevé que pour beaucoup de secteurs et il est comparable à celui que les industries de la culture et du divertissement ont enregistré ces dernières années. Néanmoins, l'économie du sport pèse dix fois moins que les secteurs des médias et de l'*entertainment* [2] : 130 milliards de dollars, contre 1670 milliards de dollars, selon des estimations de Price Waterhouse Coopers. Par conséquent, le potentiel de croissance est énorme !

Il faut bien garder à l'esprit qu'en plus des bienfaits qu'il offre à la société, le sport présente des caractéristiques économiques uniques. D'une part, c'est un secteur à fort coefficient de main d'œuvre et à effet multiplicateur. Ceci signifie par exemple que chaque emploi créé au sein du club de football du PSG entraîne la création de plusieurs emplois dans des activités et des services connexes. Tous ces avantages directs (emploi) et indirects correspondent à ce que les économistes appellent des **externalités positives** : sensation de bien-être, cohésion sociale, mélange universel de divertissement de valeurs qui parlent aux gens. D'autre part, l'organisation de grands évènements est un secteur à forte intensité capitalistique susceptible de dégager des bénéfices potentiellement très élevés en cas de gestion efficace. Par exemple, malgré les polémiques autour de la méthode, les experts estiment que l'impact économique des Jeux olympiques de Londres en termes de valeur ajoutée brute totale a été supérieur à 30 milliards de livres pour le pays, contre un coût total estimé à 9 milliards de livres.

Selon moi, l'économie du sport en est encore à ses débuts. Quatre autres moteurs de croissance peuvent contribuer à son développement :

2 divertissement

- un intérêt croissant de nouvelles populations, comme les femmes et les jeunes, qui sont actuellement sous représentées en termes de consommation, contrairement à la plupart des secteurs des loisirs ; chaque visite au stade, depuis l'arrivée jusqu'au départ, doit être une expérience inoubliable vécue entre amis ou en famille. Cela doit être du divertissement à l'état pur ;
- la montée en puissance de nouveaux pays, comme le Brésil ou l'Inde ; pensez au rôle essentiel des BRIC[3] et autres pays émergents jouent dès aujourd'hui dans l'organisation d'évènements de portée mondiale ;
- la naissance de nouvelles disciplines ou l'extension des franchises existantes au-delà des frontières actuelles. Il suffit de voir le développement des équipes de *soccer*[4] et des enceintes dédiées aux États-Unis, ou bien l'émergence rapide du football en tant que sport majeur en Inde ;
- l'amélioration constante de l'expérience vécue par les fans grâce aux innovations dans les domaines des médias numériques. Le sport en *live*, que ce soit au stade ou sur le petit écran, est parfaitement adapté aux réseaux sociaux. À titre d'exemple, toutes les innovations amenées par les chaînes de beIN Sports sur ce terrain sont un succès : interactivité en temps réel pendant les matches, mise en place de communautés comptant des centaines de milliers de fans.

Bien sûr, la difficulté consiste à faire les bons choix d'investissements, ceux susceptibles de garantir des profits et une rentabilité à long terme et de compenser les risques associés à un secteur encore perçu comme incertain, partiellement cyclique et quelquefois spéculatif.
[…]

Propos recueillis par Pascal Boniface, le 25 mars 2014,
« Revue internationale et stratégique », 2014/2 n°94

3 NDLR : Brésil, Russie, Inde, Chine
4 Soccer : nom du football européen en Amérique du Nord