**le**

A

Vers B C

**Un exemple de**

**dissertation corrigée**

**SUJET** Les barrières à l’entrée sont-elles la seule source de pouvoir de marché ?

**Introduction**



302

Elle présente le sujet et

les étapes de votre réflexion

Accroche par

un fait d’actualité, une citation, une donnée statistique

Présentation du sujet à partir de l’accroche

Définition des notions

Évocation de la complexité du sujet pour amener à

la problématique Annonce du plan

Saut de ligne

**Développement**

Il apporte une réponse structurée au sujet.

**Partie I**

Brève introduction annonçant

les sous-parties

Connecteurs logiques au début de chaque paragraphe.

Sous-partie 1 = un paragraphe

= un argument

Rédaction de chaque paragraphe avec la **méthode AEI** :

Affirmation

Explication

Illustration

Sous-partie 2

Connecteurs logiques, annonce d’un argument distinct

du précédent.

Mobilisation de notions

du cours

En 2021, de nombreux États ont demandé la levée des brevets sur les vaccins contre le Covid-19. L’objectif était de permettre à davantage d’entreprises de produire les vaccins dont manquaient les pays les plus pauvres et de faire baisser les prix.

Les brevets sont un bon exemple de barrière à l’entrée, c’est-à-dire d’obstacle empêchant la libre entrée de concurrents sur un marché. Lors de la crise du Covid, ils ont permis aux laboratoires innovants d’être les seuls à pouvoir commercialiser leur produit, leur donnant un pouvoir de marché, c’est-à-dire le pouvoir de fixer leurs prix et leurs quantités. Cependant, si le pouvoir de marché est souvent la conséquence de barrières à l’entrée, d’autres facteurs peuvent également en être à l’origine. Nous nous demanderons donc dans quelle mesure le pouvoir de marché s’explique par l’existence de barrières à l’entrée.

Nous verrons dans un premier temps que les barrières à l’entrée permettent aux entreprises d’obtenir un pouvoir de marché puis nous verrons qu’il existe d’autres sources de pouvoir de marché.

Pour commencer, nous allons montrer qu’un pouvoir de marché peut être lié à l’existence de barrières à l’entrée de formes multiples : naturelles, légales ou stratégiques.

Tout d’abord, le pouvoir de marché peut s’expliquer par l’existence de barrières naturelles. En effet, certaines activités entraînent des coûts fixes très importants. Il est alors difficile de proposer ces activités à des prix abordables s’il y a de nombreuses entreprises sur le marché. Si une entreprise est seule sur ce marché, en position de monopole naturel, elle peut répartir les coûts fixes sur l’intégralité des quantités échangées et réduire les prix. En revanche, si des concurrents souhaitent entrer sur le marché, chaque entreprise aura une quantité à produire moindre et les coûts fixes pèseront donc davantage sur chaque unité : les prix seront alors plus élevés et la demande plus faible. Les entreprises vont ainsi renoncer à entrer sur le marché si leurs perspectives de profit sont faibles. L’entreprise en monopole naturel a donc un fort pouvoir de marché grâce aux barrières naturelles : faiseuse de prix, elle peut fixer ses prix au-dessus du prix d’équilibre et limiter les quantités. Par

exemple, le document 3 montre que le secteur de l’électricité a des coûts fixes très importants car la mise en place d’un réseau est extrêmement onéreuse. Il s’agit donc d’une barrière naturelle. Le regain de concurrence n’a pas permis de baisse des prix en raison des coûts fixes importants à amortir : les prix ont même connu une hausse de 60 % entre 2006

et 2020. Voilà pourquoi on considère comme « consensuel » que la production nucléaire reste un monopole : même si cela entraîne un pouvoir de marché, la situation concurrentielle serait moins efficace en présence d’une barrière naturelle.

Par ailleurs, des barrières légales peuvent également être à l’origine d’un pouvoir de marché. En effet, les pouvoirs publics peuvent décider de mettre en place des lois ou des règlements pour empêcher l’entrée sur le marché de nouveaux concurrents. Ils agissent ainsi lorsqu’il y a une nécessité publique ou un intérêt économique à n’avoir qu’une seule entreprise sur un marché. Les entreprises en place ont donc un pouvoir de marché

important car elles sont protégées de la concurrence. Cela est d’autant plus vrai dans le cas

des monopoles institutionnels où les pouvoirs publics accordent l’exclusivité d’un marché à une seule entreprise qui devient donc faiseuse de prix. Ainsi, le document 2 nous montre que les entreprises demandent aux pouvoirs publics de protéger leur invention par des brevets, qui dressent ainsi une barrière légale à l’entrée de nouveaux concurrents.

En 2022, Huawei a déposé 3 544 demandes de brevet auprès de l’Office Européen

des Brevets afin d’obtenir un monopole institutionnel lui permettant de rentabiliser son innovation en ayant un fort pouvoir de marché.

Sous-partie 3

Connecteurs logiques marquant les temps de la présentation.

re

Saut de ligne

**Partie II**

Introduction de la 2e

partie

Enfin, les entreprises peuvent dresser des barrières stratégiques pour obtenir un pouvoir de marché. En effet, les entreprises elles-mêmes peuvent chercher des moyens

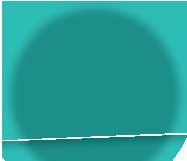
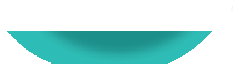
pour dissuader des concurrents potentiels d’entrer sur le marché. Elles peuvent par exemple effectuer d’importantes dépenses publicitaires, en sachant que de jeunes entreprises entrant sur le marché ne pourront en faire de même pour se faire connaître des consommateurs. Elles peuvent élaborer des stratégies de « guerre des prix » en baissant temporairement les prix

à des niveaux si faibles qu’ils anéantissent les perspectives de profit des potentiels entrants. Elles peuvent aussi élaborer des dépenses importantes en recherche et développement pour rechercher une position de monopole d’innovation. Ainsi, les entreprises comme Huawei, Samsung et LG, évoquées dans le document 2, sont en capacité de déposer autant de brevets auprès de l’Office Européen des Brevets : elles ont préalablement mis en place des stratégies de recherche et développement souvent très coûteuses qui dissuadent l’entrée sur le marché de concurrents, incapables de dépenser autant pour innover. Cela leur permet donc d’avoir un pouvoir de marché.

Nous avons donc pu voir dans un premier temps que les barrières à l’entrée, qu’elles soient naturelles, légales ou stratégiques, permettent de réduire la concurrence et sont sources de pouvoir de marché pour les entreprises en place. Cependant, d’autres sources de pouvoir de marché existent.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Transition récapitulant la 1 | |  | partie |
| et introduisant la 2e | . | | |

Nous allons montrer dans cette deuxième partie qu’un nombre limité d’offreurs et l’existence d’ententes sont également sources de pouvoir de marché.



Vers bAc

**le**

Pour conclure, il existe une diversité de sources de pouvoir de marché.

Des barrières légales, naturelles ou stratégiques peuvent empêcher l’arrivée

de concurrents sur un marché que ce soit du fait de l’intervention de l’État, de l’existence de coûts fixes importants sur le marché ou en raison de la volonté même des entreprises en place. Cependant, les entreprises peuvent également avoir la capacité de fixer les prix et les quantités sur un marché en raison d’un nombre trop limité d’offreurs et donc d’une concurrence trop faible mais aussi car elles peuvent mettre en place des ententes. Les barrières à l’entrée ne sont donc pas les seules sources de pouvoir de marché.

Ces situations conduisant les entreprises à pouvoir réduire les quantités et augmenter les prix ne sont pas efficaces économiquement et réduisent le bien-être collectif. L’État peut alors intervenir pour limiter le pouvoir de marché des entreprises grâce à la politique de la concurrence.

303

annonçant les sous-parties

Sous-partie 1



L’existence d’un nombre limité d’offreurs favorise le pouvoir de marché

Sous-partie 2



Les ententes à l’origine d’un pouvoir de marché

Saut de ligne

**Conclusion**

Réponse claire à la problématique

Rappel des arguments de la première partie

Rappel des arguments de la deuxième partie

Ouverture facultative (perspective complémentaire)