ECO – MARCHES IMPARFAITS – Item 1- POUVOIR DE MARCHE – PROPOSITIONS D’EVALUATION et CORRIGE

A. BOREY et M. SABATIER

**SUJET GUIDE** :

**Première partie** : réflexion guidée par des questions – **partie non évaluée**.

**Seconde partie** : raisonnement s’appuyant sur un dossier documentaire – **partie évaluée**.

**SUJET : A l’aide de vos connaissances et du dossier documentaire, vous montrerez comment des barrières à l’entrée permettent à des entreprises de bénéficier d’un pouvoir de marché**

**Analyse du sujet :**

1. Qu’est-ce qu’une barrière à l’entrée ?
2. Qu’est-ce qu’un pouvoir de marché ?

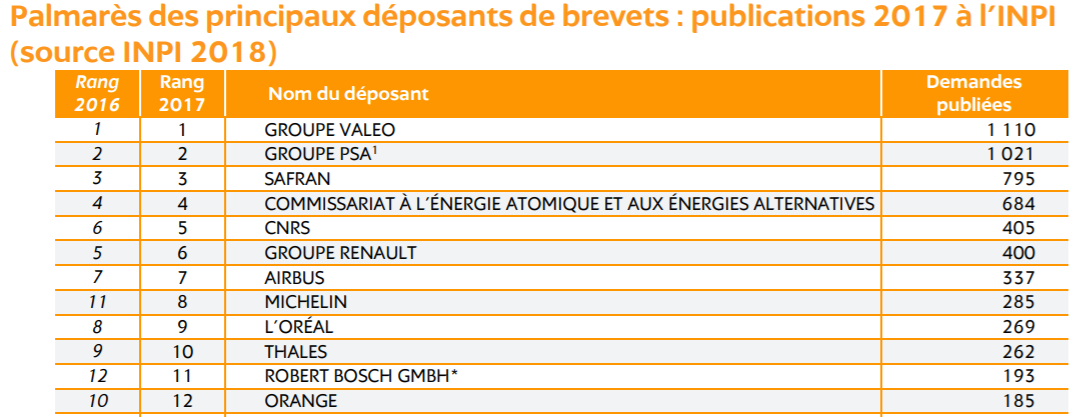
**DOC.1** - En France il y a trois réseaux de téléphonie mobile ; pour l’automobile, il y a un peu moins d’une dizaine de producteurs en concurrence en Europe. Qu’est ce qui est commun aux entreprises de téléphonie mobile, au transport de passagers par voie ferrée, à la production et à la distribution d’électricité et à l’industrie automobile ?

La réponse est que le coût d’accès au marché, c’est-à-dire les sommes à investir avant de pouvoir vendre, est immense. La structure des coûts est donc caractérisée par des coûts fixes importants. En matière de téléphonie mobile, il faut disposer de relais couvrant une grande partie du territoire. Le transport de passagers nécessite la construction (et l’entretien) d’un réseau ferroviaire et d’un parc de locomotives et de voitures considérable. La production d’énergie électrique requiert des infrastructures gigantesques (centrales, réseaux de distribution). Enfin, l’automobile nécessite d’immenses investissements en recherche et développement, d’une part, en marketing, d’autre part.

La structure des coûts est donc caractérisée par des coûts fixes importants. […] Il existe de nombreuses autres raisons que technologiques qui peuvent s’opposer au jeu de la libre concurrence.

Etienne Wasmer, *Principes de microéconomie*, Pearson 2010

**DOC.2** – Extrait



1. *PSA : Peugeot Société Anonyme*

Source : Observatoires de la propriété intellectuelle, Extrait des Statistiques INPI, mars 2018 - Laurence Sekkat, Mickaël Chion, Carole Pesenti

<https://www.inpi.fr/sites/default/files/inpi_statistiques_palmares_2017_vf_0.pdf>

**Relever les informations contenues dans les documents, en lien avec le sujet :**

**DOC.1**

1. Comment qualifier la structure de marché évoquée au début du texte ?
2. De quelle nature sont les barrières qui protègent les entreprises de ces différents secteurs sur leur marché ?
3. Que sont des « coûts fixes » ? Comment évoluent-ils quand la production augmente ?
4. En quoi la taille des entreprises constitue-t-elle une barrière à l’entrée ?

**DOC.2**

1. Quelle barrière à l’entrée est évoquée par ce document ?
2. Choisissez quelques données, exprimez leur signification dans une phrase et par un calcul pertinent faites des comparaisons.
3. Quelles autres barrières à l’entrée ne sont pas évoquées dans les documents ?

REPONSES AUX QUESTIONS

1. Barrières à l’entrée : obstacles de nature diverse qui empêche l’entrée de nouveaux concurrents sur un marché. Elles peuvent être légales, techniques, financières, … Elles relèvent des stratégies que les firmes mettent en œuvre pour maintenir ou renforcer leur pouvoir de marché.
2. Pouvoir de marché : capacité dont dispose une entreprise pour influencer le prix sur le marché.
3. Il s’agit d’une structure oligopolistique
4. Les barrières sont fondées sur un coût d’accès au marché :

* Coûts liés aux activités de réseau. C’est le cas de téléphonie mobile, du transport de voyageurs et de la fourniture d’électricité. On parle de monopoles naturels.
* Coûts fixes élevés liés à la R&D et au marketing dans l’industrie automobile.

1. Les coûts fixes sont des dépenses qui ne varient pas en fonction des quantités produites. En revanche, quand la production augmente, le coût fixe unitaire (Coûts fixe/quantité produite) diminue faisant baisser le coût moyen. Ainsi, le profit unitaire augmente. On parle d’économie d’échelle.
2. La taille de l’entreprise en diminuant le coût moyen unitaire rend les petites unités de production moins compétitives que les grandes (compétitivité-prix).
3. Il s’agit de barrières réglementaires (ou légales) par dépôt de brevet (protection temporaire de la propriété intellectuelle) qui oblige les autres entreprises à se situer sur un autre segment du marché (différenciation).
4. En 2017, l’INPI a publié 1 021 brevets déposés par le groupe PSA en 2017.

En 2017, l’INPI a publié 400 brevets déposé par Renault en 2017, soit, environ, 2,5 fois moins que Peugeot PSA.

1. Ne sont pas évoquées :
   * La guerre des prix : stratégie de prix prédateurs et surcapacité de production installées
   * Les besoins en capitaux : l’importance des investissements à réaliser au départ peut décourager les nouveaux entrants,
   * Les emplacements commerciaux : concurrencer une entreprise qui dispose historiquement des meilleurs emplacements peut se révéler impossible,
   * La supériorité en termes de notoriété et d’image : à titre d’exemple, des marques comme Coca-cola ou Nutella sont quasiment indétrônables,
   * Les difficultés à changer de fournisseur : sur certains marchés, les consommateurs sont captifs car les démarches qu’ils auraient à réaliser pour changer de fournisseur sont trop complexes (électricité, assurances, banque…),
   * La maîtrise des circuits de distribution : certaines entreprises maîtrisent totalement leur filière ainsi que les canaux de distribution, ce qui rend impossible l’implantation de concurrents,
   * Les stratégies de représailles : une entreprise bien implantée peut réagir à une tentative d’entrée d’un concurrent en baissant ses prix ou en lançant des promotions agressives,
   * Les barrières à la sortie : une entreprise peut dissuader ses clients de passer à la concurrence, par exemple en imposant des frais de résiliation exorbitants,
   * Les risques : le nouvel entrant mesurera les différents risques qu’il y a à tenter d’accéder à un marché.

<https://www.creerentreprise.fr/barrieres-entree-definition-strategie/>

CONSTRUCTION DE L’ARGUMENTATION

Définir et montrez que les barrières à l’entrée sont de nature variée.

Montrez comment les barrières à l’entrée limites la concurrence et permettent aux firmes déjà présente de détenir un pourvoir de marché (définir la notion).