

Corrigé proposé par SES réussite

Première – SES

Seconde partie : Raisonnement appuyé sur un dossier documentaire (10 points)

Sujet : À l'aide du dossier documentaire et de vos connaissances, montrez qu'il existe différentes sources de pouvoir de marché.

Document strictement réservé à un usage pédagogique – diffusion interdite

Introduction

Le pouvoir de marché correspond à la capacité d'une entreprise à influencer le prix du bien ou du service qu'elle vend, sans perdre l'ensemble de ses clients. Il dépend de la structure du marché et des stratégies mises en œuvre par les entreprises.

On peut alors se demander quelles sont les principales sources du pouvoir de marché.

Pour répondre à cette question, on montrera que le pouvoir de marché peut provenir d'un nombre limité d'offres (I), de l'existence d'ententes entre entreprises (II) et de barrières à l'entrée qui limitent l'arrivée de nouveaux concurrents (III).

I. Un nombre limité d'offres comme source de pouvoir de marché

Affirmation : Un nombre limité d'offres sur un marché constitue une source importante de pouvoir de marché.

En effet (cours) : lorsque les entreprises sont peu nombreuses, comme dans un oligopole ou un monopole, chaque firme détient une part de marché importante. Elle peut alors influencer le prix, car les consommateurs disposent de peu d'alternatives.

Par exemple (document 2) : Emmanuel Combe explique que de nombreux marchés présentent une structure oligopolistique. Dans l'industrie des mémoires dynamiques (DRAM), on compte moins de dix producteurs au niveau mondial, ce qui leur confère un pouvoir de marché important.

II. Les ententes entre entreprises comme source de pouvoir de marché

Affirmation : Les ententes entre entreprises renforcent le pouvoir de marché des producteurs.

En effet (cours) : une entente (ou cartel) correspond à un accord illicite entre entreprises concurrentes visant à fixer les prix, à se répartir les marchés ou à limiter les quantités produites. Ces pratiques réduisent la concurrence et permettent aux entreprises d'augmenter leurs profits au détriment des consommateurs.

Par exemple (document 2) : lorsque les entreprises sont peu nombreuses, elles peuvent tenter de se constituer en cartel. Cette stratégie leur permet de se comporter comme un monopole collectif et d'exercer un pouvoir de marché plus élevé.

III. Les barrières à l'entrée comme source de pouvoir de marché

Affirmation : Les barrières à l'entrée constituent une source durable de pouvoir de marché.

En effet (cours) : les barrières à l'entrée sont des obstacles qui empêchent ou limitent l'arrivée de nouveaux concurrents sur un marché (brevets, coûts fixes élevés, économies d'échelle, réglementation). Elles protègent les entreprises en place et leur permettent de conserver leur pouvoir de marché.

Par exemple (document 1) : le document montre que certaines entreprises déposent un nombre très élevé de brevets. En 2017, Huawei a déposé environ 2 398 brevets en Europe, contre 2 220 pour Siemens et plus de 2 000 pour LG et Samsung. Ces brevets constituent des barrières juridiques à l'entrée, car ils empêchent les concurrents d'utiliser librement les innovations.

Conclusion

Ainsi, le pouvoir de marché peut avoir plusieurs sources. Il peut résulter d'un nombre limité d'offres, de stratégies d'entente entre entreprises ou encore de barrières à l'entrée qui protègent les firmes en place. Ces différentes sources expliquent pourquoi certains marchés sont peu concurrentiels et justifient l'intervention des autorités de la concurrence.