

## Fiche concept : Barrières à l'entrée

**Définition** : Une **barrière à l'entrée** désigne un obstacle empêchant l'entrée de concurrents sur un marché. Une barrière à l'entrée permet d'accroître (de conserver) son **pouvoir de marché** et donc d'accroître ses profits. Elle peut se définir de deux manières :

C'est un avantage dont bénéficient les entreprises déjà installées sur un marché qui leur permet de vendre leurs produits à un prix supérieur à celui en situation de concurrence sans toutefois attirer des entrants potentiels.

C'est un coût que seuls les nouveaux entrants auraient à supporter. Par exemple les nouveaux entrants doivent acheter une licence, ne bénéficient pas de l'image de marque, des effets de l'apprentissage et de l'expérience.

### Exemples

- 1 700 brevets déposés par Nestlé pour protéger les dosettes de Nespresso  
Construction d'un avion gros porteur par Airbus

*Sous notions (représentation possible sous forme d'un schéma) :*

Barrières structurelles : liées à des particularités d'une activité. Exemples : économies d'échelle, effets de réseau.

Barrières stratégiques : liées aux comportements stratégiques des firmes. Exemples : brevets, licences, dissuasion via les capacités excédentaires, les prix prédateurs.

### Notions liées :

Pouvoir de marché  
Stratégie des entreprises  
Concurrence réelle/potentielle (marchés contestables)  
Économies d'échelles  
Effets de réseau  
Innovations (brevets, licences)

### À savoir :

Définir et illustrer le concept : barrières à l'entrée

Montrer que les barrières à l'entrée peuvent résulter de stratégies des entreprises mais qu'elles ne résultent pas toutes de stratégies des entreprises (cas des barrières structurelles).

Expliquer en quoi les barrières à l'entrée limitent la concurrence entre les entreprises et donc permettent d'exercer un pouvoir de marché.

### Critiques, débats :

Les barrières à l'entrée lèsent-elles les consommateurs ?

### Bibliographie, sites Internet :

- <http://www.oecd.org/dataoecd/23/9/38077106.pdf>
- *Principes d'économie moderne*, troisième édition, STIGLITZ J., WALSH C., LAFAY J.-D., 2007