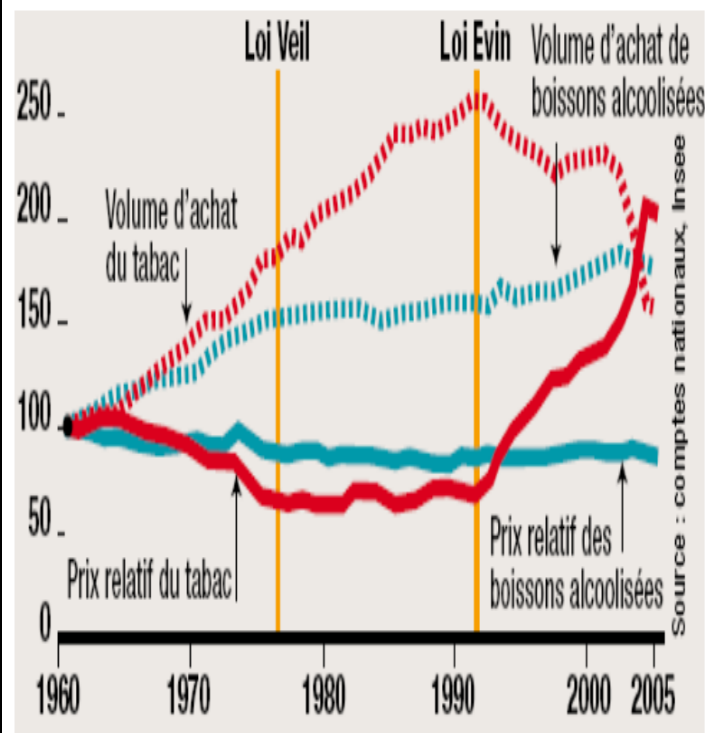


Sujet corrigé → A l'aide d'un exemple illustrez l'intervention des pouvoirs publics face à une asymétrie d'information	Sujet + Méthode
<p>Une asymétrie d'information est une situation d'échange où l'un des coéchangistes (offreur ou demandeur) a davantage d'informations sur la situation d'échange ce qui rompt avec l'hypothèse de transparence du marché. Or laisser faire le marché pour un optimum (prix minimum, quantité échangée maximum) repose notamment sur cette hypothèse de la concurrence pure et parfaite. Si le marché n'est plus efficace une autre régulation comme celle des pouvoirs publics peut se substituer à celle de la loi de l'offre et de la demande (celle des prix).</p> <p>Si on prend l'exemple des assurances lors de la signature d'un contrat il existe une situation d'aléa moral où l'assureur ne dispose pas des informations déclaratives de l'assuré. Ce dernier peut alors avoir un comportement moins responsable dès lors qu'il se sent couvert. Le prix peut dès lors sous-estimer les risques et mettre en péril la rentabilité des sociétés d'assurances et donc fragiliser l'offre. Or l'assurance a des externalités positives est une offre est nécessaire. Ainsi l'A.PU. peut se substituer au marché notamment dans des domaines essentiels comme la santé. Le service prend dès lors une dimension collective et non marchande.</p> <p>Les asymétries d'information sont donc des situations où les limites du marché peuvent donner lieu à des limites au marché et faire coexister des activités marchandes et non marchandes qui caractérisent une économie mixte.</p>	<p>§.1. introductif = articuler les termes et approcher le cœur de la question → A l'aide d'un exemple illustrez l'intervention des pouvoirs publics face à une asymétrie d'information</p> <p>§.2. Explicatif Ici c'est l'exemple + mots connecteurs</p> <p>§.3. Conclusif Un enseignement et en évitant si possible le peu utile résumé...</p>

*Prix et achats de tabac et d'alcool***

en France, base 100 = 1960*



→ **Note** : En 1976 la loi Veil prolongée, en 1991, par la loi Evvin limitent les lieux de consommation de tabac, la publicité et le parrainage d'événements et exigent des avertissements sur les paquets de cigarettes quant aux dangers du tabac. Selon l'Organisation Mondiale de la Santé, la fiscalité est un des leviers essentiels pour réduire la consommation de tabac. L'OMS considère même que les taxes sur les produits du tabac seraient l'outil le plus puissant [...]

*Champ : consommation par adulte de 15 ans ou plus (1)

**Le prix relatif du tabac et des boissons alcoolisées correspond à l'évolution du prix nominal moyen du tabac ou des boissons alcoolisées divisé par l'évolution du niveau général des prix

Questions : Comparez les évolutions du marché du tabac et celui des boissons alcoolisées entre 1960 et 2005

En 2005 l'INSEE publie dans les comptes nationaux une **enquête** sur le prix et l'achat de tabac et d'alcool en France sur une longue période (1960-2005)

Cette étude de long terme s'appuie sur un graphique construit en indice base 100. L'indice dynamique est un indicateur de tendance qui se rapproche du taux de variation (sens et rythme) mais reste un nombre sans dimension qui ne se lit pas mais s'interprète en %.

Concernant les tendances du marché du tabac et de celui de l'alcool on peut trouver des rapprochements et des différences.

En effet, la période 1960-1990 est marquée par une baisse du prix relatif (non du prix nominal) mais qui favorise un arbitrage en faveur de la consommation de ces biens puisque leurs prix évoluent moins vite que la moyenne des prix. Dans une logique de marché, la loi de l'offre et la demande prévoit une hausse de la demande et c'est bien ce que l'on constate. Par exemple le prix relatif des boissons alcoolisées passe de l'indice 100 à environ 75 soit une baisse de 25 % en 30 ans et l'achat de ces boissons sur la même période passe de l'indice 100 à 150 soit une hausse de 50%. Les mêmes tendances sont observées mais de façon plus marquées (+ 150 % pour les dépenses et - 40 % pour le prix). Cette élasticité de la demande au prix est vérifiée pour le tabac dont le prix a fortement augmenté (après des mesures étatiques). Il est revenu à son prix initial au milieu des années 90 puis a atteint un prix deux fois plus élevé en 2005 (indice 200). Cette hausse de 100 % du prix a contribué à la baisse significative de la demande qui n'est plus 40 % au-dessus de son niveau de 1960.

On n'observe pas ces mêmes tendances pour l'achat de boissons alcoolisées puisque le prix relatif moyen tend plutôt à stagner (autour de l'indice 80 donc 20 % en-dessous du prix en 1960) avec une consommation qui semble commencer à baisser vers 2005...