

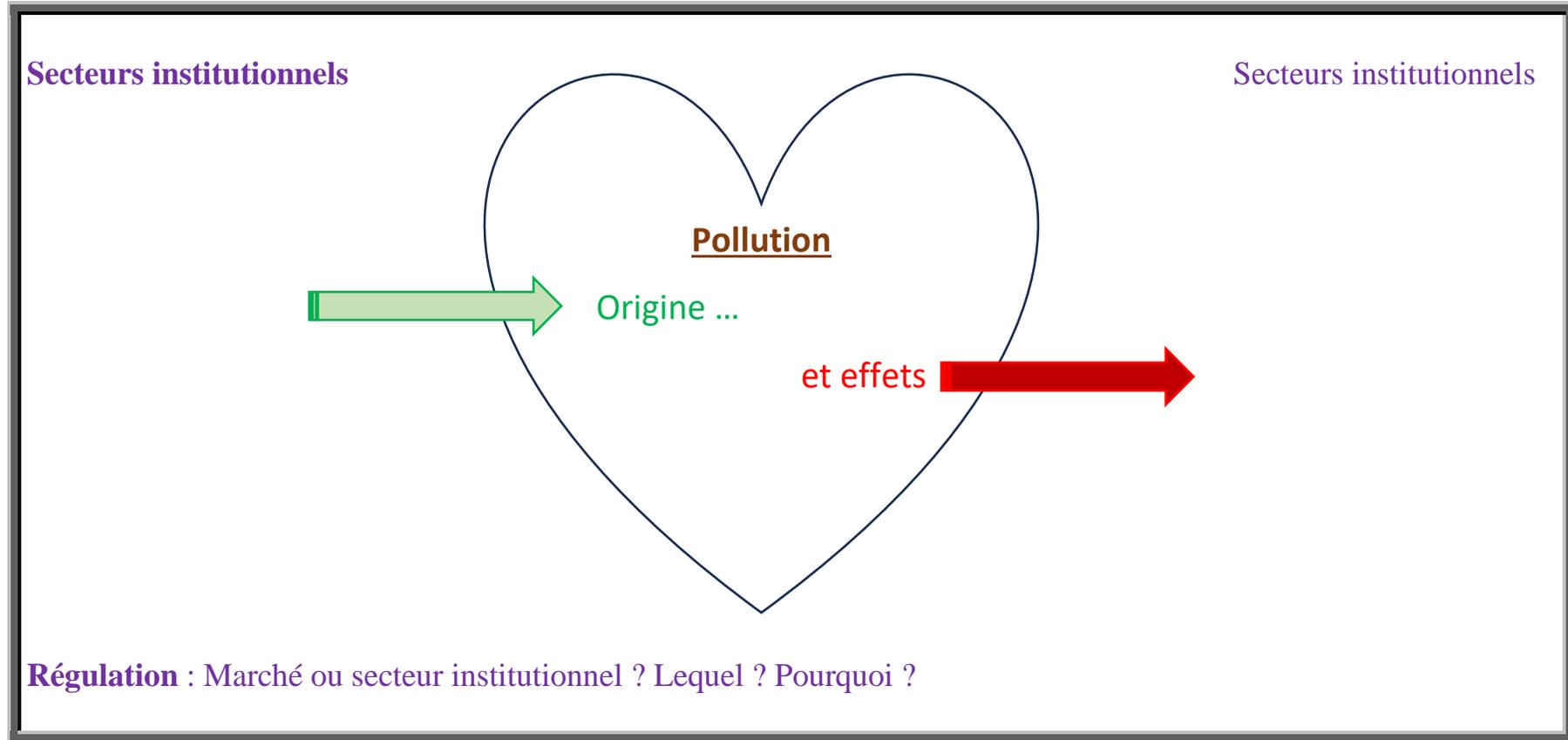
**B. ... conditionnent des limites au marché.**

**1. Quand la régulation marchande par les prix échoue...**

**a. Des biens ou des services qui échappent à la logique marchande : certains sont sources d'externalités négatives ...**

**Le cas de la pollution : <https://www.youtube.com/watch?v=FYQ6M6uXRCY>**

A partir de la vidéo, réalisez un schéma représentant les différents secteurs institutionnels évoqués. Mettez en évidence ceux qui sont à l'origine de la pollution, et ceux qui en subissent les effets négatifs par des flèches en nommant ces effets négatifs.



→ Est-il possible de fixer un prix à tous ces effets négatifs ? Les agents responsables de cette pollution en paye-t-il directement le prix ?

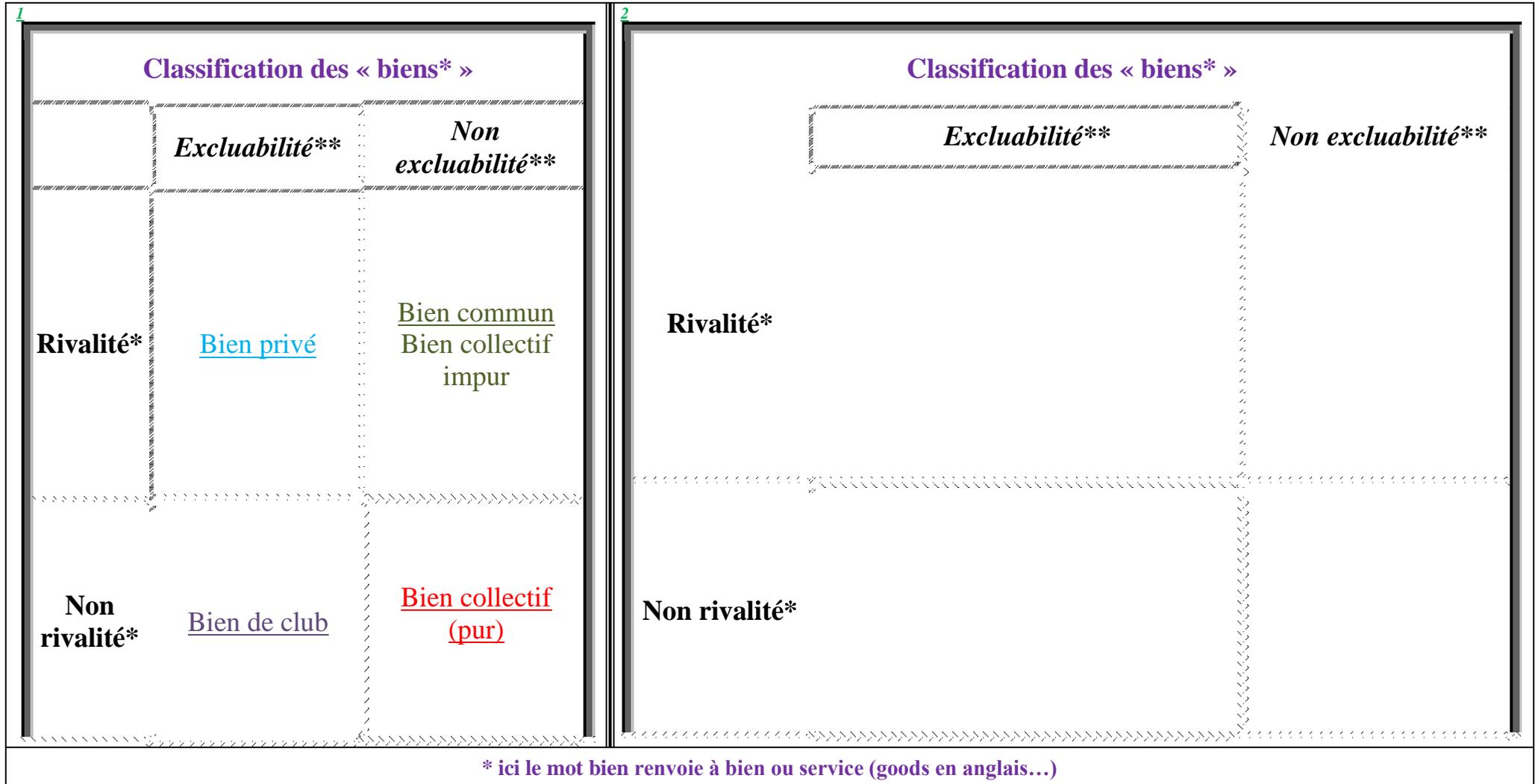
→ Quel secteur institutionnel intervient alors ? Pourquoi ? Comment ?

Bilan définition : **Les externalités sont des effets, positifs ou négatifs, sur le bien-être d'agents économiques causés par l'action (consommation ou production) d'autres agents économiques sans que le marché soit en situation d'en évaluer le prix et donc de s'autoréguler.**

***b. ... et d'autres qui ne seront pas produits par le marché ou surexploités...***

<b><u>Exemples</u></b>	<b><u>Production de biens ou de services...</u></b>		<b><u>Logique du producteur du bien (B.) ou du service (S.) : il peut...</u></b>		<b><u>Logique des consommateurs :</u></b>	
	<i>Citez des ex. marchands ?...</i>	<i>... et non marchands* ?</i>	<i>... empêcher l'usage du B. ou du S. dès lors que l'utilisateur n'a pas acquitté le prix donc s'assurer un potentiel profit</i> <b><i>(Excluabilité)</i></b>		<i>Le prix payé pour accéder au bien ou au service assure la propriété privée et l'usage personnel</i> <b><i>(Rivalité)</i></b>	
<b>1. Vêtements</b>		<b><u>Non</u></b>				
<b>2. Accès à des programmes TV</b>	<u>Oui</u> <i>Ex. Canal +</i>					
<b>3. Accès aux routes</b>						
<b>4. Eclairage des rues</b>						
<b>5. Les ressources naturelles (bois, poissons, etc.)</b>						

Classez ces biens dans la typologie suivante :



1. En cas d'absence de producteurs publics (qui n'ont pas pour objectif de réaliser un profit) lesquels de ces biens, pourtant utiles au bien-être de la population ne seraient pas produits ?

2. Lesquels rationnellement seront surexploités ? Vidéo → <https://www.youtube.com/watch?v=CxC161GvMPc>

→ A partir de la vidéo, quels types de biens vont être surexploités ? Pourquoi ? En quoi cela contredit l'analyse de Smith quant à la poursuite de l'intérêt personnel sur les marchés ?

c. enfin l'offre et/ou la demande peuvent-être soumis à des asymétries d'information insurmontables par le marché.

1. En quoi ces deux textes critiquent l'hypothèse de transparence du marché ?

2. Sur le cas du marché des voitures d'occasion que faudrait-il mettre en place ? Et dans le cas de l'assurance ?

Les asymétries d'information

Akerlof a consacré une large partie de sa recherche sur les imperfections de marché au problème des asymétries d'information. L'asymétrie d'information est chose courante sur les marchés. Elle implique qu'un des participants à l'échange dispose d'une information « privée », qu'il cache à l'autre partie. A titre d'exemple, on peut penser à l'emprunteur qui connaît mieux que son prêteur sa capacité de remboursement ou au titulaire d'une police d'assurance qui connaît mieux que son assureur ses risques potentiels...

Akerlof, quant à lui, privilégie l'exemple du marché des voitures d'occasion (lemons en anglais), marché sur lequel le vendeur connaît mieux que l'acheteur la qualité de sa voiture. Publié en 1970, son travail (paru sous le titre "Le marché des voitures d'occasion : incertitude sur la qualité et mécanisme de marché") est inspiré par le questionnement suivant : pourquoi une voiture à peine utilisée subit une décote importante sur le marché de l'occasion ? Il montre que pour se prémunir des vices cachés de véhicules de mauvaise qualité, les acheteurs intéressés proposent des prix délibérément faibles. Insatisfaits par les prix proposés, les vendeurs de véhicules de bonne qualité quittent le marché, ne laissant alors disponibles à la vente que des produits de mauvaise qualité. Un phénomène de « sélection adverse » (ou « antisélection ») est donc à l'œuvre : les voitures de piètre qualité chassent du marché les bonnes voitures. L'asymétrie d'information conduit ainsi à un équilibre inefficace.

<https://www.economie.gouv.fr/facileco/georges-akerlof>

Marché et information imparfaite : le cas de l'aléa moral.

Une situation d'**aléa moral** existe lorsque l'assureur ne peut connaître la portée exacte du dommage (le diagnostic) ou les conditions de réparation de ce dommage (les soins nécessaires pour la prise en charge de chaque pathologie et leurs coûts) - c'est-à-dire lorsque le comportement face au risque maladie de l'assuré n'est pas connu de l'assureur. [...]

Source : Introduction à l'économie de la santé, Valérie FARGEON, 2014.

\*Ticket modérateur : part restant à la charge de l'assuré ; \*\* Ceux-ci comprennent les soins effectués en cabinet de ville, en dispensaire, centres de soins ou lors de consultations externes d'établissements hospitaliers publics ou privés

**Bilan :** la non-production des biens collectifs et la surexploitation des biens communs laissent la place à l'intervention des A.P.U afin de pallier aux défaillances du marché. Les A.P.U. peuvent aussi légiférer pour atténuer les asymétries d'information lorsque des agents passent des contrats sur un marché.

## 2. ... et (re)donne un sens à l'économie mixte.

### a. Place de l'Etat dans l'économie pour générer des externalités positives (savoir-faire lecture d'indices)...

*Valeur ajoutée brute\* par secteur institutionnel à prix courants  
Milliards d'euros, (en % du total) et variation en %*

Années	2005	Evolution en % (2005 → 09)	2009	Evolution en % (2009 → 13)	2013	Evolution en % (2013 → 17)	2017
1. Sociétés non financières (S11)	900,5 ( )		984,0 ( )		1 074,8 ( )		1 181,5 ( )
2. Sociétés financières (S12)	70,1 ( )		78,5 ( )		92,3 ( )		88,7 ( )
3. Administrations publiques (S13)	287,5 ( )		326,7 ( )		355,0 ( )		375,1 ( )
4. Ménages** y compris entrepreneurs individuels (S14)	303,8 ( )		331,9 ( )		344,6 ( )		362,6 ( )
5. Institutions sans but lucratif au service des ménages (S15)	24,1 ( )		29,0 ( )		33,3 ( )		36,1 ( )
<b>Total Économie nationale (S1)</b>	<b>1 586,1</b> (100 %)		<b>1 750,1</b> (100 %)		<b>1 899,8</b> (100 %)		<b>2 044</b> (100 %)

Source : Comptes nationaux - Base 2014, Insee.

\*On considère que la valeur ajoutée est la mesure comptable de la production ; \*\* la production des ménages qui travaillent comme salariés (qui ont donc été embauchés au sein d'un des S.I.) est mesurée comme production du S.I. concerné.

→ Complétez le tableau en faisant les calculs en % attendus = **TABLEAU A**

→ Faire le graphique des indices 2017 base 100 en 2005 = **GRAHIQUE A**

→ Faire les calculs des indices de la production de chaque secteur institutionnel en 2017 base 100 « A.PU. » Faire un graphique en bâton = **TABLEAU B + GRAHIQUE B**

**TABLEAU A**

	2005	Poids	Evol.	2009	Poids	Evol.	2013	Poids	Evol.	2017	Poids	Evolution 2017 / 2005
SNF	900,5	56,77	9,3	984	56,23	9,2	1 074,80	56,57	9,9	1 181,50	57,8	
SF	70,1	4,42	12	78,5	4,49	17,6	92,3	4,86	- 3,9	88,7	4,3	
APU	287,5	18,13	13,6	326,7	18,67	8,7	355	18,69	5,7	375,1	18,3	
M	303,8	19,15	9,2	331,9	18,96	3,8	344,6	18,14	5,2	362,6	17,7	
IBLSM	24,1	1,52	20,3	29	1,66	14,8	33,3	1,75	8,4	36,1	1,7	
<b>Total</b>	<b>1 586,1</b>	<b>100</b>	<b>10,3</b>	<b>1 750,1</b>	<b>100</b>	<b>8,6</b>	<b>1 899,8</b>	<b>100</b>	<b>10,7</b>	<b>2 044</b>	<b>100</b>	

→ Complétez le tableau en faisant les calculs en % attendus

**GRAHIQUE A**

150							
145							
140							
135							
130							
125							
120							
115							
110							
105							
100							
	2005		2009		2013		2017

Evolution de la VA pour chaque Secteur Institutionnel (S.I.)  
Base 100 en 2005

→ Faire le graphique correspondant

**TABLEAU B + GRAHIQUE B**

Secteurs	Indices
APU	
SNF	315
SF	
M	
IBLSM	

Indices	ISBLSM	SF	M	A.PU	SNF
350					
300					
250					
200					
150					
100					
50					
0					

100

Indice de la VAB des S.I.  
Base 100 APU

→ Complétez le tableau, puis la représentation graphique

**L'effort d'innovation dans différents pays de l'Union européenne**

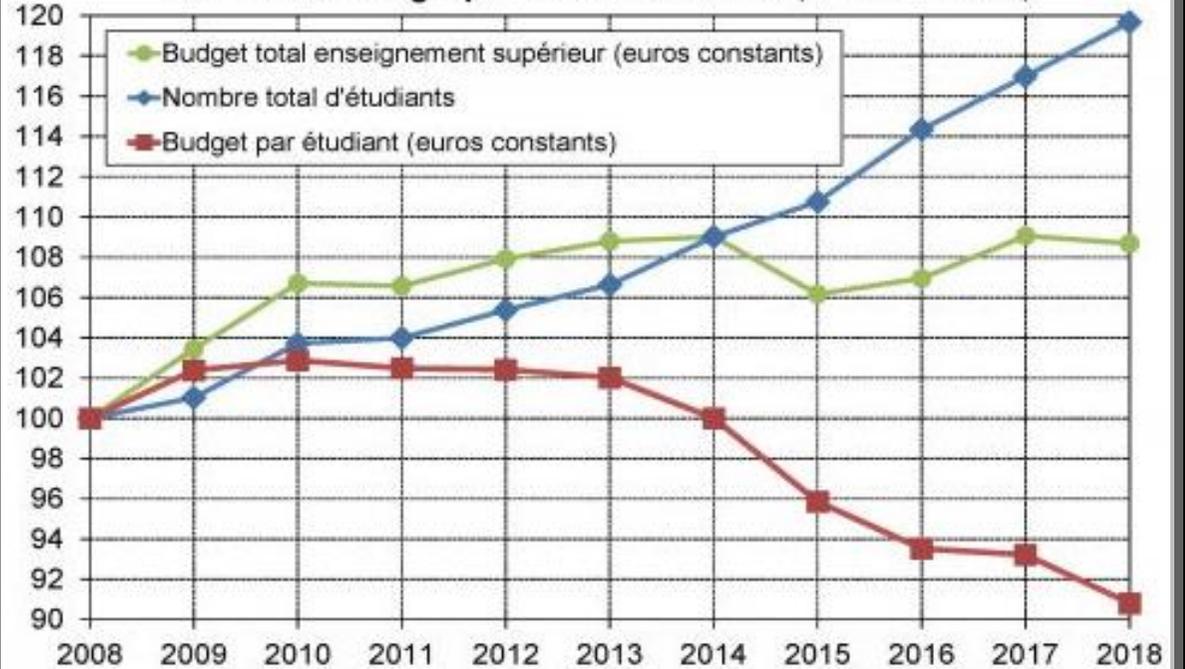
	<u>Dépenses publiques d'éducation en % du PIB (en 2016)</u>	<u>PIB par habitant dans l'UE en indice base 100 pour l'UE (En 2017)</u>
<u>Allemagne</u>	<u>4,5</u>	<u>124</u>
<u>Finlande</u>	<u>6,6</u>	<u>109</u>
<u>France</u>	<u>5,4</u>	<u>104</u>
<u>Italie</u>	<u>3,8</u>	<u>96</u>
<u>Roumanie</u>	<u>2,6</u>	<u>63</u>
<u>U.E.</u>	<u>5,0</u>	<u>100</u>

Source : INSEE, 2020.

**1. Vrai / 2. Faux / 3. On ne peut pas se prononcer**

<u>Affirmations</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>
<u>a.</u> Le PIB par habitant de l'Allemagne a augmenté de 124 % en 2017			
<u>b.</u> Le PIB par h. de la France est de 104			
<u>c.</u> En 2017, Le PIB par h. de l'Italie a baissé.			
<u>d.</u> Le PIB par habitant de l'Allemagne est presque 2 fois celui de la Roumanie en 2017.			
<u>e.</u> Le PIB par h. de la Roumanie est inférieur de 37% à celui de l'U.E.			
<u>f.</u> Le PIB par h. de l'ALL. (2017) est supérieur à celui des 4 autres pays et à la moyenne U.E.			

**La chute du budget par étudiant en France (base 100 en 2008)**



Lecture: le nombre d'étudiants a augmenté de 20% en France entre 2008 et 2018, alors que le budget de l'enseignement supérieur a progressé de moins de 10% (en euros constants), d'où une baisse de 10% de la dépense par étudiant.

**1. Vrai / 2. Faux / 3. On ne peut pas se prononcer**

<u>Affirmations</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>
<u>a.</u> En 2008 les 3 objets d'étude étaient égaux.			
<u>b.</u> Jusqu'en 2014 le budget total de l'E.S. est supérieur au nombre des étudiants.			
<u>c.</u> Le budget total de l'E.S. n'a connu que des hausses plus ou moins rapides.			
<u>d.</u> Le budget par étudiant baisse à partir de 2014			
<u>e.</u> En 2018 le budget par étudiant a baissé de 9 % environ			
<u>f.</u> En 2014 le budget par étudiant était à son niveau de 2008			
<u>g.</u> En 10 ans le nombre d'étudiants a progressé de 20 %			

**b. ... et questions fiscales pour internaliser les externalités.**

<u>Des faits...</u>	<u>... et une représentation par le marché.</u>
<p>L'évaluation de l'impact des politiques de <b>taxation</b> sur les décisions des individus a fait l'objet d'abondants travaux empiriques [...]. La plupart des travaux portant sur le tabac, l'alcool et les produits alimentaires identifient un lien non négligeable entre l'évolution du prix et l'évolution de la consommation de ces biens. [...]</p> <p>Le résultat des simulations [...] met en évidence <b>une baisse des achats</b> corrélée à <b>l'augmentation des prix</b>. Mais ce comportement est à nuancer selon <b>la classe sociale</b> du ménage et le groupe d'aliments. <b>Les ménages aisés</b> restreignent leurs achats de poisson, de fruits secs, de produits laitiers, de fromage, de beurre ou de crème, de produits gras et sucrés et d'eaux en bouteille lorsque les prix de ces produits augmentent. Il en est de même pour <b>les ménages modestes</b>, mais dans une moindre mesure.</p> <p>Inversement, les ménages aisés se montrent moins sensibles à l'augmentation du prix des fruits et légumes et des boissons alcoolisées que les ménages modestes qui, eux, répercutent <b>la hausse du prix</b> de ces produits par une <b>baisse de leurs achats</b>.</p> <p>Source : Yves Daudigny et Catherine Deroche « Fiscalité et santé publique : état des lieux des taxes comportementales », Rapport sénatorial d'information n° 399, 26 février 2014.</p>	

**Conclusion : marché et institutions**

*Le marché est lui-même un ensemble de règles explicites (théoriques), connaît ses règles (celle de rentabilité par ex. ou la loi de l'offre et la demande...) et il est aussi encadré par des règles (droits de propriété, respect de la concurrence non faussée...). Le marché n'est pas naturel mais enserré dans un cadre social où s'expriment des individus en interactions ayant établis des liens sociaux et dont on peut essayer d'expliquer les comportements notamment économiques (ex. préférence pour le marché).*

<u>Exemples</u>	<u>Production de biens ou de services...</u>		<u>Logique du producteur du bien (B.) ou du service (S.) : il peut...</u>		<u>Logique des consommateurs :</u>	
	Citez des ex. marchands ?...	... et non marchands* ?	... empêcher l'usage du B. ou du S. dès lors que l'utilisateur n'a pas acquitté le <b>prix</b> donc s'assurer un potentiel profit <b>(Excluabilité)</b>		Le <b>prix</b> payé pour accéder au bien ou au service assure la propriété privée et l'usage personnel <b>(Rivalité)</b>	
1. <i>Vêtements</i>		<u>Non</u>				
2. <i>Accès à des programmes TV</i>	<u>Oui</u> Ex. Canal +					
3. <i>Accès aux routes</i>						
4. <i>Eclairage des rues</i>						
5. <i>Les ressources naturelles (bois, poissons, etc.</i>						

5

<u>Exemples</u>	<u>Production de biens ou de services...</u>		<u>Logique du producteur du bien (B.) ou du service (S.) : il peut...</u>		<u>Logique des consommateurs :</u>	
	Citez des ex. marchands ?...	... et non marchands* ?	... empêcher l'usage du B. ou du S. dès lors que l'utilisateur n'a pas acquitté le <b>prix</b> donc s'assurer un potentiel profit <b>(Excluabilité)</b>		Le <b>prix</b> payé pour accéder au bien ou au service assure la propriété privée et l'usage personnel <b>(Rivalité)</b>	
1. <i>Vêtements</i>		<u>Non</u>				
2. <i>Accès à des programmes TV</i>	<u>Oui</u> Ex. Canal +					
3. <i>Accès aux routes</i>						
4. <i>Eclairage des rues</i>						
5. <i>Les ressources naturelles (bois, poissons, etc.</i>						

<p>1. En quoi ces deux textes critiquent l'hypothèse de transparence du marché ?</p> <p>2. Sur le cas du marché des voitures d'occasion que faudrait-il mettre en place ? Et dans le cas de l'assurance ?</p>	<p style="text-align: center;"><i>Les asymétries d'information</i></p> <p>Akerlof a consacré une large partie de sa recherche sur les imperfections de marché au problème des asymétries d'information. L'asymétrie d'information est chose courante sur les marchés. Elle implique qu'un des participants à l'échange dispose d'une information « privée », qu'il cache à l'autre partie. A titre d'exemple, on peut penser à l'emprunteur qui connaît mieux que son prêteur sa capacité de remboursement ou au titulaire d'une police d'assurance qui connaît mieux que son assureur ses <u>risques potentiels</u>...</p> <p>Akerlof, quant à lui, privilégie l'exemple du marché des voitures d'occasion (<u>lemons</u> en anglais), marché sur lequel le vendeur connaît mieux que l'acheteur la qualité de sa voiture. Publié en 1970, son travail (paru sous le titre "Le marché des voitures d'occasion : incertitude sur la qualité et mécanisme de marché") est inspiré par le questionnement suivant : pourquoi une voiture à peine utilisée subit une décote importante sur le marché de l'occasion ? Il montre que pour se prémunir des vices cachés de véhicules de mauvaise qualité, les acheteurs intéressés proposent des prix délibérément faibles. Insatisfaits par les prix proposés, les vendeurs de véhicules de bonne qualité quittent le marché, ne laissant alors disponibles à la vente que des produits de mauvaise qualité. Un phénomène de « sélection adverse » (ou « antisélection ») est donc à l'œuvre : les voitures de piètre qualité chassent du marché les bonnes voitures. L'asymétrie d'information conduit ainsi à un équilibre inefficace.</p> <p style="text-align: right;"><a href="https://www.economie.gouv.fr/facileco/georges-akerlof">https://www.economie.gouv.fr/facileco/georges-akerlof</a></p>
<p style="text-align: center;"><u>Marché et information imparfaite : le cas de l'aléa moral.</u></p> <p>Une situation d'<b>aléa moral</b> existe lorsque l'assureur ne peut connaître la portée exacte du dommage (le diagnostic) ou les conditions de réparation de ce dommage (les soins nécessaires pour la prise en charge de chaque pathologie et leurs coûts) - c'est-à-dire lorsque le comportement face au risque maladie de l'assuré n'est pas connu de l'assureur. [...]</p> <p style="text-align: right;"><small>Source : Introduction à l'économie de la santé, Valérie FARGEON, 2014.</small></p> <p style="text-align: right;"><small>*Ticket modérateur : part restant à la charge de l'assuré ; ** Ceux-ci comprennent les soins effectués en cabinet de ville, en dispensaire, centres de soins ou lors de consultations externes d'établissements hospitaliers publics ou privés</small></p>	

S

<p>1. En quoi ces deux textes critiquent l'hypothèse de transparence du marché ?</p> <p>2. Sur le cas du marché des voitures d'occasion que faudrait-il mettre en place ? Et dans le cas de l'assurance ?</p>	<p style="text-align: center;"><i>Les asymétries d'information</i></p> <p>Akerlof a consacré une large partie de sa recherche sur les imperfections de marché au problème des asymétries d'information. L'asymétrie d'information est chose courante sur les marchés. Elle implique qu'un des participants à l'échange dispose d'une information « privée », qu'il cache à l'autre partie. A titre d'exemple, on peut penser à l'emprunteur qui connaît mieux que son prêteur sa capacité de remboursement ou au titulaire d'une police d'assurance qui connaît mieux que son assureur ses <u>risques potentiels</u>...</p> <p>Akerlof, quant à lui, privilégie l'exemple du marché des voitures d'occasion (<u>lemons</u> en anglais), marché sur lequel le vendeur connaît mieux que l'acheteur la qualité de sa voiture. Publié en 1970, son travail (paru sous le titre "Le marché des voitures d'occasion : incertitude sur la qualité et mécanisme de marché") est inspiré par le questionnement suivant : pourquoi une voiture à peine utilisée subit une décote importante sur le marché de l'occasion ? Il montre que pour se prémunir des vices cachés de véhicules de mauvaise qualité, les acheteurs intéressés proposent des prix délibérément faibles. Insatisfaits par les prix proposés, les vendeurs de véhicules de bonne qualité quittent le marché, ne laissant alors disponibles à la vente que des produits de mauvaise qualité. Un phénomène de « sélection adverse » (ou « antisélection ») est donc à l'œuvre : les voitures de piètre qualité chassent du marché les bonnes voitures. L'asymétrie d'information conduit ainsi à un équilibre inefficace.</p> <p style="text-align: right;"><a href="https://www.economie.gouv.fr/facileco/georges-akerlof">https://www.economie.gouv.fr/facileco/georges-akerlof</a></p>
<p style="text-align: center;"><u>Marché et information imparfaite : le cas de l'aléa moral.</u></p> <p>Une situation d'<b>aléa moral</b> existe lorsque l'assureur ne peut connaître la portée exacte du dommage (le diagnostic) ou les conditions de réparation de ce dommage (les soins nécessaires pour la prise en charge de chaque pathologie et leurs coûts) - c'est-à-dire lorsque le comportement face au risque maladie de l'assuré n'est pas connu de l'assureur. [...]</p> <p style="text-align: right;"><small>Source : Introduction à l'économie de la santé, Valérie FARGEON, 2014.</small></p> <p style="text-align: right;"><small>*Ticket modérateur : part restant à la charge de l'assuré ; ** Ceux-ci comprennent les soins effectués en cabinet de ville, en dispensaire, centres de soins ou lors de consultations externes d'établissements hospitaliers publics ou privés</small></p>	

*Valeur ajoutée brute\* par secteur institutionnel à prix courants*  
*Milliards d'euros, (en % du total) et variation en %*

Années	2005	Evolution en % (2005 → 09)	2009	Evolution en % (2009 → 13)	2013	Evolution en % (2013 → 17)	2017
1. Sociétés non financières (S11)	900,5 ( )		984,0 ( )		1 074,8 ( )		1 181,5 ( )
2. Sociétés financières (S12)	70,1 ( )		78,5 ( )		92,3 ( )		88,7 ( )
3. Administrations publiques (S13)	287,5 ( )		326,7 ( )		355,0 ( )		375,1 ( )
4. Ménages** y compris entrepreneurs individuels (S14)	303,8 ( )		331,9 ( )		344,6 ( )		362,6 ( )
5. Institutions sans but lucratif au service des ménages (S15)	24,1 ( )		29,0 ( )		33,3 ( )		36,1 ( )
<b>Total Économie nationale (S1)</b>	<b>1 586,1</b> (100 %)		<b>1 750,1</b> (100 %)		<b>1 899,8</b> (100 %)		<b>2 044</b> (100 %)

Source : Comptes nationaux - Base 2014, Insee.

*Valeur ajoutée brute\* par secteur institutionnel à prix courants*  
*Milliards d'euros, (en % du total) et variation en %*

Années	2005	Evolution en % (2005 → 09)	2009	Evolution en % (2009 → 13)	2013	Evolution en % (2013 → 17)	2017
1. Sociétés non financières (S11)	900,5 ( )		984,0 ( )		1 074,8 ( )		1 181,5 ( )
2. Sociétés financières (S12)	70,1 ( )		78,5 ( )		92,3 ( )		88,7 ( )
3. Administrations publiques (S13)	287,5 ( )		326,7 ( )		355,0 ( )		375,1 ( )
4. Ménages** y compris entrepreneurs individuels (S14)	303,8 ( )		331,9 ( )		344,6 ( )		362,6 ( )
5. Institutions sans but lucratif au service des ménages (S15)	24,1 ( )		29,0 ( )		33,3 ( )		36,1 ( )
<b>Total Économie nationale (S1)</b>	<b>1 586,1</b> (100 %)		<b>1 750,1</b> (100 %)		<b>1 899,8</b> (100 %)		<b>2 044</b> (100 %)

Source : Comptes nationaux - Base 2014, Insee.

	<i>Dépenses publiques d'éducation en % du PIB (En 2016)</i>	PIB par habitant dans l'UE en indice base 100 pour l'UE (En 2017)
<u>Allemagne</u>	<u>4,5</u>	<u>124</u>
<u>Finlande</u>	<u>6,6</u>	<u>109</u>
<u>France</u>	<u>5,4</u>	<u>104</u>
<u>Italie</u>	<u>3,8</u>	<u>96</u>
<u>Roumanie</u>	<u>2,6</u>	<u>63</u>
<u>U.E.</u>	<u>5,0</u>	<u>100</u>

Source : INSEE, 2020.

1.Vrai / 2. Faux / 3.On ne peut pas se prononcer

Affirmations	1	2	3
<u>a.</u> Le PIB par habitant de l'Allemagne a augmenté de 124 % en 2017			
<u>b.</u> Le PIB par h. de la France est de 104			
<u>c.</u> En 2017, Le PIB par h. de l'Italie a baissé.			
<u>d.</u> Le PIB par habitant de l'Allemagne est presque 2 fois celui de la Roumanie en 2017.			
<u>e.</u> Le PIB par h. de la Roumanie est inférieur de 37% à celui de l'U.E.			
<u>f.</u> Le PIB par h. de l'ALL. (2017) est supérieur à celui des 4 autres pays et à la moyenne U.E.			

	<i>Dépenses publiques d'éducation en % du PIB (En 2016)</i>	PIB par habitant dans l'UE en indice base 100 pour l'UE (En 2017)
<u>Allemagne</u>	<u>4,5</u>	<u>124</u>
<u>Finlande</u>	<u>6,6</u>	<u>109</u>
<u>France</u>	<u>5,4</u>	<u>104</u>
<u>Italie</u>	<u>3,8</u>	<u>96</u>
<u>Roumanie</u>	<u>2,6</u>	<u>63</u>
<u>U.E.</u>	<u>5,0</u>	<u>100</u>

Source : INSEE, 2020.

1.Vrai / 2. Faux / 3.On ne peut pas se prononcer

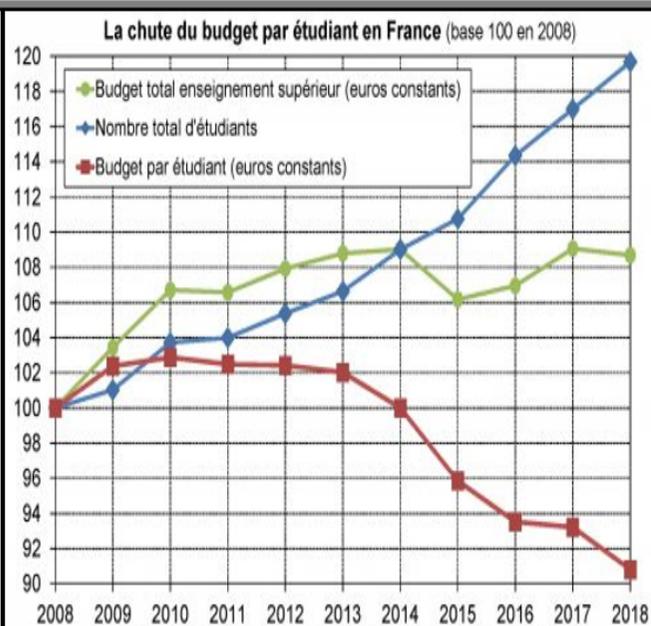
Affirmations	1	2	3
<u>a.</u> Le PIB par habitant de l'Allemagne a augmenté de 124 % en 2017			
<u>b.</u> Le PIB par h. de la France est de 104			
<u>c.</u> En 2017, Le PIB par h. de l'Italie a baissé.			
<u>d.</u> Le PIB par habitant de l'Allemagne est presque 2 fois celui de la Roumanie en 2017.			
<u>e.</u> Le PIB par h. de la Roumanie est inférieur de 37% à celui de l'U.E.			
<u>f.</u> Le PIB par h. de l'ALL. (2017) est supérieur à celui des 4 autres pays et à la moyenne U.E.			

	<i>Dépenses publiques d'éducation en % du PIB (En 2016)</i>	PIB par habitant dans l'UE en indice base 100 pour l'UE (En 2017)
<u>Allemagne</u>	<u>4,5</u>	<u>124</u>
<u>Finlande</u>	<u>6,6</u>	<u>109</u>
<u>France</u>	<u>5,4</u>	<u>104</u>
<u>Italie</u>	<u>3,8</u>	<u>96</u>
<u>Roumanie</u>	<u>2,6</u>	<u>63</u>
<u>U.E.</u>	<u>5,0</u>	<u>100</u>

Source : INSEE, 2020.

1.Vrai / 2. Faux / 3.On ne peut pas se prononcer

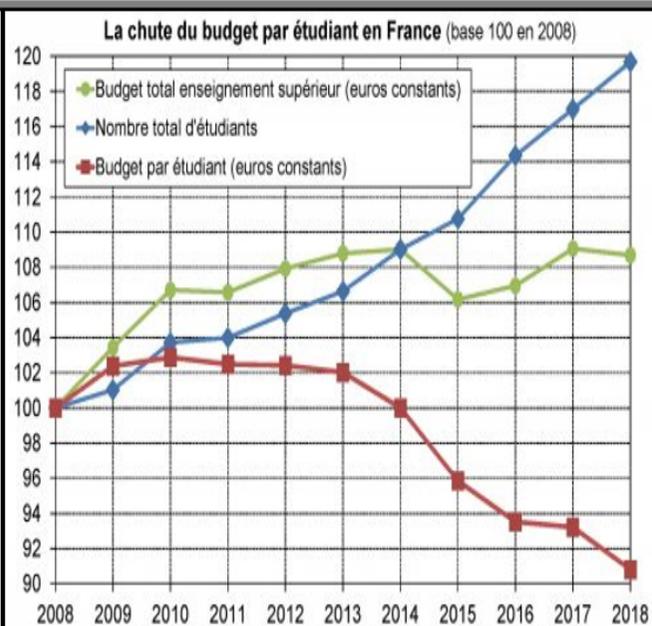
Affirmations	1	2	3
<u>a.</u> Le PIB par habitant de l'Allemagne a augmenté de 124 % en 2017			
<u>b.</u> Le PIB par h. de la France est de 104			
<u>c.</u> En 2017, Le PIB par h. de l'Italie a baissé.			
<u>d.</u> Le PIB par habitant de l'Allemagne est presque 2 fois celui de la Roumanie en 2017.			
<u>e.</u> Le PIB par h. de la Roumanie est inférieur de 37% à celui de l'U.E.			
<u>f.</u> Le PIB par h. de l'ALL. (2017) est supérieur à celui des 4 autres pays et à la moyenne U.E.			



Lecture: le nombre d'étudiants a augmenté de 20% en France entre 2008 et 2018, alors que le budget de l'enseignement supérieur a progressé de moins de 10% (en euros constants), d'où une baisse de 10% de la dépense par étudiant.

1.Vrai / 2.Faux / 3.On ne peut pas se prononcer

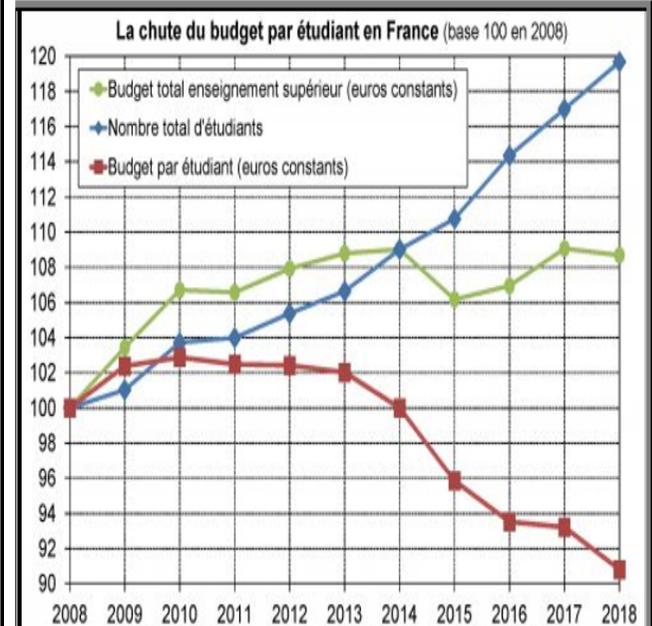
Affirmations	1	2	3
a. En 2008 les 3 objets d'étude étaient égaux.			
b. Jusqu'en 2014 le budget total de l'E.S. est supérieur au nombre des étudiants.			
c. Le budget total de l'E.S. n'a connu que des hausses plus ou moins rapides.			
d. Le budget par étudiant baisse à partir de 2014			
e. En 2018 le budget par étudiant a baissé de 9 % environ			
f. En 2014 le budget par étudiant était à son niveau de 2008			
g. En 10 ans le nombre d'étudiants a progressé de 20 %			



Lecture: le nombre d'étudiants a augmenté de 20% en France entre 2008 et 2018, alors que le budget de l'enseignement supérieur a progressé de moins de 10% (en euros constants), d'où une baisse de 10% de la dépense par étudiant.

1.Vrai / 2.Faux / 3.On ne peut pas se prononcer

Affirmations	1	2	3
a. En 2008 les 3 objets d'étude étaient égaux.			
b. Jusqu'en 2014 le budget total de l'E.S. est supérieur au nombre des étudiants.			
c. Le budget total de l'E.S. n'a connu que des hausses plus ou moins rapides.			
d. Le budget par étudiant baisse à partir de 2014			
e. En 2018 le budget par étudiant a baissé de 9 % environ			
f. En 2014 le budget par étudiant était à son niveau de 2008			
g. En 10 ans le nombre d'étudiants a progressé de 20 %			



Lecture: le nombre d'étudiants a augmenté de 20% en France entre 2008 et 2018, alors que le budget de l'enseignement supérieur a progressé de moins de 10% (en euros constants), d'où une baisse de 10% de la dépense par étudiant.

1.Vrai / 2.Faux / 3.On ne peut pas se prononcer

Affirmations	1	2	3
a. En 2008 les 3 objets d'étude étaient égaux.			
b. Jusqu'en 2014 le budget total de l'E.S. est supérieur au nombre des étudiants.			
c. Le budget total de l'E.S. n'a connu que des hausses plus ou moins rapides.			
d. Le budget par étudiant baisse à partir de 2014			
e. En 2018 le budget par étudiant a baissé de 9 % environ			
f. En 2014 le budget par étudiant était à son niveau de 2008			
g. En 10 ans le nombre d'étudiants a progressé de 20 %			

L'évaluation de l'impact des politiques de **taxation** sur les décisions des individus a fait l'objet d'abondants travaux empiriques [...]. La plupart des travaux portant sur le tabac, l'alcool et les produits alimentaires identifient un lien non négligeable entre l'évolution du prix et l'évolution de la consommation de ces biens. [...]

Le résultat des simulations [...] met en évidence **une baisse des achats** corrélée à **l'augmentation des prix**. Mais ce comportement est à nuancer selon **la classe sociale** du ménage et le groupe d'aliments. **Les ménages aisés** restreignent leurs achats de poisson, de fruits secs, de produits laitiers, de fromage, de beurre ou de crème, de produits gras et sucrés et d'eaux en bouteille lorsque les prix de ces produits augmentent. Il en est de même pour **les ménages modestes**, mais dans une moindre mesure. Inversement, les ménages aisés se montrent moins sensibles à l'augmentation du prix des fruits et légumes et des boissons alcoolisées que les ménages modestes qui, eux, répercutent **la hausse du prix** de ces produits par une **baisse de leurs achats**.

Source : Yves Daudigny et Catherine Deroche  
« Fiscalité et santé publique : état des lieux des taxes comportementales », Rapport sénatorial d'information n° 399, 26 février 2014.

L'évaluation de l'impact des politiques de **taxation** sur les décisions des individus a fait l'objet d'abondants travaux empiriques [...]. La plupart des travaux portant sur le tabac, l'alcool et les produits alimentaires identifient un lien non négligeable entre l'évolution du prix et l'évolution de la consommation de ces biens. [...]

Le résultat des simulations [...] met en évidence **une baisse des achats** corrélée à **l'augmentation des prix**. Mais ce comportement est à nuancer selon **la classe sociale** du ménage et le groupe d'aliments. **Les ménages aisés** restreignent leurs achats de poisson, de fruits secs, de produits laitiers, de fromage, de beurre ou de crème, de produits gras et sucrés et d'eaux en bouteille lorsque les prix de ces produits augmentent. Il en est de même pour **les ménages modestes**, mais dans une moindre mesure. Inversement, les ménages aisés se montrent moins sensibles à l'augmentation du prix des fruits et légumes et des boissons alcoolisées que les ménages modestes qui, eux, répercutent **la hausse du prix** de ces produits par une **baisse de leurs achats**.

Source : Yves Daudigny et Catherine Deroche  
« Fiscalité et santé publique : état des lieux des taxes comportementales », Rapport sénatorial d'information n° 399, 26 février 2014.

L'évaluation de l'impact des politiques de **taxation** sur les décisions des individus a fait l'objet d'abondants travaux empiriques [...]. La plupart des travaux portant sur le tabac, l'alcool et les produits alimentaires identifient un lien non négligeable entre l'évolution du prix et l'évolution de la consommation de ces biens. [...]

Le résultat des simulations [...] met en évidence **une baisse des achats** corrélée à **l'augmentation des prix**. Mais ce comportement est à nuancer selon **la classe sociale** du ménage et le groupe d'aliments. **Les ménages aisés** restreignent leurs achats de poisson, de fruits secs, de produits laitiers, de fromage, de beurre ou de crème, de produits gras et sucrés et d'eaux en bouteille lorsque les prix de ces produits augmentent. Il en est de même pour **les ménages modestes**, mais dans une moindre mesure. Inversement, les ménages aisés se montrent moins sensibles à l'augmentation du prix des fruits et légumes et des boissons alcoolisées que les ménages modestes qui, eux, répercutent **la hausse du prix** de ces produits par une **baisse de leurs achats**.

Source : Yves Daudigny et Catherine Deroche  
« Fiscalité et santé publique : état des lieux des taxes comportementales », Rapport sénatorial d'information n° 399, 26 février 2014.

L'évaluation de l'impact des politiques de **taxation** sur les décisions des individus a fait l'objet d'abondants travaux empiriques [...]. La plupart des travaux portant sur le tabac, l'alcool et les produits alimentaires identifient un lien non négligeable entre l'évolution du prix et l'évolution de la consommation de ces biens. [...]

Le résultat des simulations [...] met en évidence **une baisse des achats** corrélée à **l'augmentation des prix**. Mais ce comportement est à nuancer selon **la classe sociale** du ménage et le groupe d'aliments. **Les ménages aisés** restreignent leurs achats de poisson, de fruits secs, de produits laitiers, de fromage, de beurre ou de crème, de produits gras et sucrés et d'eaux en bouteille lorsque les prix de ces produits augmentent. Il en est de même pour **les ménages modestes**, mais dans une moindre mesure. Inversement, les ménages aisés se montrent moins sensibles à l'augmentation du prix des fruits et légumes et des boissons alcoolisées que les ménages modestes qui, eux, répercutent **la hausse du prix** de ces produits par une **baisse de leurs achats**.

Source : Yves Daudigny et Catherine Deroche  
« Fiscalité et santé publique : état des lieux des taxes comportementales », Rapport sénatorial d'information n° 399, 26 février 2014.