

Per capire quali applicazioni possono avere le leggi della domanda fin qui studiate, consideriamo in che modo le autorità di un Paese possono intervenire in un mercato per condizionarne l'andamento. Un tipico esempio in questo senso è costituito dal mercato delle sigarette, di cui le autorità pubbliche cercano da diversi anni di ridurre il consumo.

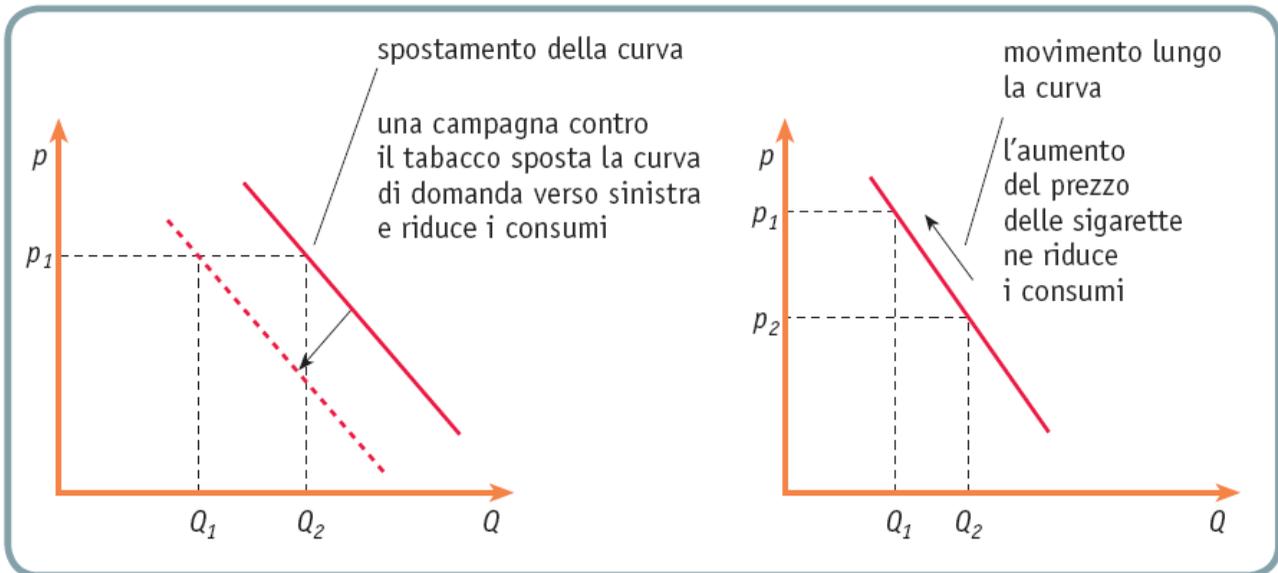
Le politiche contro il tabagismo sono riconducibili a due tipologie fondamentali: la prima cerca di convincere il consumatore a ridurre l'uso del tabacco attraverso campagne di informazione sui danni del fumo, il divieto di pubblicizzarlo, le scritte informative sui pacchetti; la seconda invece consiste nel far salire il prezzo delle sigarette applicando una tassa sulla loro vendita.

Nel primo caso gli interventi cercano di provocare un cambiamento nei gusti dei consumatori, i quali a parità di prezzo dovrebbero acquistare meno sigarette.

Si tratta dunque di interventi che mirano a generare uno spostamento della curva di domanda.

Nel secondo caso, invece, la riduzione della quantità domandata dipende direttamente dall'aumento del prezzo, si tratta dunque di uno spostamento lungo la curva di domanda.

La figura che segue presenta gli effetti distinti delle due tipologie di provvedimenti.



Nella seconda ipotesi diventa rilevante la sensibilità della quantità domandata di sigarette alle variazioni del loro prezzo. È stato stimato che un aumento del prezzo delle sigarette del 10% ne riduce le vendite del 4%. La sensibilità dei giovani è però maggiore. La stessa variazione di prezzo, infatti, provoca un calo delle vendite tra gli adolescenti del 12%.

Fonte: J.E. Stiglitz, *Microeconomia*, Bollati Boringhieri, 1994

Il consumo di tabacchi in Italia

Milioni di euro a prezzi 2000

Anno	Euro
2005	11.343
2006	11.582
2007	11.474
2008	11.369
2009	10.991
2010	10.822

