Commerce : Comment promos, offres ciblées et comparateurs détériorent l'image du "prix juste"

publié le 21/06/2015

Descriptif :

Un article sur le site de La Tribune

Les prix affichés sur les étiquettes perdent de leur sens aux yeux des consommateurs, leur valeur étant altérée par la profusion des promotions, la personnalisation des offres et des sources d'information sur la qualité des produits qui posent questions. Une situation qui contribue à réduire pour les consommateurs l'intérêt des soldes d'été qui commencent le 24 juin.

J-7 avant les soldes d'été. Mais rarement cette période pourtant cruciale pour les commerçants n'aura eu si peu de sens aux yeux des consommateurs, en quête "de bonnes affaires". Car qu'est-ce encore qu'une "bonne affaire" quand quotidiennement de nouvelles promos se bousculent dans votre boite mail, vos sms, et bientôt sur votre montre connectée ?

Premier constat en tous cas, ce n'est plus pendant les soldes qu'elles sont les plus intéressantes.

Académie de Poitiers

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.
Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.