

DISTRIBUTION

LES CLIENTS CONNAISSENT-ILS LES PRIX ?

Au vu des résultats de l'enquête menée par Marc Vanhuel, professeur de marketing à HEC, et Xavier Drèze, professeur de marketing à l'University of Southern California, le consommateur français n'apparaît pas comme un expert des prix. Sur 400 personnes interrogées à la sortie d'un supermarché sur le prix des produits achetés, seuls 2 % donnèrent de bonnes réponses. Et 40 % des réponses présentent un écart supérieur à 20 % du prix réel du produit. Bref, « le niveau de connaissance des prix ne correspond pas à l'importance accordée au prix par les consommateurs et les professionnels ».