

4.30 ... Recherche désespérément le juste prix !

Perruchoud Antoine, prof. HES-SO Valais, Responsable Institut Entrepreneuriat & Management

Comment se fixe (fixe-t-on) un prix? On peut identifier 3 mécanismes :

1^{er} mécanisme: Le prix se fixe selon **la loi de l'offre et de la demande** idéalement via un système de bourse où le prix reflète en temps réel les intentions d'achats et de ventes des acteurs du marché.

Prenons un exemple, le prix de 1 dollar en 1970 : 4.30 CHF. Dès l'année qui suit, en 1971, le système « étalon-or » de Bretton-Woods laissa sa place à l'« étalon-dollar ». Cet été 2011, le prix d'un dollar a « flirté » avec les 70 centimes (perte de 80 % de sa valeur) alors qu'il valait encore près de 3 CHF en 1985. 70, 80, 90 ... centimes, est-ce le « juste prix » pour un dollar ? C'est en tout cas celui affiché par le marché qui perçoit de moins en moins de valeur dans ce billet vert. Et pour cause, si comme l'affirme Myret Zaki dans ce best seller de l'été « La fin du dollar », les Etats-Unis auraient besoin de 6 dollars de dette pour produire 1 dollar de richesse !

2^{ème} mécanisme : à l'opposé du premier, **les prix sont réglementés**. Autre feuilleton de l'été en Suisse : la nouvelle loi qui vise à réglementer le prix du livre. L'objectif politique de cette loi est clair : sauver le réseau des petites librairies pour assurer une certaine diversité culturelle. Si la loi a passé la rampe du parlement avant l'été, elle n'a pas échappé au référendum et le peuple sera amené à se prononcer.

D'un point de vue économique, comment calcule-t-on le prix d'un livre. Prenons le dernier « Jeremy Rifkin » à environ 50.- CHF et regardons qui reçoit combien :

- L'auteur : 3 à 5 CHF ;
- Imprimeur, éditeur, diffuseur et distributeur se répartissent environ 20 à 25 CHF ;
- La librairie : 15 à 20 CHF.

Ces chiffres peuvent bien sûr varier d'un cas à l'autre mais ils représentent un bon ordre de grandeur de la distribution de valeur entre l'auteur (le fournisseur de diversité littéraire) et tous ses intermédiaires pour atteindre le lecteur. Le prix final va donc dépendre des coûts et marges de chacun tout au long de cette chaîne de valeur ajoutée. Si on réglemente les prix, on va devoir se mettre d'accord sur le prix final d'un livre en Suisse (variation max. de 5 %) et sur la répartition ci-dessus.

3^{ème} mécanisme : Entre ces deux extrêmes, le marché ou la réglementation, on va trouver différents mécanismes qui permettent de « jouer » avec les prix, par exemple la **discrimination**. Le principe consiste à appliquer des prix différents en fonction :

- Du canal de distribution : vendu sur internet un même livre peut-être bien meilleur marché ;
- Du mode de distribution : en version digitalisée, le dernier « Jeremy Rifkin »

- est vendu moins de 20 CHF (version anglaise) ... au lieu de 50 CHF ;
- Du moment de l'achat : suivant l'effet Easyjet, de nombreux vendeurs proposent des prix dynamiques. Plus on achète tôt un vol sur un avion, un livre à venir, un abonnement de ski, plus il sera meilleur marché ;
 - Du lieu d'achat : c'est la discrimination « pays » ou à la « tête » du client ! Le même livre, meuble ou médicament sera plus cher en Suisse (cf. www.argent-trop-cher.ch) ... parce que le client a un pouvoir d'achat et respectivement un niveau de vie généralement plus élevé.

Cette discrimination est difficilement « acceptée » dans notre pays parce qu'elle implique le jugement suivant : plus riche, le client suisse peut / doit payer plus cher. Par contre, on accepte plus facilement que le client assis à côté de nous dans l'avion a peut-être payé son billet 2x moins cher que le notre.

Ces diverses possibilités de discrimination permettent de jouer avec les prix dans un seul but : optimiser les revenus. La réussite d'une stratégie de prix est souvent dépendante d'une bonne connaissance de l'élasticité prix de la demande. Autrement dit, est-ce que la demande va réagir fortement si demain tous les livres sur le marché suisse sont 50 % meilleur marché. Dans le pire des cas, la demande est peu sensible à des variations de prix et le volume des ventes ne bouge pas. On parlera alors d'une très faible élasticité.

Durant cet été maussade, mais surtout plombé par un franc suisse très cher, certains propriétaires d'hôtels ont très vite vu les effets d'une forte élasticité. Une nuitée qui est soudainement 20 % plus chère et ce sont 10 %, 30 % et voire dans certains cas extrêmes 50 % de chiffres d'affaires en moins !

Dans la théorie et dans un monde où toute l'information serait transparente, les prix seraient toujours optimaux au point d'équilibre de l'offre et de la demande. Mais dans la réalité, les prix sont un savant mélange de rationalité (calcul des coûts et des marges) et de perception (combien le client est-il prêt à payer ?).

Si on voulait vraiment favoriser la survie des petits libraires, ne faudrait-il pas une loi pour implanter dans la tête de chaque client une perception unique de la valeur du livre ... une perception qui devrait inclure « l'expérience » de découvertes, contacts et achats dans un espace accueillant dédié à présenter la diversité littéraire ?

Lectures de l'été



Ancré dans la HES-SO Valais, l'Institut Entrepreneurship & Management (IEM) est un institut de recherche reconnu pour ses compétences dans le développement d'outils de management novateurs. L'institut agit comme un catalyseur régional pour renforcer la capacité d'innovation, stimuler l'entrepreneuriat et améliorer la compétitivité du tissu économique et institutionnel.

Vous avez la possibilité de poursuivre cette discussion sur notre blog à l'adresse suivante :

www.hevs.ch/iem