

Diagonales : Soldes

16-02-2015

Les spécialistes du marketing assurent que les soldes d'hiver ont cette année été décomplexés. Il s'agit de ce que d'autres spécialistes, de rhétorique cette fois, appellent une synecdoque. L'objet est en effet substitué au sujet : ce ne sont pas les soldes qui ont été décomplexés, mais les clients.

Borges dit qu'il n'y a pas de plaisir plus complexe que celui de la pensée. Faut-il comprendre que l'on a acheté sans réfléchir ?

Jean-Jacques
Salomon

jjsalomon@oomark.com