

REFERENCES (par oomark) Pricing

20-07-2008

Références (par oomark) n°335

Rédigé mercredi 27 août 2008 - 08:00

Croix du domaine de Romanée-Conti, considéré comme le plus grand vin de Bourgogne

Topo : "Doublé le prix : ça marche"

Nice, dans un palace, 2008 :

- De l'avis des professionnels de l'hôtellerie, la clientèle des BRIC (Brésil, Russie, Inde, Chine) se montre très friande d'exceptionnel et de luxe.

- Un hôtelier se souvient avoir vendu à un client russe une bouteille de Romanée-Conti à 11 000 €.

- " Si le prix de la bouteille avait été de moitié moindre, je ne l'aurais jamais vendue. C'est ça la clientèle russe !"

D'après Le Monde, 16 août 2008

Conspicuous consumption : consommation destinée à asseoir un statut social

Effet de Veblen :

- Du nom de l'économiste et sociologue américain Thorstein Veblen (1857-1929)
- Phénomène par lequel la demande d'un bien augmente avec son prix
- On parle d'élasticité-prix positive
- Caractéristique des produits de luxe
- S'explique par le signe social que constitue l'achat

Pour Bernard Arnault, le luxe représente « la liberté de choix » D'après Le Figaro, 16 novembre 2007

"Le rêve, c'est le luxe de la pensée." Jules Renard

Culture COM : « =rand(10,5) ». Tapez cette formule en début de paragraphe sur Word puis appuyez sur la touche Entrée. Il y a une surprise à l'arrivée. Mais à quoi sert-elle ? Réponse avec

Les mots pour le dire : « Transversal » L'adjectif est fréquent, à la mesure des nouvelles formes d'organisation et de management. Mais comment l'interpréter ? Réponse avec

Culture TECH : Faire fonctionner une ampoule de 60 W sans batterie ni branchement au réseau électrique. Est-ce possible ? Réponse avec

Cultures d'entreprise : Rimbaud broker... Vidéo avec

A voir sur Intelligences (par oomark) :

SEMANTIQUE : Le générateur de CV de Jobetic et Lingway

