

Diagonales : Dans l'Eurostar

19-02-2009

Il est devenu rare, dans un avion, ou même aujourd'hui dans un train, que deux passagers voisins aient payé le même tarif. Les prix varient en fonction de la date et du lieu de l'achat. On appelle yield management cette méthode qui consiste à modifier constamment la grille tarifaire en fonction de l'offre et de la demande. Les compagnies aériennes et les sociétés de chemin de fer y trouvent leur avantage. Le consommateur, selon qu'il est habile ou maladroit, en éprouve une éphémère satisfaction ou, au contraire, une durable déception. Le yield management est à la fixation du prix ce que la bourse est aux valeurs mobilières. Avec la crise, même les plus ardents défenseurs des marchés financiers en viennent à douter de leur efficacité. Et les spécialistes des neurosciences se demandent si les errements des produits dérivés ne trouvent pas leur origine dans la frustration permanente qui anime les traders. Il est question de réglementer les échanges.

A l'heure où l'on cherche à relancer la consommation, peut-être devrait-on aussi s'interroger sur les effets pervers du yield management, et regarder si la restauration de la confiance ne passe pas par son encadrement ?

Réagissez sur l'Agora

d'oomark, un espace de prolongement des problématiques soulevées par

Références (par oomark). Merci d'adresser vos commentaires à agora@oomark.com

présenté avant mise en ligne.

. Un bon à tirer vous sera

Jean-Jacques Salomon

jjsalomon@oomark.com