

Énoncé

Le niveau de prix d'un produit traduit généralement son niveau de qualité, réel ou simplement perçu par le consommateur. Avec un prix élevé, les produits revendiquent en principe une qualité supérieure impliquant un bénéfice supplémentaire pour le consommateur (un meilleur goût, un confort accru, une durabilité plus grande, une image haut de gamme...).

Pourtant, dans un environnement concurrentiel, le consommateur, de plus en plus averti, n'est plus prêt à acheter la qualité à n'importe quel prix.

En une ou deux pages au maximum, à partir de vos connaissances et en vous inspirant de la situation présentée dans la première sous-partie, vous répondrez à la question suivante :

La qualité est-elle nécessairement associée à un prix élevé ?
