

MATHS ET VIE COURANTE

CADEAUX ET GRATUITÉ

Sébastien DANIEL



Commander en *drive* fait voir des choses intéressantes : les trois prix sont les mêmes, quel produit sera le plus acheté ? Il est vrai que les trois produits sont différents...

Que se passe-t-il dans la tête des communicants lorsqu'ils proposent ces trois « cadeaux » ? Si l'acheteur doit payer pour avoir des choses gratuites, il y a un problème, elles ne sont plus gratuites. Gratuit, c'est quand on vient, on prend et on peut partir sans payer (pas en courant ☺).

Mais l'acheteur sera peut-être tenté par le conditionnement dans lequel huit rouleaux lui sont annoncés « offerts ».



Voici une bonne occasion de relire ce [livre](#) passionnant réédité en format de poche en 2000.

La première chronique donne son titre à l'ouvrage. Denis Guedj y évoque deux slogans repérés dans le monde de la publicité et de la grande distribution :

Tout ce qui a un prix peut être vendu moins cher.

Tout ce qui a un prix ne vaut rien.

Le Petit Vert est preneur de ce qui vous interpelle lors de vos achats « essentiels » ou « non essentiels » !