

Des prix qui augmentent pendant que vous faites vos courses

[Sarah Liénart](#) 17 juillet 2017 Express.be



Laj

Trois des plus grosses chaînes de supermarchés du Royaume-Uni (Tesco, Sainsbury's et Morrisons) envisagent d'utiliser dans leurs magasins [le « surge pricing », un mode de tarification dynamique](#) qui permet de changer le prix des produits en fonction de l'offre et de la demande.

Des essais de mise en oeuvre de surge pricing sont en cours avec des étiquettes électroniques qui permettent de changer les prix d'un simple clic et d'introduire ou supprimer certaines offres rapidement, et d'augmenter par exemple le prix des glaces lors des vagues de chaleur.

L'utilisation d'un tel système reste pour l'instant ponctuelle, mais les fournisseurs d'étiquettes électroniques prédisent que l'affichage dynamique des prix s'étendra bientôt à tout le Royaume-Uni, et que l'on verra la fin des prix fixes pour les biens de consommation et services dans les 5 prochaines années.

Certains craignent que ces projets aboutissent à alourdir la facture pour les consommateurs. Mais la compagnie Markethub, qui fournit des solutions d'affichage électronique, a calculé que les magasins pouvaient améliorer leurs marges de profit jusqu'à 3% grâce à cette technologie, en limitant le gaspillage et les invendus.

Une diffusion du surge pricing sur d'autres marchés

Le surge pricing va probablement être introduit dans le marché de l'énergie, par exemple dans les stations essence avec des prix plus élevés pendant les heures de pointes ou les jours fériés. Des prix de l'énergie qui changent selon le moment de la journée, moins chers quand la demande est moindre, vont probablement devenir plus courants.