* **DE 4.2 décision opérationnelle relative au prix**
* Fixer un prix public. Vous devez proposer un prix qui correspond au**prix public TTC**auquel le consommateur final appartenant à votre cible achètera votre produit (Erreur grave sinon).
* Par exemple 15 € TTC. Et non : « autour de 15€ », « entre 10 et 20 € », « 13€ HT », « 10 € au distributeur ».
* Argumenter le choix du prix
* Choisissez une méthode traditionnelle **OU**contemporaine de fixation de prix.  
  Au sein du type de méthode retenue, choisissez **UNE** politique de prix et une seule. (Erreur grave sinon )  
  Justifiez votre choix en argumentant en fonction de :  
  votre cible, votre positionnement ET votre objectif marketing qui a été proposé.
* Pensez à citer les prix des concurrents pour attester de la pertinence de la politique de prix retenue.
* Dans le cas d’une politique d’écrémage, pensez à expliquer pourquoi vous considérez que les consommateurs seront prêts à payer le produit plus cher en allant au-delà de l’argument de la qualité supérieure. Expliquez si possible également l’écart que vous proposez
* Dans l’exercice du PFR, il est impossible de calculer le coût de revient donc pas d’aspect comptable pour le prix ici.