

JORF n°0071 du 25 mars 2018

Texte n°61

Recommandation sur les équivalents français à donner à l'expression low cost

NOR: CTNR1807406K

Le principe de la stratégie low cost est de reconsidérer la structure des coûts d'un produit ou d'un service en s'attachant à mettre à la disposition des clients leurs seules fonctions essentielles.

Cette stratégie s'appuie sur une analyse de la valeur pour les consommateurs de tous les composants d'un produit ou d'un service, incluant les accessoires et les prestations complémentaires. Elle permet de proposer des prix moins élevés que ceux des concurrents grâce à la réduction ou à la simplification de ces composants.

Dans le secteur des services, un exemple courant est celui des compagnies aériennes, dont la stratégie low cost agit directement sur le coût du transport, certaines prestations étant proposées en option.

Dans le secteur industriel, celui de l'automobile par exemple, il s'agit en outre de revoir complètement la conception et la fabrication du produit, en réutilisant certains éléments dont le coût est déjà amorti ou en y associant, dès l'origine, les fournisseurs pour réajuster en permanence les caractéristiques du produit.

La Commission d'enrichissement de la langue française recommande donc d'utiliser les expressions françaises « **à coûts réduits** » ou « **à bas coûts** » à la place de low cost.

En revanche, lorsque des entreprises proposent des prix bas en réduisant uniquement leur marge ou commercialisent des produits bas de gamme, elles ne pratiquent pas une stratégie à coûts réduits. On peut alors parler d'un produit ou d'un service « **premier prix** », « **à prix réduit** », « **à prix cassé** », « **à bas prix** », « **bon marché** », « **économique** » ou « **vendu à prix d'appel** ».