



# La Politique de Distribution



# Plan

## *Introduction*

### Qu'est-ce que la distribution? \_

I

1. Définition. \_
2. L'intérêt de la distribution.

### Les circuits de distribution

II

1. Les types de circuit de distribution.
2. Les critères de choix d'un réseau de distribution.

### Les stratégies de distribution

III

1. La distribution intensive.
2. La distribution sélective.
3. La distribution exclusive et le franchisage.

## Les structures de la distribution finale

IV

- 1- Le commerce indépendant.
- 2- Le commerce associé.
- 3- Le commerce intègre.

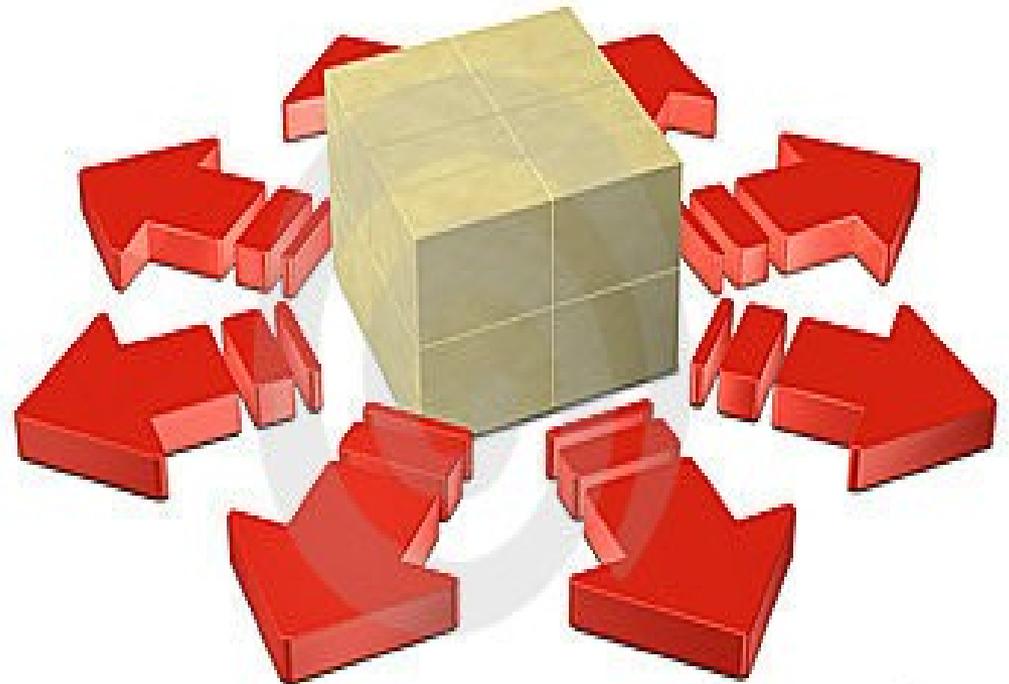
***Conclusion***

## ***Introduction:***

La distribution est une fonction importante de nos jours.

***Achetez-vous fréquemment des produits directement chez le producteur ? Non.***

La grande majorité des produits de grande consommation sont achetés dans « ***la distribution*** ».



# Quesque la distribution?

I

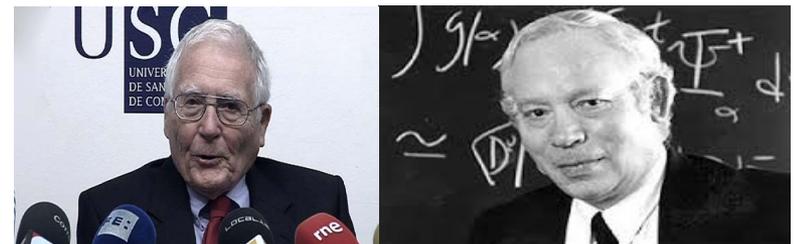
## 1-Définition:

### ➤ Selon **Claude Demeure:**

« La distribution comprend l'ensemble des opérations qui permettent d'acheminer un produit du lieu de production jusqu'à la mise à disposition du consommateur ou de l'utilisateur ».

### ➤ Pour **Lovelock et Weinberg:**

« La distribution comprend les différents moyens disponibles pour assurer l'accessibilité du produit aux clientèles, à l'endroit et au moment appropriés : « ...the right Product at the right time in the right place ».



## 2-L'intérêt de la distribution:

- ✓ **P**lacé le produit en situation de vente.
- ✓ **R**épondre aux besoins de la clientèle.
- ✓ **S**ervice à la clientèle.
- ✓ **F**aire connaître le produit ou le service.



# Les circuits de distribution



On appelle circuit de distribution le chemin suivi par le produit ou le service pour aller du producteur au consommateur final.

## Les types de circuit de distribution:

### ➤ **Circuit direct:**

Aucun intermédiaire n'intervient, le producteur assure la distribution de son service.

Le circuit direct peut prendre des formes telle que:

- La vente directe (concerne des marchés spécifiques).
- La vente à distance (téléphone, télé-achat, internet...).

*Exemple:* Produits industriels..

**Producteur**

**Consommateur**



## ➤ Circuit indirect:

Un intermédiaire assure la distribution, producteur et distributeur négocient une commission en contre partie du service rendu.

La longueur du circuit dépend du nombre d'intermédiaires qui assurent la distribution.

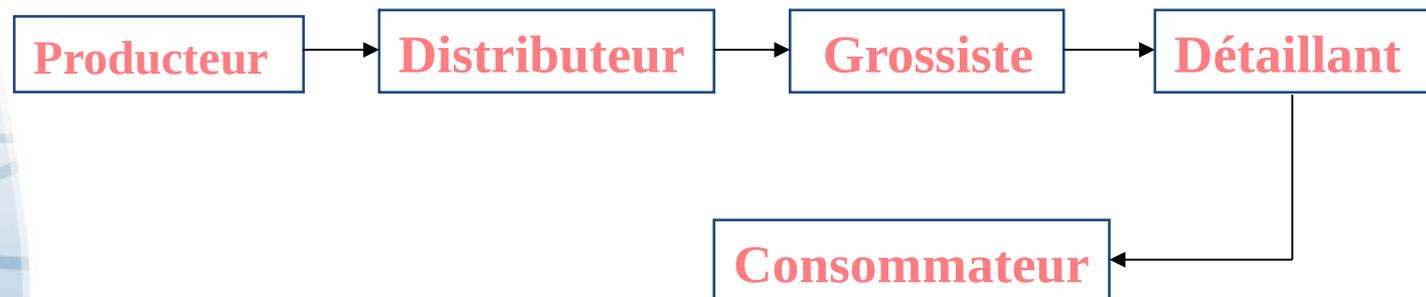
- *Canal court:*



- *Canal long:*



- *Canal Ultra-long:*



➤ Circuit mixte:

Le produit est distribué à la fois par un circuit direct et par un circuit indirect.

*Exemple:* Maroc Telecom est revendu par les agences Telecom et  
par le réseau d'agence.



## 2. Les critères de choix d'un réseau de distribution:

### Le choix en fonction des facteurs internes:

- ✓ Les caractéristiques de l'entreprise.
- ✓ Le produit.
- ✓ Le coût des circuits: Méthode des rendements comparés

$$\text{Rendement} = (\text{CA} - \text{Coût de distribution}) / \text{coût}$$

### de Le choix en fonction des facteurs externes: distribution.

- ✓ La concurrence.
- ✓ La clientèle.
- ✓ Les distributeurs.

### Le choix en fonction de l'entreprise :

- ✓ **O**bttenir un certain volume de ventes et de profit.
- ✓ **A**tteindre un objectif de rentabilité des investissements
- ✓ **P**arvenir à un certain taux de pénétration du marché
- ✓ **D**isposer d'une assistance et de services à la vente.



## **1- La distribution**

**intensive:** *Cette stratégie vise à multiplier le nombre de point de vente adapté aux produits d'achats impulsif.*

### ➤ **Avantages:**

- Maximiser la disponibilité du produit,
- Une part de marché importante,
- Augmentation du chiffre d'affaires,

### ➤ **Inconvénients:**

- Augmentation du coût de la distribution,
- Perte du contrôle de la politique de commercialisation,
- Incompatibilité de maintenir une image de marque cohérente,

*Exemple:* Coca Cola, Danone, Tide.



## La distribution sélective:

*Vise à confier la commercialisation d'un produit à un spécialiste, est adaptée aux produits dits recherchés,*

Pour qu'il y ait distribution sélective voulue par le fabricant, celui-ci doit donc sélectionner ses intermédiaires. Plusieurs critères de choix peuvent être utilisés :

- *La taille du distributeur,*
- *La qualité du service,*
- *La compétence technique,*



## 3- La distribution

### exclusive et le franchisage:

*La distribution exclusive vise à limiter la commercialisation auprès de points de vente agréés, est adaptée aux produits de luxe.*

*Exemple:*



✓ **L**a franchise est lorsque, par contrat, une entreprise, appelée *franchiseur*, concède à une autre le droit d'exploiter un commerce dans un territoire délimité, selon des normes définies et sous une enseigne ou une marque donnée.

➤ **Les types de franchises:**

- La franchise qui unit un **fabricant et un détaillant.**

**Ex:** *Aïcha, Yves Rocher,...*

- La franchise entre un **fabricant et un grossiste.**

**Ex:** *Coca-Cola, Produits de confection ...*

- La franchise entre un **grossiste et un détaillant.**

**Ex:** *Produits pharmaceutique...*

- La franchise entre une **société de service et un distributeur.**

**Ex:** *McDonald...*



# Les structures de la distribution finale

## IV

**Le commerce indépendant:** Est une forme de commerce, constituée de points de ventes géré par des individus commerçants ou entités juridiques indépendantes.

*Exemple:* les salons de coiffure, les cafés....



## - Le commerce associé:

*Créées par des détaillants indépendants en réactions à l'importance accrue des grandes entreprises de commerce.*

### ➤ Les coopératives de détaillants:

Groupement des détaillants pour lutter intégré.

**Exemple:** Les drogueries...



### ➤ Les chaînes volontaires:

Constitues par plusieurs grossistes et des détaillants sélectionnés.

Elles assurent la coordination des fonctions de gros et organisent e commun l'achat et la vente.

**Exemple:** Méditel,...



## - Le commerce intègre:

*Forme de commerce dans laquelle l'entreprise cumule les fonctions de gros et de détail.*

### ➤ Les grands magasins:

Est une forme de commerce de détail offrant dans un même local, diverses catégories de marchandises groupées dans des rayons.

*Exemple:*



### ➤ Les magasins à succursales multiples:

Ce sont des sociétés commerciales possédant plusieurs magasins de vente au détail, dont les gérants sont salariés.

*Exemple:*



➤ **Les grandes surfaces:**

Les grandes surfaces (supermarché et hypermarché) sont des magasins de vente au détail de grande dimension, conçus pour offrir a prix compétitif, en libre service.

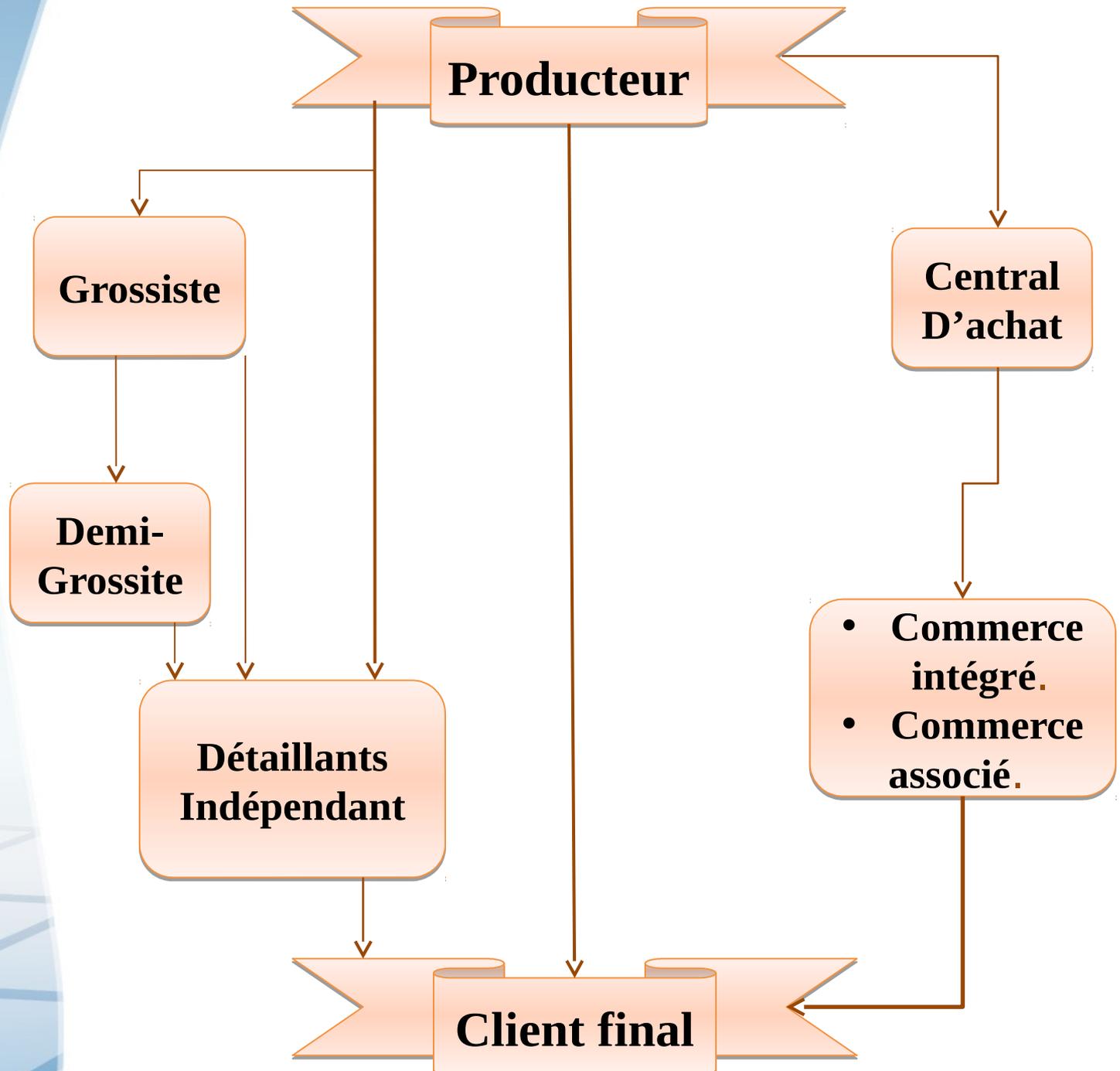
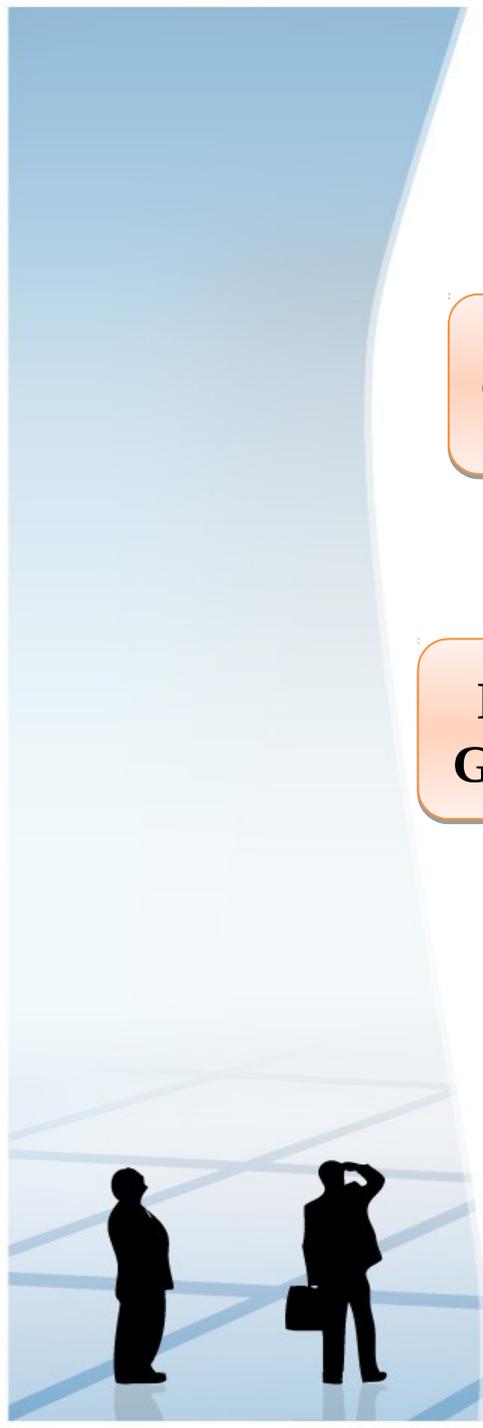
*Exemple:*



➤ **Les entreprises de vente par correspondance et à distance: (VPCD)**

- *A l'origine*, la VPCD était utilisée par des fabricants de textile, comme moyen supplémentaire d'écouler leur production.
- *Aujourd'hui*, le secteur de la VPCD est constitué d'entreprises de distribution qui, par l'intermédiaire d'une centrale d'achat, se procurent auprès de multiples fournisseurs les produits offerts à la clientèle.





# CONCLUSION

Aujourd'hui, le producteur ne doit pas seulement s'orienter en fonction du consommateur.

Il doit également élaborer sa stratégie en tenant compte du distributeur qui est devenu un client à part entière.





**Merci Pour Votre  
Attention**