

Économie et Organisation Administrative des Entreprises : 2 BAC SGC

Séance 19 (Politique de distribution – Cours)

Professeur : Mr JABER Naoufal

Sommaire

- I- Notion de distribution
 - II- Notion de circuit de distribution
 - III- Choix d'un canal de distribution
 - IV- Choix d'une politique de distribution
-

I- Notion de distribution

La distribution est l'ensemble des opérations qui permettent à un produit sortant de l'appareil de production d'arriver au consommateur final au bon moment, au bon endroit, en quantités suffisantes.

II- Notion de circuit de distribution

Le circuit de distribution est le chemin commercial emprunté par un produit entre sa production et son achat par le consommateur final. Il est plus au moins constitué d'intermédiaires.

L'ensemble des intermédiaires de même nature est nommé canal de distribution (ex : grossiste, hypermarché,...).

La taille d'un circuit : Le nombre d'intermédiaires entre le producteur et le consommateur détermine la taille d'un circuit de distribution.

III- Choix d'un canal de distribution

L'entreprise choisit le canal de distribution de ses produits :

- En fonction des spécificités de l'entreprise : puissance financière, image de marque
- En fonction du produit : le cycle de vie, la nature du produit, son mode de conditionnement,
- En fonction du marché : dimension et nature du marché (nombre de consommateurs, répartition géographique, distance entre lieu de production et lieu de vente,...), habitudes des consommateurs
- En fonction des attentes de l'entreprise : objectifs commerciaux, image de

marque stratégie....

IV- Choix d'une politique de distribution

Trois possibilités sont ouvertes aux entreprises :

Distribution intensive

Elle consiste à distribuer son produit dans le plus grand nombre de points de vente possible en utilisant tous les types de canaux disponibles.

Distribution exclusive

Elle a pour objectif de s'approprier l'exclusivité du détaillant et de renforcer l'image du produit.

Ce type de distribution consiste à réservé à certains points de vente le droit de distribuer les produits du fabricant dans un secteur donné. exemple des voitures neuves, les produits pharmaceutiques.

Distribution sélective (contrôlée)

Elle vise à assurer à la clientèle une qualité constante, un service après-vente efficace et à promouvoir le prestige de la marque.

C'est un type de distribution intermédiaire entre les deux premiers.