Stratégie Distribution – CM –

**Chapitre 5 : Stratégie et coordination au sein des canaux de distribution**

Le degré d’indépendance des intermédiaires d’un canal de distribution est très variable : ça va d’une totale indépendance des acteurs à l’intégration de ceux-ci au sein d’une même société. En passant aussi par des formes moins fortes : canaux administrés, les canaux du commerce associé.

Le degré d’indépendance traduit le degré de coordination, d’organisation d’un canal de distribution.

🡺 Problématique : l’organisation et la coordination d’un canal de distribution permettent généralement de réduire les coûts de fonctionnement et/ou d’accroître la rentabilité de certains acteurs. Par contre elle se traduisent par moins de liberté pour les acteurs et donc souvent aussi par moins de flexibilité.

La coordination permet également de réduire les conflits entre les membres du canal de distribution :

* conflits liés à l’incompatibilité des objectifs et intérêts des acteurs. (Partage de la marge par exemple)
* le fabricant souhaite vendre son produit et le demandeur un produit, …)

Il y a tout de même des situations où la coordination va profiter aux deux acteurs.

* conflits liés à des sujets de dissension dans les politiques à mener (Vente de produits par le Net : le fabricant a l’impression que le distributeur lui fait de la concurrence)
* conflits liés à des perceptions et situation différentes (Exemple : la relation franchiseur / franchisé : Le franchisé peut souhaiter adapter son concept localement. Le franchiseur quant à lui a une vision globale, et veut une unité de concept qui va renforcer l’image de la franchise.

1. **Les canaux du commerce indépendant**

Ce sont des canaux dans lesquels les relations entre les particuliers ne repose sur aucune formalisation. Les participants sont rigoureusement indépendants, ils adoptent séparément leurs politiques commerciales. Les relations avec les fournisseurs ou avec les clients peuvent être remises en cause à tout moment.

De ce fait, il n’y a aucune coordination entre les membres du canal de distribution. Ce type d’organisation perd régulièrement de l’importance : il est peu performant en terme de coût, par contre cette organisation est flexible et souple. C’est un mode d’organisation qui a disparu de l’alimentaire, on le trouve dans le domaine de l’habillement, dans les boutiques de cadeaux, chez les soldeurs comme TATI qui commercialise des fins de séries et des lots.

On trouve ce type d’organisation dans de nouveaux secteurs : à l’époque dans la distribution de cassettes vidéos, téléphones portables : on observe ce type d’organisation mais c’est généralement une phase transitoire puisque le canal de distribution va progressivement évoluer notamment pour réaliser des économies d’échelle. De grandes enseignes vont apparaître.

1. **Les canaux administrés**

Ici, les entités sont toujours indépendantes. Cependant, elles vont nouer des relations plus durales, plus stables en vue de réaliser des économies, d’accroître leurs rentabilités et leurs efficacités.

Les motivations qui poussent à ce genre d’organisation sont :

* La recherche pour une entité de ses seuls intérêts peut entraîner des déséconomies importantes chez ses partenaires. Par contre coup elle en paye les conséquences ultérieurement par le biais de coûts d’approvisionnements plus élevés. (Exemple : le fait de garantir à un grossiste, l’achat de quantité importante sur une assez longue durée peut leur permettre de réaliser certains investissements, par exemple en logistique, en outil de fabrication. Sans cette garantie, il aurait à supporter un risque important et refuserait alors d’investir. Dans ce cas là, le distributeur se retrouve à acheter à un prix supérieur qu’il aurait pu acheté.
* Un détaillant dans le domaine de l’habillement : Son intérêt pour réduire ses risques d’invendus est de faire des commandes aux derniers moments. L difficulté est que si tous les détaillants font la même chose, les grossistes et les producteurs vont être très vite saturés sur certaines références 🡺 surcoût, impossibilité d livrer, producteur avec peu d’activité

Pour produire à moindre coûts, il faut donc anticiper les ventes, c'est-à-dire lancer les productions plusieurs semaines à l’avance, stocker, partager les risques, et e coordonner.

Ex : distributeur 🡺 passe un accord avec des fabricants où il s’engage à fabriquer sa production sur X semaines mais le distributeur dira qu’au dernier moment ce qu’il veut qui se produise.

Mais avec ce type de canaux, certains membres vont avoir l’initiative de cette organisation et vont de par leurs pouvoirs (Taille, compétences particulières) administrer le canal en influençant les décisions des autres membres.

L’idée est de coordonner les activités des différents membres du canal. Pour influencer les autres, ils vont user d’incitations positives, des récompenses 🡺partage des gains de la coordination.

Il y a aussi des incitations négatives : sanctions, pertes d’avantages.

Il y a des types d’exigences possibles conduisant à la coordination des différents membres :

* quantité minimale à commander sur une période
* fixer des stocks minimaux
* fixer des compositions d’assortiment
* prix de revente maximum
* actions promotionnelles
* implantation des produits dans le lieu de vente (Matériel de vente)

🡺Fabricant de cosmétique qui impose des quantités minimales à commander pour pouvoir vendre à des distributeurs 🡺réaliser des coûts, sécuriser des débouchés, des approvisionnements, garantir une qualité de services, de produits.

Les incitations positives :

* coûts d’achat plus faible
* garantir des volumes d’achat minimum
* offrir des délais de paiement
* apporter une assistance à la gestion (Des stocks par exemple)
* accorder l’exclusivité de la vente de la marque

Sanctions pour ceux qui n’acceptent pas les règles :

* perte des avantages précédents
* refus d’approvisionnement
* déréférencement (pour fabricant)

1. **Les canaux du commerce associé**

Dans les canaux administrés, la coordination dépendait de la capacité de certains membres à imposer leurs pouvoirs.

Le degré supérieur qui va permettre une organisation plus stable et formalisé va être par des contrats de longues durées.

Entités toujours indépendantes (Groupement, coopérative, concessions)

1. **Les canaux intégrés**

🡺La forme la plus aboutie : il y a une société qui se charge elle-même de plusieurs étapes du canal de distribution (fabricant qui organise la distribution de détails)

🡺Cf. intégration verticale