



## Les différents canaux de distribution

**Qu'est-ce qu'un canal de distribution ou un circuit de distribution ? Quels sont les différents canaux de distribution ? Quels sont les avantages et les inconvénients de chaque type de canal de distribution ?**

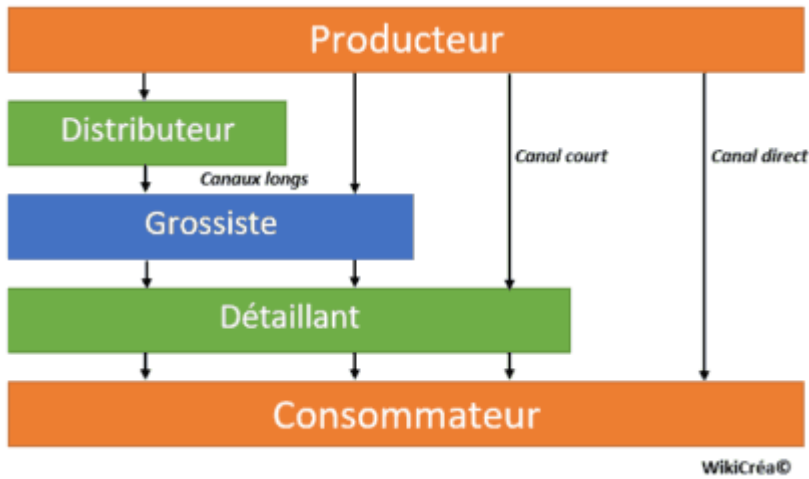
**Définition** : Un canal de distribution, ou « chaîne de distribution » est le chemin suivi par un produit, du producteur au consommateur. Il met en évidence les intermédiaires qui peuvent exister entre le producteur et le consommateur final.

Par ailleurs, un même produit peut être distribué (c'est-à-dire mis à la disposition du consommateur) à travers différents canaux parallèles. L'ensemble des canaux utilisés pour commercialiser ce produit forme alors **le circuit de distribution**.

La distribution est un des éléments fondamentaux du **marketing-mix** : c'est l'un des 4P du plan de marchéage (PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION).

Le choix du ou des canaux de distribution doit être cohérent avec les autres éléments du marketing-mix.

**Canaux de distribution : courts, longs, directs.**



## Canal de distribution direct ou indirect.

- Un canal de distribution **indirect** passe par un ou plusieurs intermédiaires.
- Un canal de distribution **direct** est dépourvu d'intermédiaires : l'entreprise productrice vend directement à ses clients.

## Canal de distribution court ou long.

- Un canal de distribution **long** passe par plusieurs distributeurs ou grossistes avant d'atteindre le détaillant puis le client final.
- Un canal de distribution **classique** passe par un seul grossiste avant d'atteindre le détaillant puis le client final.
- Un canal de distribution **court** ne comporte aucun intermédiaire entre le producteur et le détaillant qui vendra lui-même au consommateur final.

Au final, on classe principalement les canaux de distribution en trois catégories : direct, court ou long.

## Les types d'intermédiaires.

Parmi les différents types d'intermédiaires, on trouve :

- **les distributeurs** : ils achètent directement auprès du producteur et prennent en charge la distribution des produits sur un large territoire, par exemple à l'**export**.
- **les grossistes** : ils achètent en gros au producteur ou au distributeur et vendent aux détaillants,
- **les détaillants** : ce sont les boutiques, magasins ou commerces en ligne qui vendent directement au consommateur final.

## Exemples de canaux de distribution.

Voici quelques exemples de canaux de distribution pour des produits frais :

- *circuit direct* : vente à la ferme, vente sur les marchés
- *circuit court* : vente en coopérative de producteurs, ou vente aux supermarchés sans intermédiaire
- *circuit long* : vente à des centrales d'achat, qui revendent ensuite à des supermarchés.

## Bien choisir son canal de distribution.

**Chaque type de distribution présente ses avantages et inconvénients :**

- les canaux directs ou courts permettent de préserver le **taux de marge**, mais nécessitent de lourdes dépenses en terme de commercialisation (recrutement et management d'une force commerciale, administration des ventes, etc).
- les canaux de distribution longs dégradent la marge du producteur mais peuvent permettre d'écouler plus de volume. Les canaux longs permettent aussi d'économiser une partie des frais de commercialisation. Ce type de canal nécessite toutefois de former les intermédiaires afin qu'ils sachent vendre le produit à leurs propres clients. Enfin notons que le producteur n'aura pas accès aux coordonnées des détaillants ou des clients finaux.

**Voici les critères à prendre en compte pour bien choisir son canal de distribution :**

- le canal est-il cohérent avec ma cible ? Les consommateurs s'attendent-ils à trouver mes produits sur ce lieu de vente ?
- le canal est-il cohérent avec mon positionnement ?
- le canal est-il cohérent avec les volumes que je capable de produire ?
- le canal est-il cohérent avec ma structure de prix ? (si ma marge est confortable, je peux me permettre de vendre en circuit long)
- le canal est-il cohérent avec les délais de paiement que je peux accepter ?
- le canal est-il cohérent avec mon organisation interne ?

## Continuez à vous former en marketing stratégique.

**Lisez nos articles :**

- **Qu'est-ce que le marketing ?**
- **La segmentation marketing**
- **Quelle stratégie de positionnement marketing pour mon entreprise ?**
- **Qu'est-ce qu'une gamme de produits ?**
- **Qu'est-ce que le lead management ?**
- **Qu'est-ce que le valeur vie client ?**