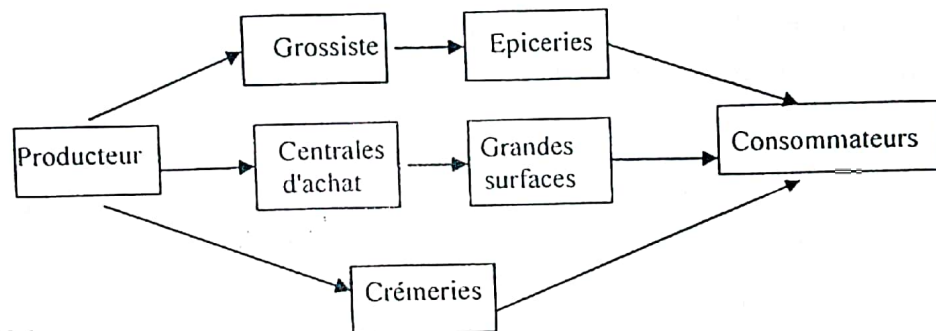


TD 7 – Politique de Distribution

- I. Une entreprise qui fabrique et commercialise des yaourts aromatisés de meilleure qualité que la concurrence, mais peu différenciés au niveau des arômes distribue ses produits de la manière suivante. Ils sont en premier lieu écoulés dans les épiceries qui s'approvisionnent auprès des grossistes des produits frais, ils sont aussi vendus dans les chaînes de grandes surfaces lesquelles sont approvisionnées par leurs propres centrales d'achat. L'entreprise assure aussi l'approvisionnement de quelques crémeries par ses propres chauffeurs livreurs.
- 1) Décrivez et représentez le réseau de distribution de cette entreprise.
 - 2) Est-il à votre avis cohérent avec sa position sur son marché ? Expliquez

1.



Un réseau avec :

- un circuit court
- 2 circuits longs (grossistes et détaillants) mais avec des types d'intermédiaires différents

2. Adéquation avec l'entreprise:

On peut revenir aux :

- les objectifs et contraintes
 - caractéristiques du produit : périssable, achat courant,....
 - caractéristiques des concurrents : ils utilisent à priori plutôt les deux premiers circuits (Tunisie)
 - caractéristiques de l'entreprise : pas assez d'info
- Les besoins de la clientèle
 - Volume d'achat unitaire : à la pièce chez l'épicier, achats groupés en GS
 - délai : nul
 - Endroit : recherche de proximité pdt frais
 - Choix : moyen en épicerie, plus étendu en GS
 - Service : mise au frais

- II. Une jeune femme spécialisée dans la conception d'articles de puériculture vient de mettre au point une gamme de "mobiles" destinés à l'éveil des jeunes enfants et à la décoration de leur espace. Cette jeune créatrice signe ses produits et souhaite assurer une fabrication de grande qualité. Elle expose sa gamme au salon professionnel " Maison et Objet" et les grandes chaînes d'articles de puériculture sont intéressées par ses articles.