

## LES CANAUX ET CIRCUITS DE DISTRIBUTION

### Définition d'une chaîne de distribution :

Une chaîne de distribution est l'une des composantes fondamentales de « 4C » du plan de marchéage ou encore « marketing mix. Il s'agit du cheminement d'un produit du producteur jusqu'au consommateur, il comprend l'ensemble des intermédiaires pouvant exister tout au long de ce cheminement. Les autres éléments du plan de marchéage (client, coût et communication) doivent être pris en compte lors du choix du canal de distribution.

### Les différents types d'un canal :

- **Canal direct** : il ne nécessite pas la présence des intermédiaires.
- **Canal court** : ce canal ne comprend qu'un intermédiaire entre le producteur et le client.
- **Canal long** : exige la présence d'au moins deux intermédiaires avant que le produit arrive au consommateur final.
  - Du producteur au consommateur en passant par le distributeur, le grossiste et le détaillant ;
  - Du producteur au consommateur en passant uniquement par le grossiste et le détaillant.

### Le choix du circuit de distribution :

Un circuit de distribution est l'ensemble des canaux utilisés pour commercialiser un produit.

Le tableau ci-dessous présente les avantages et les inconvénients de chaque type de canal pour le distributeur.

	Avantages	Inconvénients
<b>Direct</b>	Pas de marge pour l'intermédiaire	Obligation de la combinaison des fonctions (production et distribution)
<b>Court</b>	Simple traçabilité des produits	Dépendance à un intermédiaire
<b>Long</b>	Grande marge pour les intermédiaires	Dépendance aux intermédiaires

Il est possible d'utiliser un seul type de canal ou avoir des multicanaux. Le mixage des canaux sera bénéfique pour le distributeur car il lui permet de profiter des ressources d'approvisionnement locales et offrir des produits avec des prix concurrentiels et en quantités suffisantes.