



VENTE DIRECTE : l'économie du système de distribution

La « distribution » c'est le / les processus très concrets choisis par l'agriculteur pour que ses produits parviennent directement au consommateur, en sa pleine et complète possession, en temps et en heure, en quantité et qualité, en un ou plusieurs lieux...

On recense en vente directe plus d'une vingtaine de formes de distribution dont les performances commerciales et/ou de productivité sont très inégales.

L'efficacité commerciale d'une forme de distribution

va dépendre :

- **De la proximité**

Échoppes, foires, marchés... avec la société piétonnière du 19ème,
Grands magasin de centre ville avec le développement des transports urbains,
Grandes et moyennes surfaces avec l'avènement du « tout voiture »,
Digitale et immatérielle avec le numérique et le smartphone...

- **De la facilité de prise de décision par le consommateur**

Information crédible, sûre et efficace du consommateur,
Gamme et assortiment, exposition et visibilité, essais, conseils, prescriptions,
Sécurité, garanties, service après vente...

- **De la facilité de l'acte d'achat**

Appropriation rapide et complète, maintenant, tout de suite,
Emballage, facilité de transport, livraison, commodité de stockage chez le consommateur,
Paiement rapide et sécurisé, facilités de paiement ...

La forme de distribution idéale est celle qui tendra le plus vers :

une proximité totale du consommateur
une offre riche, variée, totalement transparente
un acte d'achat instantané et complet
on se rassure: elle n'existe pas !

Le moindre obstacle dans cette recherche « d'idéal » (jour d'ouverture ou horaire restrictif, absence de visibilité du produit, temps d'attente très long, refus d'un mode de paiement, absence ou réduction du choix etc...) va réduire la part de marché potentielle par « abandon du consommateur »...

Par le concept général, mais aussi le détail des opérations concrètes qu'elle demande, la forme de VD va aussi largement influencer la perception du client et renvoyer une image.

Les formes de distribution en vente directe sont donc loin de satisfaire tous les objectifs et des progrès importants sont possibles.

La productivité d'une forme de distribution

va dépendre :

- **De l'économie du processus** liée à tous les frais engagés pour son bon fonctionnement :
frais de stockage, d'emballage et de conditionnement
frais de gestion et de préparation des commandes
frais de transport et de livraison
frais liés à la remise directe au consommateur
frais liés au temps passé
- **De la valeur concernée** c'est à dire la quantité (elle même lié à l'efficacité commerciale) et le prix qui influencent fortement l'économie du processus de distribution : on transporte plus facilement quelque chose de cher, léger et peu encombrant.

Le coût de transport et le temps passé par valeur d'unité commercialisée sont des variables essentielles.

Un projet de vente directe dont la faisabilité commerciale semble acquise (plein de clients prêts à acheter), peut échouer ou se révéler peu intéressant en raison d'une productivité insuffisante, en particulier si les coûts logistiques sont très élevés ...

ILLUSTRATION : 4 formes de Vente Directe de lait cru

Indicateurs	VD à la ferme	VD de bouteilles par tournée	VD par distributeur automatique	VD sur marchés de plein vent
Prix de vente au consommateur (€/ litre)	0,50	0,80	1,00	0,60
Performance commerciale (*) €/an	2200	6800	36000	2800
Investissement indicatif (€)	5000	8000	40000	12000
Logistique par litre (**) € / litre	0,45	1,63	0,22	2,80

Source: Chambre d'agriculture 82

(*) Nombre de litre /an X prix du litre

(**) 13,5 €/h + transport barème fiscal

Ces références montrent combien, sur la base d'une performance commerciale donnée propre à la forme de distribution, les frais logistiques peuvent impacter l'activité.

Sauf valorisation partielle ou absence de valorisation du temps passé et / ou du transport, les questions de rentabilité de telle ou telle forme de distribution sont posées.

Cette illustration montre aussi clairement les limites d'une politique de prix de vente trop bas : en vente directe, c'est pas automatique !

Jean François Pinel - CA82

Juin 2018

Cette action de diffusion est cofinancée par l'Union européenne avec le Fond Européen Agricole pour le Développement rural en Occitanie et par l'Etat au travers du CasDar.



Avec la contribution financière
du compte d'affectation spéciale
«développement agricole et rural»