Modèles et pratiques pour le canal de distribution

sous la direction de

Marc Filser
Gilles Paché

MARC FILSER*IAE Dijon, université de Bourgogne***GILLES PACHÉ***Université Aix-Marseille II*

Modèles et pratiques pour le canal de distribution

Entre consolidation et ruptures

Lorsque Wal-Mart est devenue la première entreprise mondiale, peu d'observateurs ont douté de l'importance prise désormais par la distribution dans le système économique. Et pourtant, l'ampleur des bouleversements survenus dans le commerce de détail – et notamment l'émergence du leadership de Wal-Mart – s'accompagne de bouleversements tout aussi profonds, même s'ils sont moins spectaculaires, dans le fonctionnement des canaux de distribution, tant sur les marchés

industriels que de grande consommation ou même de services. Le développement des transactions sur internet, les mutations des systèmes logistiques, l'émergence de nouvelles formes de coopération entre fournisseurs et distributeurs, la généralisation de la distribution multicanal, sans parler de l'immense potentiel de transformation que permet d'imaginer la RFID, toutes ces évolutions témoignent de la réalité des ruptures auxquelles sont confrontés les canaux de distribution.

La recherche académique n'est pas restée inactive face à cette dynamique des pratiques dans les canaux. Elle a tout particulièrement contribué à améliorer la compréhension des facteurs économiques, socio-politiques et stratégiques qui gouvernent les phénomènes de développement et de management du canal. La dualité des canaux logistiques et transactionnels, l'interaction des logiques de minimisation des coûts et de maintien du pouvoir, les contradictions entre impératifs de coordination et rivalité transactionnelle, constituent autant d'apports théoriques importants qui permettent d'orienter avec plus de rigueur les préconisations managériales.

On peut donc parler d'une consolidation des cadres de référence théoriques, notamment grâce à la généralisation de grilles de lecture intégratrices qui dépassent les clivages traditionnels qui séparaient les modèles de coûts et les modèles de pouvoir : la théorie des coûts de transaction, le modèle d'économie politique des canaux ou encore le modèle de confiance et d'engagement, permettent ainsi aux chercheurs de s'appuyer sur des théories largement validées empiriquement. Le présent dossier thématique se propose d'illustrer cet état de la recherche académique consacrée aux canaux de distribution dans un contexte de tension entre consolidation des modèles théoriques et ruptures dans les pratiques des firmes.

Dans un premier article, Marc Filser et Gilles Paché dressent un état des pratiques managériales et des stratégies d'entreprise dans le commerce de détail et dans le canal de distribution. Les auteurs analysent la tendance à la centralisation qui caractérise désormais les stratégies des détaillants,

aussi bien lorsqu'ils réduisent le nombre de leurs enseignes que lorsqu'ils consolident leurs structures d'approvisionnement. Ils exposent ensuite l'impact exercé par l'évolution des méthodes de vente au détail sur les relations entre fournisseurs et détaillants, pour revenir, enfin, sur les mutations des pratiques logistiques et leurs conséquences pour le fonctionnement du canal.

Dans un deuxième article, Isabelle Assassi illustre la consolidation des modèles d'analyse théorique du canal. Dans le contexte très spécifique de la distribution des spectacles artistiques, l'auteur rappelle opportunément le rôle structurant de la prise en compte du risque par les institutions lorsqu'elles adoptent des processus et des structures de coordination des différents niveaux du canal. L'importance des phénomènes de pouvoir, classiquement adoptés par les analyses socio-politiques du canal, doit ainsi être relativisée par la prise en compte de mécanismes de management du risque.

Dans un troisième article, Carole Poirer et Dominique Bonet Fernandez mettent en évidence la contribution des modèles théoriques du canal à la compréhension de la profonde rupture induite dans les canaux par le développement du commerce électronique, et plus généralement des stratégies multicanaux. Les problèmes auxquels se trouvent confrontées les entreprises développant ces stratégies renvoient en effet aux concepts de coordination et de conflit, classiquement développés par les théories du canal.

Enfin, dans un quatrième et dernier article, Jérôme Bêche illustre l'intérêt d'une démarche inductive exploitant deux études

de cas de distribution en milieu industriel. Ceci lui permet de développer une méthode originale de diagnostic des relations entre membres du canal dans des contextes de forte création de valeur ajoutée par la distribution. Son objectif est de proposer une nouvelle lecture des relations fournisseur industriel/distributeur en vue d'optimiser la mise en place des stratégies partenariales engagées par les fournisseurs dans le cadre du passage des offres *produits* aux offres de type *services* ou *solutions*.

Ces différentes contributions témoignent de la profonde interdépendance des pratiques sectorielles et des modèles théoriques. En matière de gestion de la distribution, la recherche académique a traditionnellement pour objectif d'identifier les principes généraux qui sous-tendent les pratiques des firmes. Il est rare, en effet, que ce soit la recherche qui oriente les innovations du secteur, tant en matière de format de vente que d'organisation du canal. Mais la recherche apporte une compréhension des facteurs de succès et d'échec à travers la comparaison des pratiques sectorielles ou nationales.

Il faut saluer à cet égard la multiplication des initiatives qui contribuent à l'intensification des liens entre le monde de la distribution et celui de la recherche. Les tables rondes qui rassemblent et confrontent les points de vue des praticiens et des chercheurs dans le cadre du Colloque Étienne Thil, organisé depuis dix ans par l'université de La Rochelle, les ateliers de diffusion des recherches en distribution organisés par l'ANVIE, ou plus récemment le lancement des programmes de recherche académique pilotés par le Pôle des industries du commerce de Lille, permettent le rapprochement de deux mondes qui se sont trop longtemps côtoyés, et qui découvrent la convergence de leurs préoccupations.

La recherche française en distribution est, elle aussi, caractérisée par cette dualité de la consolidation et de la rupture : consolidation des équipes et des programmes de recherche, mais aussi ruptures dans les thèmes et les orientations méthodologiques. Souhaitons que le présent dossier thématique contribue à nourrir les débats en cours et suscite à l'avenir de nouvelles motivations pour alimenter la réflexion autour de cet univers passionnant de la distribution.