

**UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA.**

**FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES  
SCIENCES GESTION.**

**Département des Sciences Commerciales**

**Mémoire de fin de Cycle  
Pour l'obtention du diplôme de master en Sciences Commerciales**

**Option : logistique et distribution**

**Thème**

**L'analyse de l'efficacité de la logistique et distribution**

**Cas : Bejaia Logistiques**

**Réalisé par :**

**1- M<sup>elle</sup> NOUI Celia  
2- M<sup>elle</sup> RABHI Samira**

**Encadreur : M<sup>me</sup> RAHMANI L**

**Président : DRIS Dj  
Examineur : MOUSSAOUI A**

**Promotion 2016-2017**

# REMERCIEMENTS

☞ Au terme de notre travail, nous remercions **Dieu** le tout puissant de nous avoir donné le courage et la patience pour réaliser ce modeste travail.

☞ Nous tenons tous particulièrement à adresser nos remerciements d'abord à notre promotrice madame Rahmani et notre, Encadreur Bl M<sup>r</sup> Maouche chref et notre chef de spécialité M<sup>r</sup> Hadad Z pour nous avoir orienté durant l'élaboration de ce travail.

☞ Nos sincères considérations et remerciements sont également exprimés aux membres du jury, qui nous font honneur par leur présence, pour avoir accepté d'examiner ce travail et consacrer leur temps pour son évaluation.

☞ Nos vifs remerciements sont également destinés à nos chers parents pour nous avoir soutenu durant notre cursus.

☞ Enfin, nos remerciements s'adressent à tous les enseignants du département sciences commercial et à toutes les personnes qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce modeste travail.

☞ Samira et Celia ☞

## *Dédicace*

« Je dédie ce travail à.....

A mes chers parents, aucune dédicace ne saurait être assez suffisant pour exprimer ce que vous méritez pour tout le sacrifice que vous avez donné .puisse dieu, le tout puissant, vous préserver et vous accorder sante, longue vie et bonheur.

A mes chères sœur *Namika* et *chahinaz*, *Rosa* en témoignage de l'attachement, de l'amour que je port pour vous.

A mon frère *Karim* et sa femme et spécialement mon petit *Rayan* et *chaima* mes adorés .

A ma copine salima.

A tous mes oncles, mes cousins et mes tantes et les enfants ,malgré la distance ,vous été toujours dans mon cœur.

A mes chers amis *Nabila* ,*Salwa* et *wardia* ,*Kaltum*, en témoignage de l'amitié qui nous uni et des souvenirs de tous les moment que nous avons passe ensemble, je vous dédie ce travail et je vous souhaite une vie plein de sante et de bonheur.

A ma très chère binôme Samira je le souhaite que de bonheur et réussi.

A tous les étudiants d'université Abderrahmane mira, en particulier la promotion Logistique et Distribution, je vous dédie ce travail avec tous mes vœux de bonheur, de sante et de réussite.

A tous ceux et tous celle qui m'ont accompagné et soutenu durant cette année.

Celia

## Dédicace

« Je dédie ce travail à.....

A mes chers parents, aucune dédicace ne saurait être assez suffisant pour exprimer ce que vous méritez pour tout le sacrifice que vous avez donné .puisse dieu, le tout puissant, vous préserver et vous accorder sante, longue vie et bonheur.

A mes chères sœurs *Sabha* et *Biba* et mon frère en témoignage de l'attachement, de l'amour que je port pour vous.

A mon grand frère et sa femme et spécialement à ses filles que j'adore.

A ma sœur et son marie et ces deux enfants.

A tous mes oncles, mes cousins et mes tantes et leurs enfants, malgré la distance, vous été toujours dans mon cœur.

A mes chers amis *Nabila*, *Salwa*, *Khoukha*, *Dihia* en témoignage de l'amitié qui nous uni et des souvenirs de tous les moments que nous avons passée ensemble, je vous dédie ce travail et je vous souhait une vie plein de sante et de bonheur.

A ma très chère binôme *Celia* je le souhait que de bonheur et réussi.

A tous les étudiants d'université Abderrahmane mira, en particulier la promotion Logistique et Distribution, je vous dédie ce travail avec tous mes vœux de bonheur, de sante et de réussite.

A tous ceux et tous celle qui m'ont accompagne et soutenu durant cette année.

Samira

---

## Liste des figures

---

## La liste des figures

---

N° de figure	Titre de figure	N° de la page
Figure n01	Les fonctions de la logistique	<b>12</b>
Figure n02	Le processus de la chaine logistique.	<b>15</b>
Figure n03	Les flux de la chaine logistique.	<b>17</b>
Figure n04	Le circuit de distribution.	<b>31</b>
Figure n05	Illustration d'un circuit de distribution.	<b>31</b>
Figure n06	Illustration du circuit « court ».	<b>32</b>
Figure n07	Illustration du circuit « long ».	<b>32</b>
Figure n08	Liens commerciaux entre trois producteurs et cinq consommateurs.	<b>33</b>
Figure n09	Liens commerciaux entre trois producteurs et cinq consommateurs via un intermédiaire.	<b>33</b>

---

## **Liste des tableaux**

---

## Liste des tableaux

---

<b>N° du tableau</b>	<b>Titre du tableau</b>	<b>N° de la page</b>
<b>Tableau n°1</b>	Les objectifs de la logistique	<b>11</b>
<b>Tableau n°2</b>	La répartition des salaires de BL selon le statut et le service.	<b>45</b>
<b>Tableau n°3</b>	Les forces et les faiblesses de BL	<b>57</b>
<b>Tableau n°4</b>	Les opportunités et menaces de BL	<b>58</b>
<b>Tableau n°5</b>	L'évolution du parc de BL	<b>58</b>

---

## **Liste d'abréviation**

---

## Liste des abréviations

---

**APS:** Advanced planning and Scheduling

**BL:** Bejaia Logistique.

**BTP :** Bâtiments et travaux publique.

**ERP:** Enterprise Resource Planning.

**GPRS:** Global Packet Radio Service.

**HSE:** Humaine Securities et Environnent.

**KPI:** Key Performance Indicator.

**MRP:** Materiel Resource Planning.

**PPM :** Pièce Défectueuse par Million.

**RH:** Ressources Humaines.

**SDR:** Sales Development Representative.

---

## **Sommaire**

---

# Sommaire

---

Remerciement	
Dédicace	
Liste des figures	
Liste des tableaux	
Liste d'abréviation	
<b>INTRODUCTION GENERALE.....</b>	<b>1</b>
<b>CHAPITRE I : concepts de la logistique</b>	
<b>Introduction.....</b>	<b>4</b>
<b>Section 01 : Généralité sur la logistique.....</b>	<b>4</b>
<b>Section02 : La logistique au sein des entreprise.....</b>	<b>10</b>
<b>Section 03 : La chaine logistique.....</b>	<b>14</b>
<b>Conclusion.....</b>	<b>20</b>
<b>CHAPITRE II : La politique de distribution et son organisme</b>	
<b>Introduction.....</b>	<b>21</b>
<b>Section01 : Généralité sur la distribution .....</b>	<b>21</b>
<b>Section02: L'organisation de la distribution.....</b>	<b>30</b>
<b>Section 03 : La relation de la logistique et distribution.....</b>	<b>36</b>
<b>Conclusion.....</b>	<b>41</b>
<b>CHAPITRE III : Etude de cas de l'efficacité de la logistique et de la distribution au sien de Bejaia Logistique</b>	
<b>Introduction.....</b>	<b>42</b>
<b>Section01 : Présentation de guide de l'entretien et de l'entreprise BL.....</b>	<b>42</b>
<b>Section02: analyse de résultats de guide de l'entretien.....</b>	<b>47</b>
<b>Section03 La synthèse des résultat de l'entretien et les études de cas sur la résolution des problème de transport.....</b>	<b>55</b>
<b>Conclusion.....</b>	<b>60</b>
<b>Conclusion générale.....</b>	<b>63</b>
<b>Bibliographie</b>	
<b>Annexe</b>	

# Sommaire

---

**Table des matières**

**Résumé**

---

# **INTRODUCTION GENERALE**

---

## Introduction générale

---

Toute entreprise qui produit des biens et services a besoin de les vendre afin de débloquer son stock et liquider les surplus de production. Le travail de l'entreprise ne s'arrête pas sur le fait de produire et de vendre mais consiste aussi à distribuer et mettre la marchandise à la disposition des clients aux moindres coûts et dans des délais conformes à leurs attentes (clients).

La logistique est une fonction essentielle pour une entreprise compétitive, en effet, c'est cette connaissance et cette maîtrise de la logistique qui va déterminer sa performance c.-à-d. Que la logistique dépend des connaissances et la maîtrise de celle-ci qui va déterminer la performance de la logistique au sein des entreprises compétitives.

Par ailleurs, la logistique est l'activité qui a pour objet de gérer les flux physiques ainsi que les données informatiques ou financières d'une organisation, dans le but de mettre à la disposition des ressources correspondant à des besoins déterminés, en respectant les conditions économiques prévues.

En effet, la logistique est l'ensemble des méthodes, fonctions, moyens mis en œuvre par une entreprise en vue de mettre à la disposition du client la marchandise prévue, au moindre coût dans les délais et dans l'état conforme aux attentes des clients, contre la distribution consistant à amener les produits au bon endroit, en quantités suffisantes avec le choix requis, au bon moment et avec les services nécessaires à leur vente et à leur consommation. Donc, c'est la logistique qui assure la distribution de produits où la prestation de services peut avoir un impact majeur sur les bénéfices nets d'une entreprise.

On a choisi d'étudier le cas de Bejaia logistique dans l'analyse de leur efficacité de la logistique et la distribution, puisqu'elle a bénéficié d'une image de qualité et de notoriété nationale. En effet, elle se spécialise dans le domaine de transport routier et elle est devenue l'une des entreprises importantes en ce moment, elle est dans les cinq tops, car l'entreprise dispose des moyens en ce qui concerne le service logistique qui les différencie des concurrents.

C'est dans ce contexte et de ce qui est dit précédemment que nous posons notre problématique suivante :

**Comment l'entreprise Bejaia logistique arrive-t-elle efficacement à bien employer les fonctions logistique et distributions ?**

# Introduction générale

---

De cette problématique, découlent quelques questions secondaires à savoir :

1. Quel est l'importance et le rôle donné à la logistique ?
2. La capacité de Bejaia logistique peut répondre aux besoins des clients ?
3. Comment Bejaia logistique arrive à surmonter le problème rencontré lors de la livraison ?

Pour répondre à ces questions, nous avons proposé les hypothèses suivantes :

**H1** : La logistique est devenu une fonction importante dans l'entreprise, et cela revient à la capacité de réaliser un bon chiffre d'affaire en élargissant la part de marché de l'entreprise.

**H2** : L'amélioration, l'organisation la capacité de répondre aux besoins de la clientèle (en respectant les délais donnés, les coûts...) et la réalisation d'un bon chiffre d'affaire sont les principaux déterminants de l'efficacité de la logistique et la distribution.

**H3** : Une bonne organisation des moyens de transport est un système efficace qui permet à l'entreprise de résoudre ses problèmes de transport de marchandises.

Pour bien formuler notre travail ; nous adaptons la méthodologie suivante :

- Dans la première étape, nous consacrons notre recherche à la proche théorique dans « L'analyse de la logistiques et distribution », et pour cela nous consulterons les ouvrages, et documents divers, les articles.
- Ensuite, nous émanerons une étude de cas de l'entreprise Bejaia logistique qui nous amène à adopter un entretien par questionnaire et d'un stage pratique.

Afin de bien expliquer notre objectif, nous avons choisi la démarche suivante : Une introduction générale et trois chapitres et une conclusion générale.

Le premier chapitre est consacré à la présentation des concepts de bases de la logistique qui se divise en trois sections, une sur la généralité de la logistique ; la deuxième la logistique au sein de l'entreprise, et la dernière sur la chaine logistique.

Le second chapitre comprend les concepts de base de la distribution, on a devisé ce chapitre en trois sections, dont la première est consacrée sur les généralités de la distribution, la deuxième sur l'organisation de la distribution, la dernière sur le lien entre la logistique et la distribution.

## **Introduction générale**

---

Dans le dernier chapitre, on présente, en premier lieu, l'organisme d'accueil de Bejaia logistique et de guide de l'entretien, en deuxième lieu, l'analyse des résultats de l'entretien et, enfin, la synthèse des résultats et des études de cas sur la résolution des problèmes de transport par l'entreprise Bejaia Logistique.

---

## **Partie théorique**

---

# **CHAPITRE I**

---

**Les concepts de la logistique**

---

**Introduction**

La logistique est l'activité qui a pour but de gérer les flux physiques, son objectif principal est de chercher au comment livré aux clients au bon moment, en bon endroit et en quantités suffisantes afin de satisfaire les clients.

Dans ce chapitre, on présente les concepts de base de la logistique. La première section sera consacrée à la généralité de la logistique. La deuxième section sera consacrée à la présentation de la logistique au sein de l'entreprise. Et dans la troisième section on va aborder la chaîne logistique.

**Section1 : Généralités sur la logistique**

Aux filles des années, la logistique devienne de plus en plus une fonction essentielle dans l'organisation. Elle permet la circulation de marchandise et d'information dans ses différentes activités.

A travers cette section, nous prêtons attention aux concepts généraux de la logistique, d'abord on va parler sur la présentation des concepts logistiques: Historique, définition, les activités et les enjeux de la logistique.

**1.1. Historique et définition de la logistique****1.1.1. Historique de la logistique**

Le terme logistique vient du grec *logistikos* « relative au raisonnement » ou *logisteuo* « administrer ». De différentes publications rapportent que, depuis toujours, les institutions ont utilisé ce terme pour « définir l'activité qui réussit à combiner des facteurs nécessaires dans la gestion des flux : l'espace et le temps »<sup>1</sup>

**Origine militaire**

La logistique a avant tout une origine militaire. La logistique est née lors de toute la préparation en prévision d'une bataille, pour mettre à disposition les moyens de transport, les équipements ou encore tout ce qui concerne les données alimentaires. La logistique représente un pilier car c'est elle qui va déterminer la force résistance d'un pays. La logistique va permettre de mettre en place les forces armées au bon moment pour les opérations tactiques pour atteindre les objectifs fixés par les stratégies définies.

La logistique existe depuis des millénaires et elle est avant tout du domaine militaire.

---

<sup>1</sup> ALEXANDRE le Grand « stratégie logistique », dunod, paris, 2003, p133.

Cependant, selon les périodes de l'histoire, la logistique n'a pas connu les mêmes usages

Voici les grandes étapes de l'histoire :

#### **IV millénaire avant J-C**

Alexandre, Le Grand (356-323 avant Jésus-Christ), serait le précurseur de la logistique moderne. Son idée fut de donner à la logistique une place stratégique. Ce roi grec de Macédoine, est le premier à expliquer que la guerre nécessite avant tout une préparation importante ou pouvoir mener campagne dans les meilleures conditions envisageable. En effet, une guerre se prépare de façon rigoureuse et c'est cette dernière qui peut déterminer l'issue d'une bataille. Cet homme va ordonner à ses hommes de brûler les chariots contenant le matériel, les richesses ou encore les affaires personnelles afin d'aller plus vite. Alexandre Le Grand s'est rendu compte que tout ce matériel ralentissait considérablement les troupes. En brûlant tous ces éléments des troupes ce chef a voulu accélérer l'avancée de ses soldats et ainsi mieux surprendre ses ennemis<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> ALEXANDRE, op-cit,p134.

Nous trouvons ensuite des traces de ce qui peut s'apparenter à une fonction logistique entre le XIII<sup>ème</sup> et le XVIII<sup>ème</sup> siècle via le Génie Militaire qui avait pour but, l'organisation ainsi que la construction des défenses et infrastructures des villes.

### **XIX<sup>ème</sup> siècle**

Une des premières apparitions écrites intervient au XIX<sup>ème</sup> siècle où la logistique est définie comme l'art de combiner le transport, le ravitaillement et le logement des troupes. Elle fait l'objet d'un livre, « L'art de la guerre » écrit par le Général Jomini (Général d'empire au service de Napoléon Ier) où celui-ci souligne le lien étroit existant entre le bon déroulement des opérations militaires et la conduite d'une logistique efficace.

Les grandes évaluations technologiques de la révolution industrielle vont ne faire qu'accélérer le besoin d'avoir une gestion de flux efficace. Parallèlement à la logistique militaire, la « logistique civile » va commencer à se développer au fil des années (dans un premier temps grâce à la sous-traitance de certaines fonctions militaires à des entreprises du secteur public).

Le grand tournant de l'évolution de la logistique aura lieu durant la 2<sup>ème</sup> guerre mondiale. La guerre de 1939-1945 a constitué un tournant de la logistique militaire. La motorisation de la logistique des armées du Reich aussi que l'importance accordée à l'arme blindée. Allaient poser en termes quasiment modernes un certain nombre de problèmes logistiques. Pour la première fois dans l'histoire militaire, des forces considérables durent sans l'intervention des possibilités de soutien local à des milliers de kilomètres de leur bases.

Ce fut le cas des forces allemandes en union soviétique, de Rommel en Libye, des forces américaines un peu partout dans le monde. Il a fallu mettre en place de véritables chaînes logistiques à la fois routières, par voies ferrées, par bateaux voire même par avions dans un contexte d'une complexité<sup>3</sup>.

Dans les années 50, les spécialistes logistiques militaires démobilisés après la fin de la 2<sup>ème</sup> guerre mondiale tentèrent de transposer leur savoir-faire au monde de l'entreprise.

Cependant, du fait de la reconstruction, la recherche d'optimisations opérationnelles ne débuta que dans les années 60-70.

Dans les années 80-90 furent une phase de croissance où l'on passe à une logistique ayant pour but de coordonner les différentes fonctions de l'entreprise. On commence à assister à un découplage et la notion de transversalité fait son apparition, l'entreprise va ainsi passer dans une démarche de recherche de l'efficacité et de la maîtrise de ses coûts.

---

<sup>3</sup> YVES(P),MICHEL(F), « logistique production-distribution-soutien », édition Dunod, Paris, 2008, p69.

La fonction logistique a pris une importance telle qu'elle a donné lieu à l'apparition d'un métier à part entier ,et d'entreprise dont l'objet est justement et uniquement de réaliser les opérations qui appartient à la logistique ,pour le compte d client ,industrie ou distributeur ,dans le cadre d'un contrat de sous-traitance.

Face à une marche qui devient de plus en plus saturé et à clientèle dont les exigences évoluent de face importante, les entreprises vont entrer dans une phase de mutation logistique importante.

### **1.1.2. Définition de la logistique :**

La logistique consiste, pour une firme, à acheminer les produits (semi –finis, matière premières), de ses fournisseurs, vers les sites de production, une fois les produits sont fabriqués, les produits doivent parvenir jusqu'aux points de vente. Elle concerne donc toutes les opérations nécessaires à la mise à disposition des produits sur les lieux de vente depuis les lieux de production.

Beaucoup d'auteur souligne quelques définitions de la logistique, on a choisi les suivantes :

➤ Selon l'American Marketing Association en 1948 : « la logistique est un mouvement et manutention de marchandise du point de production au point de consommation ou d'utilisation »<sup>4</sup>

➤ « La logistique peut être définie comme l'ensemble des problématiques des méthodes et des activités qui concourent à la maîtrise et à la coordination des flux physiques, de services et d'informations, pour la satisfaction du client final, à partir du matière première, en minimisant les ressources utilisées »<sup>5</sup>.

➤ La logistique est : « l'ensemble des activités ayant pour but la mise en place, au moindre cout, d'une quantité de produit, à l'endroit et au moment où une demande existe. La logistique concerne donc toute les opérations déterminant les mouvement des produits tél que localisation des usines et des entrepôts d'approvisionnement ,gestion physique des encours de fabrication , emballage, stockage et gestion de stock, manutention et préparation des commandes ,transport et tournées de livraison . »<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> MEDAN(P),GRATACAP(A), « logistique et supply chaine management »,édition dunod ,paris,2008,p09.

<sup>5</sup> PHILIPPE(V), « la logistique :modèle et méthodes de pilotage des flux »,édition Economica ,paris,2001,p06.

<sup>6</sup> YVES(P),MICHEL(F),op.cit., p09.

## **1.2 Les activités de la logistique**

On peut dire que la logistique comprend principalement trois grandes activités, elle doit coordonner à l'amont ses approvisionnements avec ses fournisseurs, et en aval la distribution de ses produits sont à ses magasins .Une fois les produit sont distribués, c'est le magasin qui charge de les vendre aux clients finals. Ses activités sont reparties comme suite :<sup>7</sup>

### **1.2.1. Approvisionnement**

L'approvisionnement vise à parvenir aux besoins de l'entreprise, à ce qui est en relation avec les métiers premiers et à ses produits. Elle met en relation l'entreprise et les fournisseurs.

Parmi les éléments de l'approvisionnement, on peut les reparties comme suite :

- Découvrir et caractérisation du besoin
- Passation de commande
- Récupération de la commande
- Sélection de fournisseur
- L'envoi de la commande.

L'objet principal de l'activité d'approvisionnement est d'organiser les flux et le stockage des produits ou la marchandise achetée avec le maximum de sécurité.

### **1.2.2 Production**

La production consiste à produire les quantités produites suffisantes au moindre cout, avec la qualité maximum et en temps précis .Une bonne prévision des demandes des clients et l'amélioration des outils de production sont donc essentiel. L'optimisation des ressources de l'entreprise étant indispensable pour assurer sa pérennité, son développement, a fin de mieux répandre à cette exigence.

### **1.2.3 Distribution**

C'est l'activité la plus importante à la logistique car elle permet à l'entreprise de rejoindre ses clients, c'est elle qui assure le relai de l'approvisionnement, une fois les produit sont commandés, la distribution s'occupe de reste, c'est-à-dire que les produits soient envoyés aux bons magasins, en quantités suffisante et aux bon moments.

La distribution peut être effectuée de plusieurs possibilités :

- La distribution peut s'effectuer jusqu'au consommateur final.

---

<sup>7</sup> YVES(P),MICHEL(F),op.cite,p35.

-La distribution en gros ne livre pas généralement directement aux clients mais d'abord aux points de vente ou la marchandise est prêt pour la vente aux consommateurs finals.

### **1.3. Les enjeux de la logistique :**

La logistique constitué un enjeu majeur pour l'entreprise, et sa pérennité dépende de la maîtrise du processus logistique au niveau de l'entreprise ou à l'environnement extérieure.

Dans ce point, on trouve deux types d'enjeux : l'enjeu pour l'entreprise et l'enjeu de l'environnement de l'entreprise<sup>8</sup>

#### **1.3.1. Les enjeux pour l'entreprise :**

C'est tous ce qui concerne les taches internes de l'entreprise, parmi ces enjeux on trouve :

➤ **La croissance de l'entreprise :** Une logistique performante augmente la rentabilité et la flexibilité de l'entreprise.

➤ **La maîtrise des coûts:** pour une meilleure connaissance de l'environnement, des coûts du produit, depuis l'approvisionnement en matières premières jusqu'à l'après-vente.

➤ **Les possibilités d'externalisation de l'entreprise :** La logistique permet à l'entreprise de remettre certaines opérations comme le transport ou le stockage à des spécialistes, où avoir recours à des activités de Sous-traitance ou même de créer une ou plusieurs filiales spécialisées.

➤ **La standardisation des produits et processus de gestion :**

L'entreprise standardise certains composantes ou produits finis, définie des normes relatives aux quantités stockées et aussi fixe certaines procédures et des règles pour l'approvisionnement.

➤ **La diversification de l'entreprise :** La maîtrise de la chaine logistique permet à l'entreprise d'élargir la gamme de ses activités.

➤ **La flexibilité et l'adaptation de l'entreprise :** Grâce à une souplesse obtenue dans la distribution amont et aval, ainsi qu'une meilleure maîtrise de la gestion des transports et du stockage.

---

<sup>8</sup> [http://www.web-logistique.com/nouvelle\\_page..htm](http://www.web-logistique.com/nouvelle_page..htm) consulter le 01/05/2017 à 23h.

### 1.3.2. Les enjeux de l'environnement de l'entreprise :

La logistique influence d'une part, sur l'environnement local de l'entreprise c'est-à-dire le développement régional l'infrastructure routière et ferroviaire ; et, d'autre part, sur

L'environnement national de l'entreprise (politique des transports, recherche scientifique, progrès technique).<sup>9</sup>

➤ **Le secteur de transport :** Le développement de la logistique a généré des mutations et des restructurations chez les acteurs du secteur transport.

➤ **Le développement régional :** Les entreprises s'implantent plus dans les régions dotées de solide infrastructure. Cela contribue à leur essor économique et à leur développement.

➤ **Politique économique :** Etat et collectivité locale intensifient leurs interventions, exemple : amélioration des réseaux routiers pour désenclaver une région.

➤ **Environnement scientifique et technique :** La logistique favorise la généralisation de la robotique. Ils sont généralement liés au développement de l'information.

## Section 2 : La logistique au sein des entreprises

La logistique dans l'entreprise est née grâce au département marketing car c'est le premier qui a pris au compte les contraintes logistiques grâce au marketing mix.

Dans cette section, on va parler sur les objectifs de la logistique, le principe fonction et caractéristique de la logistique.

### 2-1. Les objectifs de la logistique :

Dans ce tableau, on va citer les différents objectifs de la logistique qui sont comme suit :

---

<sup>9</sup> [http://www.web-logistique.com/nouvelle\\_page..htm](http://www.web-logistique.com/nouvelle_page..htm) consulter le 01/05/2017 à 23h.

**Tableaux n°01 : Les objectifs de la logistique**

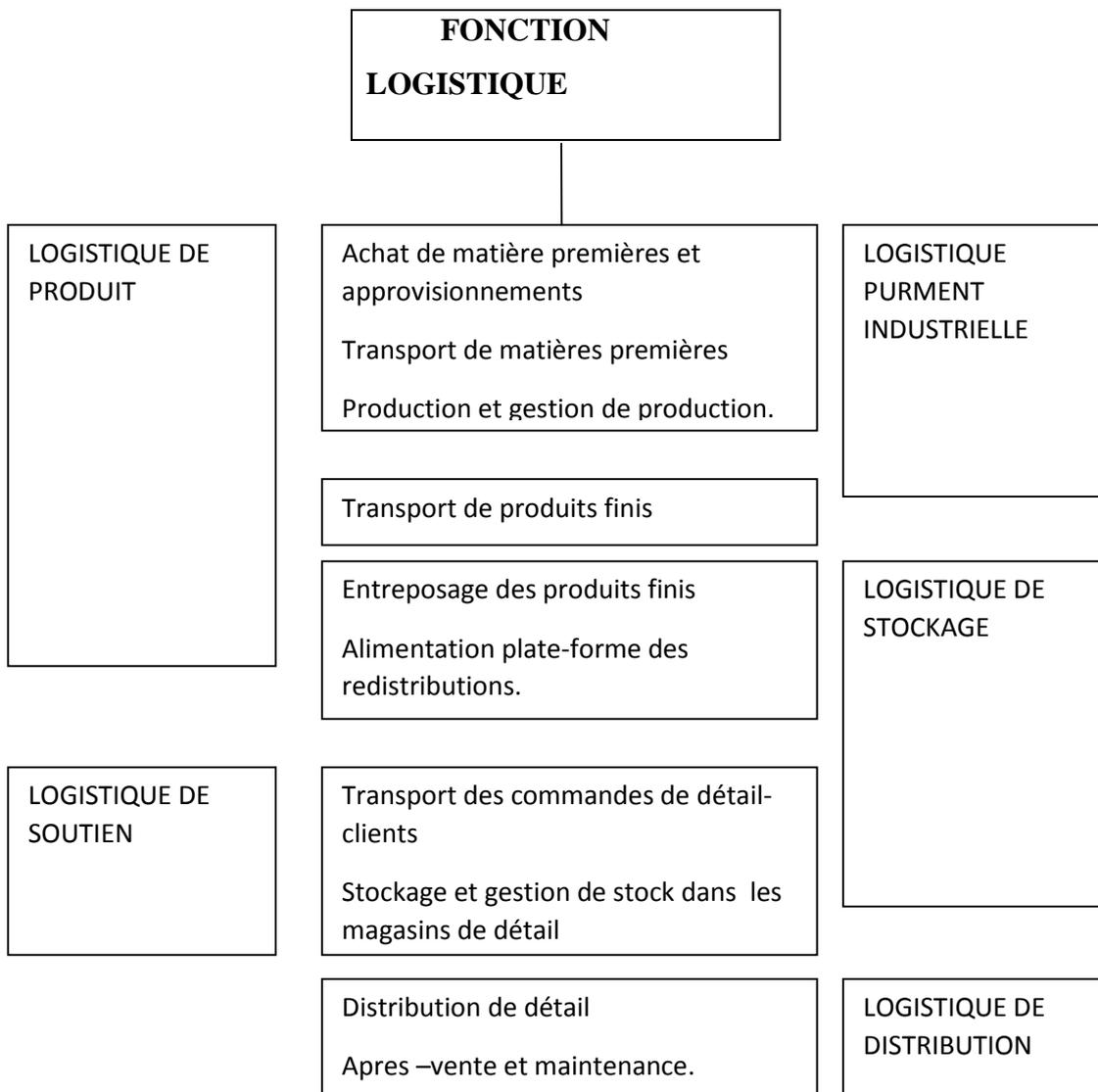
Les objectifs	La description
<b>Réponse rapide</b>	C'est une préoccupation par la capacité d'une entreprise à satisfaire les exigences du client en temps opportun. Au lieu de stocker les marchandises et la fourniture à la demande, les ordres sont exécutés sur la base de l'expédition à l'expédition. Ici, il contribue à reporter les opérations logistiques pour le plus tard possible, puis exécuter une livraison rapide en cas de besoin par le client.
<b>Minimiser les risques</b>	Tout événement imprévu qui perturbe le système. opération logistique est perturbée par des événements tel que des retards dans la réception de la commande, la perturbation dans l'industrie manufacturière, les biens endommagés à l'emplacement et à la livraison d'un client à un emplacement incorrecte, etc. Or, pour faire face à ses risques et de garder le stock de sécurité où ils sont choisis le transporter la marchandise à des coûts élevés mais cette pratique est très coûteuse et risquée donc l'entreprise à essayer de trouver d'autre moyen afin de minimiser les couts en exploitant différente technologie de la l'information(les logiciels)
<b>Mouvement de consolidation</b>	L'un des coûts logistiques les plus importants est le transport. Les couts de transport dépendent du type de produit, la taille de l'expédition et la distance. L'objectif est de regrouper la petite expédition qui crêt à réduire les coûts de transports.
<b>Amélioration de la qualité</b>	La logistique devra expédier le produit hors des locaux des clients et répéter la fonction logistique. Cela ajoute au cout et l'insatisfaction du client.
<b>Soutien de cycle de vie</b>	Elle signifie la logistique inverse et recyclage pour inclure la possibilité de service après-vente, les rappelés de produit et l'élimination du produit.

Source : [http : //www .objectifs logistique .net/cours.pdf](http://www.objectifslogistique.net/cours.pdf).

## 2.2. Les fonctions de la logistique

Ce schéma va nous montre les différentes fonctions de la logistique

**Figure n°1 : Schéma expliquant la fonction logistique dans une entreprise**



**Source :** <http://www.oeconomia.net/private/cours/fonctionachatlogistique.pdf>.

**2.3. Les types et les outils de la logistique :**

On peut distinguer différents types de la logistique dont : logistique d’approvisionnement, de production, de distribution, militaire, de soutien, les activités liées au service après-vente, de retours.<sup>10</sup>

<sup>10</sup>YVES(P),op.cite,p04.

**a) Logistique d'approvisionnement :**

Elle consiste à mener dans les usines et les produits de bases, qui sont nécessaire à la production, comme elle permet de répondre à des besoins de l'entreprise, cette type constituer la fonction ce fait plus en amont de la logistique ,les maties et les composants approvisionnées constituent 60% à 70% des couts de produits fabrique dans la majorité de l'entreprise .Réduire les couts d'approvisionnement contribue à réduire les couts de produits finis, et ainsi avoir plus de marge financière .les délais de livraison des fournisseur et la fiabilité de la distribution influe plus que le temps de production sur le niveau de stock ainsi sur la qualité de service de chaque fabriquant ,cette logistique implique :

- Gestion des achats, des commandes et du contrat avec des fournisseurs.
- Approvisionnement de la chaine de montage, des sites de fabrication par des différents éléments provenant du fournisseur, des sous traitante, des sites de production.
- Gestion des stocks en amont.
- Transport et opération de douane relative aux marchandises.

**b) Logistique de production :**

Elle sert à apporter et planifier des matériaux de production. Elle englobe tous les compétence qui détiennent les compétence de l'entreprise pour fabriquer ,développer ou transformer les matières premiers en produits fini ou service . Cette logistique implique :

- Gestion des flux de production en fonction des commandes et des produits disponibles.
- Lancement des commandes vers l'amont.
- Gestion des stocks de produit semi-finis.

**c) Logistique distribution :**

Elle consiste à distribuer les produits voulu à fin de satisfaire le consommateur final autrement dit la logistique de distribution est l'ensemble des activités qui ont pour objectif d'assure la mise à disposition dans les délais souhaités par le client et le consommateur final des référence ; quantité voulu de produit finis dans les meilleur conditions de couts .La réalisation de ce processus implique :

- La définition d'une politique de distribution (méthode de gestion des stocks de produit finis, délais de livraison, gestion du transport en aval, sous-traitance à des prestataires de services logistique.....)

**d) Logistique militaire :**

Elle vise à transporter sur un théâtre d'opération les forces, et tout ce qui est nécessaire à leur mise en œuvre opérationnelle et leur soutien.

**e) Logistique de soutien :**

Elle consiste à établir toutes les activités qui sont en relation avec la maintenance. On trouve dans cette catégorie, l'ensemble des activités pilotées par les services généraux de l'entreprise :

- Gestion des activités logistiques en contrat de sous-traitance.
- Gestion immobilière (location/entretien des bâtiments, villas, locaux de l'entreprise.
- Gestion du courrier et des prestations de télécommunications.

**f) Les activités liées aux services après-vente :**

On utilise ce type pour distinguer selon l'expression suivante « Management de service » le pilotage de ses activités.

**g) La logistique de retours :**

Elle se compose des produits que le client reprend afin de les réparer ou des produits qui n'ont pas envie d'acheter.

Le but principal de ce type de logistique c'est d'atteindre la haute performance de système mais aussi minimiser les coûts et une grande flexibilité pour faire face au changement du marché.

**Section 3 : La chaîne logistique :**

Au début des années 1990, une tendance élargissant de la logistique vers un concept plus ouvert : la *chaîne logistique* ou *supply chain*.

La chaîne logistique est le système qui permet à l'entreprise d'amener leur produit et leur service jusqu'au client.

Dans cette section, on va expliquer c'est quoi la chaîne logistique, puis les flux de la chaîne logistique et on va terminer par les caractéristiques et enjeux de la chaîne logistique.

### 3.1. Définition de la chaîne logistique

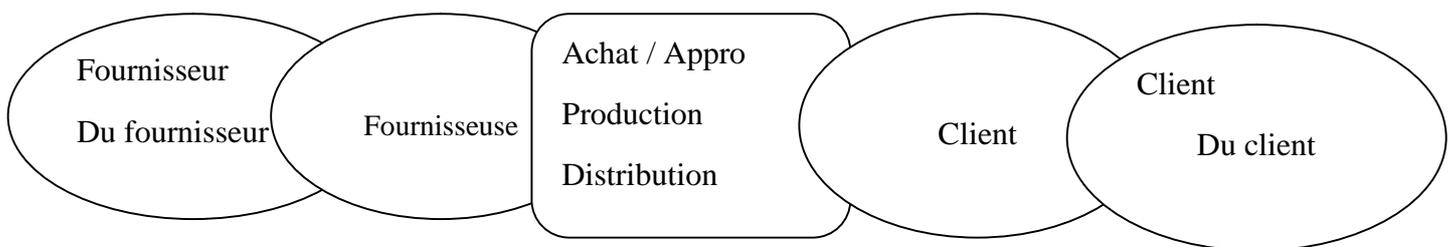
Beaucoup d’auteurs soulignent la difficulté de définir la supply chain management, voici quelques définitions :

La « supply chain » contient tous les activités associées au flux et à la transformation des biens, depuis les matières premières jusqu’au produit fini livré à l’utilisateur, ainsi que les flux d’information associées.

➤ En 2004, Lummus et Vokurka, définissent la supply Chain chaîne comme l’implications dans la livraison d’un produit depuis le stade de matière premières jusqu’au client final en incluant l’approvisionnement en matière première et produit semi-finis, la fabrication et l’assemblage, l’entreposage et suivi des stocks, la saisie et la gestion des ordres de fabrication, la distribution sur tous les canaux, la livraison au client et le système d’information permettant le suivi de toutes ces activités.<sup>11</sup>

➤ La délégation générale de la langue française, le 14 mai 2005, elle a donné la définition suivante « c’est l’ensemble des processus nécessaires pour fournir des produits ou des services ». On va bien expliquer cette définition par la figure N°3 suivante :

**Figure n°3 : Les processus de la chaîne logistique**



**Source:** Towill (D), supply chain management, Paris2007, P41.

➤ La chaîne logistique peut être considérée comme « les réseaux d’entreprise qui participent ,en amont et en aval ,aux différents processus de l’activités qui créés de la valeur sous formes de produit et de services apportés au consommateur final, autrement dit ,une

<sup>11</sup> FRANCOIS (J), « planification de la chaîne logistique », PDF, université bordeaux, 2007, p 01.

chaîne logistique est composée de plusieurs entreprises ,en amont (fourniture de matières et composants) et en aval (distribution ),et du client final ». <sup>12</sup>

D'après ces définitions, on peut dire que la chaîne logistique est les intervenants dans le processus de production, jusqu'aux consommateurs finals en amont (la distribution, la vente.....).

### **3.2. Les flux dans la chaîne logistique :**

Trois catégories de flux circulent entre les acteurs d'une chaîne logistique :

Flux d'informations, flux physiques et les flux financiers. Ces flux font généralement l'objet d'un contrat de partenariat stipulant les droits et les obligations de chaque partie contractante.

En effet, un contrat définit la relation de partenariat entre deux entreprises successives d'une chaîne logistique, précisant la nature des différents flux et les modalités de livraison qui doivent être engagées entre les partenaires <sup>13</sup>

- **Flux d'information :** le flux d'information représente l'ensemble des transferts ou échange données entre les différents acteurs de la chaîne logistique .Il s'agit en premier lieu de l'information commerciale, notamment les commandes passées entre clients et fournisseurs.

- **Flux physique :** Le flux physique est généralement considéré comme étant le plus lent des trois flux existant parce qu'il est constitué du mouvement des marchandises transportées eux-mêmes transformées depuis les matières premières jusqu'aux produits finis en passant par divers stades de produits semi finis .En conclusion, ce flux est le résultat de la mise en œuvre des diverses activités de manutention et transformation des produits soit leur état.

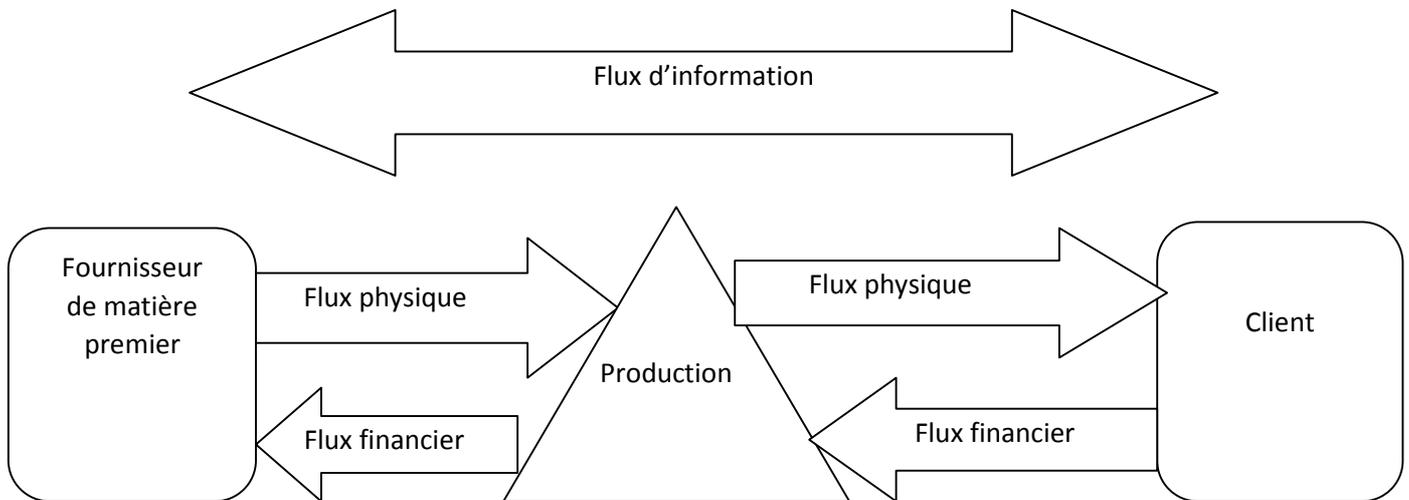
- **Flux financier :** Il concerne toutes les activités de la gestion monétaire dans une entreprise : vente des produits, achats de composants ou de matières premières et aussi de différents outils et équipements de production et tout ce qui concerne les activités location sans oublier le salaire des employés, les investissements lourds tel que la construction de nouveaux bâtiments et les lignes de fabrications.

---

<sup>12</sup> THIERRY (C) , « gestion de la Chain logistique »,édition bel ,Amérique,2002,p09

<sup>13</sup> <http://www.pentalog.fr/expertise-mitier/distribution-logistique.htm> consulta le 15/03/2017 à 14h30

Figure n 04 : Les flux de la chaine logistique



Source : MARZOUK Salah « la chaine logistique » édition 2007, paris, p14

### 3.3. Les enjeux et les outils de la chaine logistique

#### 3.3.1 : Les enjeux de la Chain logistique

Modèles traditionnels de la stratégie se sont complexifier avec le développement de la concurrence mondiale .D'une approche dichotomique de l'avantage concurrentiel :

Domination par les prix (ce qui inclut les couts) ou différenciation, nous somme rentre la zone des prix et de la différenciation .Il faut maintenant être « bon partout », dans tous les domaines prix, qualité, délais, flexibilité, niveau de servie.<sup>14</sup>

##### a) Les prix /couts :

La pression permanente sur les prix oblige les producteurs à améliorer leur productivité et à revoir leur organisation industrielle. Cette tendance les amenés à agir sur toutes les coutes qu'ils soient direct (main d'œuvre, machine,...etc.) ou indirect usine ou les frais généraux siège.

<sup>14</sup> GERARD(B), OLIVIER (B), ALAIN (G), MICHEL (G), « management industriel et logistique »,3eme Edition, paris, 2001, p439

**b) La qualité des produits :**

La qualité n'est plus vraiment un objectif dans la mesure où elle se présente comme un pré-requis pour pouvoir être compétitive. L'unité de mesure reflète bien le progrès réalisé dans ce domaine : du pour-cent le niveau de qualité et passé au « pour mille » puis plus récemment au *PPM* (pièce défectueuse par millions). Il s'agit pas de niveau de qualité à atteindre mais plus tout des coûts à parvenir.

**c) Délais :**

Comme son nom l'indique, c'est le temps qui s'écoule entre la demande du client et la réception de produit demandé. Dans les entreprises quel que soit (industrielle ou autre), pour l'utilisateur il le juge comme le temps entre la constatation du besoin et le moment où il peut commencer à l'utiliser. Cet écart intègre dans l'opération réalisée soit le fournisseur ou en interne. Pour le fournisseur (préparation de la commande, expédition, etc.) par contre les tâches internes (constatation des besoins, contact avec le service achats, passation de la commande, réception et contrôle).

**d) La flexibilité :**

La flexibilité ou capacité à réagir à des variations de la demande, se présente sous deux aspects : volume ou mix-produits. Le premier indique la capacité de l'entreprise à s'adapter aux variations de la demande en quantités par contre la seconde précise les délais nécessaires, lorsque l'on a prévu de fabriquer un produit donné, pour modifier son plan de fabrication, réorganiser son processus et passer à un autre article.

**e) Le niveau de service :**

Le niveau de service c'est la probabilité de satisfaire la demande dans un délai donné. C'est le concept se comparant aisément, son application pose quelque difficulté, en particulier dans le choix des variables. Faut-il en effet comparer les livraisons effectuées au nombre total de livraisons ou plus tôt choisir le nombre de la ligne de commande, les tonnes ou encore les chiffres d'affaire.

**f) Les risques :**

A l'heure où la technologie permet tout ou presque, on ne supporte plus le moindre risque (le retard, l'erreur, la panne, la faillite du fournisseur ...etc.) devient de plus en plus important. Le fonctionnement en juste à temps de bon nombre d'entreprises ne fait qu'accroître cette peur. Le niveau ou le coefficient de risque est alors devenu un des indicateurs à suivre,

pour l'entreprise elle-même, mais aussi pour la société cliente, dans le cadre de la sélection de l'audit de ses fournisseurs. On analyse ainsi successivement les risques potentiels externes provenant du marché, de la concurrence, des échanges, de la législation, etc., et les risques internes liés à l'organisation, la technologie utilisée, le niveau de la main d'œuvre, la gamme de produits et son renouvellement.

**g) Potentiel de progrès :**

Le potentiel reprend des éléments subjectifs et objectifs, permettant de juger des possibilités d'amélioration de la performance de l'entreprise : climat social, âge moyen du personnel, enseigné, organisation par ateliers technologique, communication dans l'entreprise .....

Après avoir optimisé leur différentes fonction séparément production puis distribution et plus récemment achats, les entreprises ont pris conscience que l'amélioration de leur performance passait nécessairement par l'intégration et la vision globale de leur processus. Le concept de logistique puis plus récemment de supply chain a permis d'atteindre ces objectifs.

Les jeux de la chaîne logistique sur la compétitivité des entreprises et sur le développement territorial.

➤ Outil de la compétitivité des entreprises :

- Accroître la productivité dans un univers fortement concurrentiel
- Améliorer et accélérer le service.
- Limiter les coûts et les délais de production.
- Répondre aux exigences des clients.
- Optimiser les processus et les trajets.
- Accentuer la collaboration entre les partenaires de la chaîne.
- Mutualiser l'organisation.
- Innover dans la gestion de la chaîne logistique pour tirer l'avantage concurrentiel.

➤ Outil de développement territorial :

- Attirer et retenir l'entreprise et le prestataire logistique.
- Réaliser les économies d'échelle grâce à la concentration d'activités.
- Contribuer à la création d'emploi dans une région.
- Mieux intégrer les opérations logistiques au milieu urbain
- Optimiser les flux de marchandise pour réduire les délais.

- Offrir des possibilités d'inter-modalité (ferroviaire, fluvial).

### **3.3.2. Les outils de la Chaîne logistique :**

La performance d'une entreprise dépend des systèmes de gestion, cependant plusieurs systèmes mise en point à fin d'éclairer la prise de décision, cette partie s'intéresse aux concepts les plus répandus qui sont : MRP, ERP, APS.<sup>15</sup>

#### ➤ **Les MRP(Material Resource Planning) :**

Ce logiciel a pour but de mettre en place les outils informatiques avec le système de différents partenaires il permet d'échanger les données commerciales (passée les commande,...etc.), et comptables.

Le commerce électronique est très simple et rapide, il permet de gagner de temps.

#### ➤ **Les ERP (Entreprise Ressource Planning) :**

Se sont des systèmes d'information qui intègrent les différentes fonctions de l'entreprise comme la vente, prospection et devise, production...etc.).

Il prend compte les transactions (commande..) et l'exécution de transaction (suivi), ce système permet à l'utilisateur l'accès à tous les informations pour mieux traiter les demandes des clients.

#### ➤ **Les APS(Advanced Planning and Scheduling):**

Ce system permet de planifier à l'avance l'ensemble des flux de l'entreprise, et il est couplée avec le système ERP, il permet d'anticiper les demandes des clients et des productions associer.

### **Conclusion**

Pour conclure, la logistique est très importante pour l'entreprise, elle assure un rôle essentiel pour le producteur et consommateurs à travers la différente fonction qu'elle accomplit.

Pour que se rôle soit le mieux adaptée aux objectifs de l'entreprise, elle doit assurer son choix en ce qui concerne les intermédiaires, elle ne doit pas perdre le contrôle de ses produits, et cela se fait par une gestion efficace des relations avec les différents intermédiaires.

---

<sup>15</sup> MENTZER (J) « defining the supply chain management » volume 2, London, 2001, p72.

# **CHAPITRE II**

---

**La politique de distribution et son organisation.**

---

---

## **Partie pratique**

---

**Introduction**

La distribution est l'acheminement des produits du lieu de production jusqu'à lieu de consommation, c'est une étape importante pour mettre les produits à la disposition des clients finals, autrement dit, la distribution est devenue une fonction fondamentale de commerce.

Cette fonction englobe les acteurs de circuit et canaux que nous allons aborder dans ce chapitre.

On divise le chapitre en trois sections, dans la première, on parlera sur la généralité de la distribution, la deuxième sur l'organisation de la distribution et la dernière est consacrée à la différence entre la distribution et la logistique.

**Section I : Généralité sur la distribution**

Distribuer, c'est de mettre à la disposition de la clientèle, des biens et services .Et cela selon certains points à savoir ; qualité exigée, la quantité voulue et aux moindres coûts.

A travers cette section qui se porte sur la généralité de la distribution, on va montrer la définition de la logistique et son rôle, ensuite, les fonctions de la distribution pour terminer cette section on va parler sur les stratégies de la logistique

**1.1 Définition et le rôle de la distribution****1.1.1 Définition de la distribution**

Il existe plusieurs définitions de la distribution, parmi ces définitions, on trouve :

« C'est l'ensemble des activités réalisées par le fabricant avec ou sans le concours d'autres institutions, à partir du moment où les produits sont finis jusqu'à ce qu'ils soient en possession du consommateur final et prêt à être consommés au lieu, au moment, sous les formes et dans les quantités correspondant aux besoins des utilisateurs »<sup>1</sup>.

« La distribution consiste à remplir les fonctions qui font passer le produit de son état de production à son état de consommation »<sup>2</sup>

« La distribution est l'ensemble des activités qui s'exercent depuis le moment où le produit, sous sa forme d'utilisation, entre dans le magasin commercial du producteur ou du dernier transformateur, jusqu'au moment où le consommateur en prend possession. »<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> KOTLER et DUBOIS, « Marketing Management », 9ème édition, paris2001, P501.

<sup>2</sup> Chabot, Stéphane « commerce, distribution, force de vente », documentation française, paris1997, P11.

<sup>3</sup>Ibid. P 501.

Ainsi, nous pouvons constater que la distribution est l'acheminement du produit de son lieu de fabrication jusqu'au consommateur final afin de répondre à ses besoins.

### **1.1.2 Le rôle de la distribution :**

Le rôle de la distribution consiste à rapprocher et à ajuster l'offre et la demande, dans des conditions où chacun des partenaires trouve son compte.

Elle permet aux consommateurs de se procurer aisément les biens dont ils ont besoin, avec un choix suffisant, tout en évitant de se déplacer trop loin.

La distribution consiste donc en la production de services, matériels pour certains (le transport par exemple), immatériels, pour d'autres (la constitution d'un bon assortiment par exemple)

## **1.2. Les fonctions et les formes de la distribution**

### **1.2.1 Les fonction de la distribution**

Ce sont des fonctions qui assurent toutes les relations entre le producteur ou le fabricant et le consommateur. On peut les citer comme suit<sup>4</sup> :

#### **a) Les fonctions logistiques :**

La logistique commerciale regroupe l'ensemble des activités effectuées par une entreprise qui permettent de gérer de façons rentable le mouvement des produits depuis leur stade d'élaboration jusqu'à leur stade d'utilisation et elle est composée par :

- **Le transport** : Comme il est évident qu'on ne peut installer une usine à proximité de chaque client ou demander à tous les clients de se rendre à la fabrique, le transport de marchandise se dresse comme la tâche la plus essentielle de la distribution

-**Le stockage** : C'est le fait de mettre des marchandises dans un lieu en attendant leur prochaine utilisation. Il permet de réguler le flux de production et le flux de consommateur. Une bonne politique de gestion de stocks permet à la distribution d'éviter les ruptures de stock, de fidéliser la clientèle et de faire des spéculations.

-**La Manutention** : C'est l'ensemble des activités qui consistent à la manipulation du produit à savoir l'emballage, le rangement...

---

<sup>4</sup> LENDREVIE (J), LEVY (J), LINDON(D), « Mercator », Edition dilloz, paris, 2003, p400.

**b) La fonction commerciale**

Cette fonction intègre toutes les activités d'avant et d'après –vente, c'est-à-dire, la prise de commande, négociations achat-vente et la communication. Elle est composée de :

**-La Négociation** : Il s'agit pour l'entreprise de chercher les clients potentiels (prospection), la démarche en vue de les conserver.

**-La prise de commande** : Elle consiste pour un client de passer une commande auprès de son fournisseur. Le client émet un bon de commande ou fait un appel d'offre. Si les deux partenaires tombent d'accord sur les conditions générales des ventes alors la livraison peut être effectuée.

**-La communication** : La distribution est un moyen de communication, cela se traduit par l'affichage des prix, le packaging, le merchandising, le conseil des vendeurs sur les points de vente, les publicités et promotion sur les lieux de vente.

**c) La fonction de gros**

Elle consiste à acheter les marchandises aux producteurs ou aux importateurs, les stockées et les revendre aux détaillants. Elle englobe l'élément suivant :

- l'importance de la fonction de stockage,
- le caractère sous régional de l'entreprise,
- la spécialisation de l'entreprise par clientèle ou par produit.

Son rôle est de constituer un trait d'union entre le producteur ou l'importateur et les détaillants, acheter régulièrement et en grande quantités, assurer pour le détaillant un rôle de centralisateur de marchandise et de stockage.

**d) La fonction de détail**

La fonction de détail consiste à s'approvisionner en marchandise pour les revendre au détail au consommateur final. Cette fonction offre la proximité de l'alimentation au client, dès leur ouverture plus large, un assortiment des produits de premier nécessité et la vente au micro détail.

### 1.2.2 Les formes de la distribution

Les différentes formes de distribution sont<sup>5</sup> :

#### A)-Le commerce indépendant :

C'est la forme de commerce dans laquelle les fonctions de gros et de détails sont remplies par des entreprises différentes.

Le commerce indépendant se compose de grossistes et de détaillants de façon isolée :

- **Le commerce indépendant de gros** : Les grossistes sont des intermédiaires de commerce achetant la marchandise directement au fabricant pour la revendre aux autres grossistes ou aux détaillants.

Le commerce indépendant de gros présente plusieurs atouts qui sont la spécialisation, l'offre de services complémentaires (crédit, conseil...) ; mais leur survie est menacée car ils subissent :

- ✓ En amont, l'attaque des producteurs qui cherchent à contrôler leur canaux de distribution.

- ✓ En aval, les détaillants qui s'organisent en coopératives (centrale d'achat).

- **Le commerce indépendant de détail** : Ce sont des intermédiaires qui achètent leurs marchandises chez des grossistes ou fabricants pour les revendre aux consommateurs finals.

Ce sont des structures souples et flexibles, en offrant plusieurs avantages de proximité, d'heures d'ouverture plus larges, un assortiment de produits de première nécessité...Cependant, ils ne disposent pas d'assez de moyens financiers et sont moins compétitifs que les autres formes de commerce.

#### B)- Commerce intégré (concentré) :

C'est la forme de commerce dans laquelle les fonctions de gros et de détail sont remplies par une seule organisation qui intervient donc directement entre le producteur et le consommateur

Ce commerce comporte à la fois des entreprises privées et des sociétés coopératives.

- **Les grands magasins** : C'est un ensemble formé par un ou plusieurs point (s) de vente de vastes dimensions non spécialisés, le plus souvent implanté en centre-ville, et une centrale d'achat, offre un très large assortiment et un niveau de service élevé. Ces grands magasins

---

<sup>5</sup> LENDREVIE (J), LEVY (J), LINDON(D), op. Cite, p376.

supportent des coûts importants liés à leur localisation urbaine et à l'importance de leur frais de personnel.

**N.B :** La Central d'achat est un organisme ayant pour objet de centralisé les commande d'un certain nombre de magasins et d'effectuer les achats directement auprès des fabricants aux meilleures conditions.

• **Les magasins populaires :** C'est un ensemble formé de point de vente de surface moyenne, vendant un assortiment réduit d'article à forte rotation, et une centrale d'achat .Elles sont fondées sur le libre-service.

• **Les maisons à succursales multiple (ou succursaliste) :** C'est un ensemble fondé par un grands nombre de petits points de vente urbains, à dominante alimentaire, et une centrale d'achat.

• **Les grandes surfaces et les discounters :** C'est un ensemble de sociétés qui cherchent à proposer des prix réduits en rationalisant par tous les moyens possibles les méthodes de distribution. Elles offrent un assortiment de forte rotation, souvent implantés à la périphérie des villes de façon à construire de vastes parkings à peu de frais.

• **Les magasins d'usines :** C'est un magasin présentant des produits directement issus des fabricants, souvent dégriffés, à des prix discount, c'est à dire à des prix bas.

### **C)-Le commerce associé :**

C'est une forme de commerce intermédiaire entre le commerce intégré et le commerce indépendant .Il se compose d'entreprises qui coordonnent, sans cependant les fondre totalement au sein d'une même organisation, les fonctions de gros et de détail. Il existe quatre formes de commerce associé :

• **Les groupements de grossistes :** C'est une association regroupant des grossistes qui s'entendent pour effectuer en commun leurs achats auprès des fabricants.

• **Les groupements de détaillants** : C'est un organisme réunissant des détaillants dans le but d'acheter ensemble afin de bénéficier de prix inférieurs et d'harmoniser les méthodes commerciales.

• **Les chaînes volontaires** : Il s'agit d'une association verticale ; où un ou plusieurs grossistes vont sélectionner parmi leurs clients (détaillants), en vue d'organiser en commun leurs achats et leurs ventes et d'adopter en conséquence la gestion des entreprises associées toute en respectant l'indépendance financière et juridique de chacune d'elles.

Dans la chaîne volontaire c'est le grossiste qui est l'élément central, c'est lui qui choisit les détaillants et il est appelé « tête de chaîne ».

• **La franchise** : c'est une collaboration continue où un franchiseur accorde à un franchisé une licence lui donnant le droit d'exercer une activité de vente de produit ou service sous sa raison sociale ou sa marque et de bénéficier d'une assistance, en contrepartie d'une redevance. Le franchiseur bénéficie d'un système de distribution sans avoir à investir, et le franchisé tire parti de l'image d'une marque, d'une assistance et d'une expérience en matière de gestion et d'exploitation commerciale.

Avec l'apparition et l'évolution des nouvelles technologies d'information et de communication, une nouvelle forme de commerce est née.

#### **D) Le commerce sur internet :**

C'est la vente sur internet ; il regroupe trois grandes catégories de nouveaux intermédiaires à savoir

• **La désintermédiation et la vente directe** : Une des révolutions les plus importantes d'Internet est de permettre la vente directe entre un producteur et un acheteur sans l'intervention des intermédiaires malgré la distance entre eux.

La désintermédiation implique une perte de contact physique.

• **L'info médiation** : C'est au client que revient la charge de recherche et de la sélection des produits sur internet, d'où vient le rôle important des intermédiaires appelés « infomédiaires » autour de la gestion d'information , pour lui faciliter la tâche en lui fournissant une information pertinente et non biaisée sur l'achat dans un temps minime.

✓ **Le ré-intermédiation** : Les intermédiaires de la distribution traditionnelle sont substitués « en line » par des ré-intermédiaires qui mettent en contact des acheteurs et des vendeurs. Généralement, sont payés à la commission et prennent trois formes.

✓ **Les courtiers d'échange en ligne** : Ils ne représentent aucune des deux parties, ni le producteur ni l'acheteur, ils ne prennent pas le titre de propriété des biens échangés.

✓ **Les agents en ligne** : Ils sont similaires aux courtiers, à la différence près qu'ils prennent explicitement le côté soit producteur soit acheteur.

✓ **Les (d) é-tailants** : Ce sont des intermédiaires qui achètent des produits et les revendent en ligne exactement comme les détaillants hors ligne. Ils prennent à leur compte la propriété des biens échangés.

### 2.3. Les stratégies de distribution

Les stratégies de distribution se divisent selon deux critères<sup>6</sup> :

#### 2.3.1 .Selon l'espace géographique :

Il existe trois stratégies de distribution en ce qui concerne l'espace géographique qui sont : ouverte, exclusive, et sélective.

##### a) **La distribution ouverte :**

La distribution ouverte dite également intensive ou distribution de masse, consiste à vendre les produits dans le plus grand nombre possible des points de vente, quelle que soit leur forme et dans toute la région du pays. Cette stratégie convient à tous les biens banals (consommation courante, prix bas....etc.), et se caractérise par ce qui suit :

-La présence très large via divers canaux et maximum de contacts

-pour les produits de grande consommation

-peu de contrôle direct, dépendance vis-à-vis des distributeurs.

« Cette stratégie consiste à distribuer un produit dans le plus grand nombre de points de vente possible »<sup>7</sup>

<sup>6</sup> DUBOIS(P), JOLBERT(A) « le marketing fondement et pratique », Edition economica, paris, 1999, p50.

<sup>7</sup> CLAUDE Demeure, aide-mémoire en marketing, édition dinord, 6eme édition, paris2008, p.211.

**b) La distribution exclusive et le franchisage (franchising)****b.1) La distribution exclusive**

Elle consiste à confier le produit de la vente à un seul ou à un très petit nombre de distributeur.

« La distribution exclusive a pour objectif de réserver la distribution à quelque points de ventes spécialisés, pour conserver un millier de contrôle des intermédiaires et garder au produit une image de prestige <sup>8</sup>

**b-2) La franchise :**

On peut définir la franchise comme étant un système marketing vertical contractuel qui organise la distribution de bien et de services. C'est un accord par contrat ou l'entreprise appelée franchisé, concède (accorder /octroyer) à une autre le droit d'exploiter un commerce dans un territoire délimité selon des nombres définies et une enseigne ou une marque donnée. Cette formule présente un double intérêt.

**c) La distribution sélective :**

Entre la distribution intensive et la distribution exclusive, on trouve une série de formules intermédiaires que l'on regroupe sous le nom de distribution sélective. Ce mode de distribution est utilisé aussi bien par des entreprises déjà implantées que par de nouvelles firmes cherchant à attirer des intermédiaires.

En opérant une certaine sélectivité dans sa distribution, le fabricant évite de disperser son effort entre de nombreux points de vente, dont certains seraient marginaux.

En général, une distribution sélective permet à un fabricant d'obtenir une couverture satisfaisante du marché et un bon contrôle de son réseau à un cout inférieur à celui d'une distribution intensive<sup>9</sup>

**2.3.2 Selon la clientèle :**

C'est tous ce qui pousse les produits vers le consommateur, il existe trois stratégies qui sont, la stratégie pull, push et la dernière c'est la stratégie mixte<sup>10</sup>.

---

<sup>8</sup> VENDECAMEN(M), JOSPINT-PERNT (N), « La distribution »édition dunord, 6eme édition, paris2005, p.320.

<sup>9</sup> KOTLER et DUBOIS,op.cit.p.547.

**a) La stratégie pull :**

Cette stratégie consiste à faire tirer le produit vers le bas du canal par la demande des consommateurs, elle repose essentiellement sur la communication en générale et la publicité en particulier pour développer chez le consommateur final une préférence pour la marque, ainsi la demande l'exprimera auprès des points de vente. On fait alors l'hypothèse que le distributeur acceptera de vendre un produit s'il est convaincu que la masse du budget publicitaire dégagée par le producteur est de nature à stimuler la demande.

L'objectif sera atteint à partir du moment où les consommateurs se rendent au point de vente et exigent la marque qui sera alors commandée par le détaillant ou grossiste et par le grossiste ou producteur.

**b) La stratégie push**

C'est une stratégie qui pousse les produits de l'entreprise vers le consommateur grâce aux intermédiaires, pour ce faire, la politique de communication de l'entreprise est orientée vers les distributeurs, vont solliciter leur appui en les intéressant par des conditions de vente « alléchante » (réduction ; marges ; remises ; de fin d'année...), le distributeur devient ainsi l'agent promotionnel du fabricant.

Cependant cette stratégie va inciter le distributeur à collaborer volontairement avec le fabriquant.

L'inconvénient de cette stratégie est que le distributeur risque de devenir l'agent incontournable de l'entreprise, empiéter sur l'espace décisionnel de l'entreprise.

**c) La stratégie mixte**

C'est la combinaison des deux premières stratégies push et pull, parce que très souvent, les firmes n'appliquant pas globalement soit l'une ou l'autre des deux stratégies, par cette approche elles évitent de s'attirer l'animosité des distributeurs et elles atténuent le poids décisionnel de ce dernier.

---

<sup>10</sup> DUBOIS(p),JOLBERT(A), « le marketing fondement et pratique »,édition economica,paris1999,p.50.

## Section 02 : Organisation de la distribution

Le circuit de distribution est le chemin qui parcourt le produit pour arriver aux consommateurs finals. Par contre le canal est un composant de circuit de distribution, elle sert à présenter une catégorie de l'intermédiaire qui participe à la distribution des produits

On va d'abord parler sur tous ce qui concerne les circuits de distribution, ensuite les intermédiaires, enfin on va terminer par les canaux de distribution.

### 2.1. La définition et types du circuit de distribution

#### 2.2.1. La définition de circuit de distribution

« On appelle *circuit de distribution* le chemin suivi par un bien ou un service, pour aller du stade de la production à celui de la consommation »<sup>11</sup>.

« C'est l'ensemble des intervenants qui prennent en charge les activités de distribution, c'est-à-dire, les activités qui font passer un produit de son état de production à son état de consommation »<sup>12</sup>.

Ainsi, nous pouvons décrire un circuit de distribution comme étant l'ensemble des organisations indépendantes qui assument les fonctions nécessaires au transfert des produits du producteur au consommateur, au moment, au lieu et en quantités suffisantes.

Le circuit de distribution est l'ensemble des canaux constitués par une catégorie d'intermédiaires du même type.

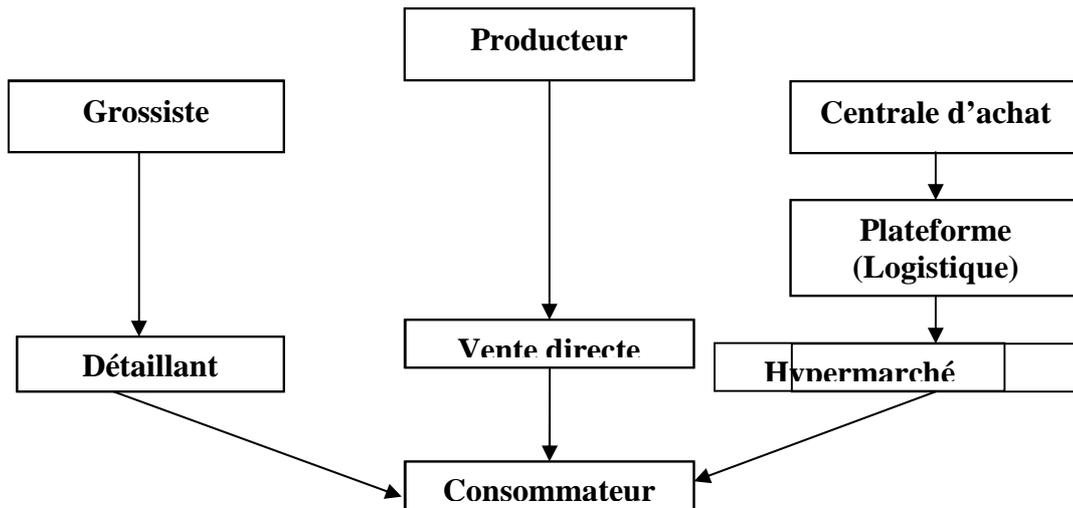
Ce schéma nous montre différents acteurs d'un circuit de distribution

---

<sup>11</sup> Jendrevie, Lindon, Lévy, op.cite.p.399.

<sup>12</sup> KOTLER et DUBOIS, op.cit.p.497

Figure n°4 : Exemple de circuit de distribution.



Source :Lendrevie, Lévy, Lindon,, op.cit,p.400.

### 2.2.2 Les types de circuits de distribution

Tout circuit de distribution peut être caractérisé par sa longueur, c'est-à-dire, le nombre de niveaux qu'il comporte, correspondant aux différents partenaires par lesquels le produit transite<sup>13</sup>.

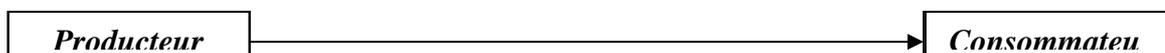
On a trois types de circuit de distribution qui sont comme suite :

#### a) Le circuit ultra court

Le circuit ultra court se caractérise par l'absence de tout intermédiaire entre le producteur et le consommateur. Il s'agit d'une distribution directe ; par exemple : les ventes par représentants de porte à porte, les ventes par distributeurs automatiques...

Ce schéma nous montre que le circuit ultra court qui se caractérise comme suit :

Figure n°5 : Illustration d'un circuit de distribution « *ultra court* »



Source :MARIN(S),VEDRINE(J-P), « marketing les concepts clés »,Edition chihab, paris 1996, p.119.

<sup>13</sup> VEDERCAMEN(M),JOSPIN-pernet,op.cite,p28.

**b) Le circuit court :**

Un seul intermédiaire se trouve entre le producteur et le consommateur ; c'est une distribution semi directe. Pour les produits de grande consommation, cet intermédiaire est le plus souvent, le détaillant.

Le circuit court se caractérise par l'intervention d'un seul intermédiaire entre le producteur et le consommateur comme le montre le schéma suivant :

**Figure n°6 : Illustration du circuit « court »**



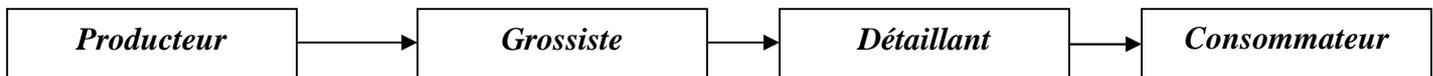
Source :JEAN Pierre Helfer et jaques Orsoni, « Marketing »,11eme édition, France 2009,p.306.

**c) Le circuit long :**

Le circuit de distribution long comporte deux intermédiaires ou plus, entre le producteur et le consommateur final. C'est une distribution indirecte.

Ce schéma nous montre le circuit long :

**Figure n°7 : Illustration du circuit « long »**



Source : JEAN Pierre Helfer et jaquesOrsoni, op.cit., p.306.

L'objectif d'un circuit de distribution se détermine à partir du niveau de service souhaité par le client et selon les attentes et le segment du marché(le choix, délai, crédit, livraison...)

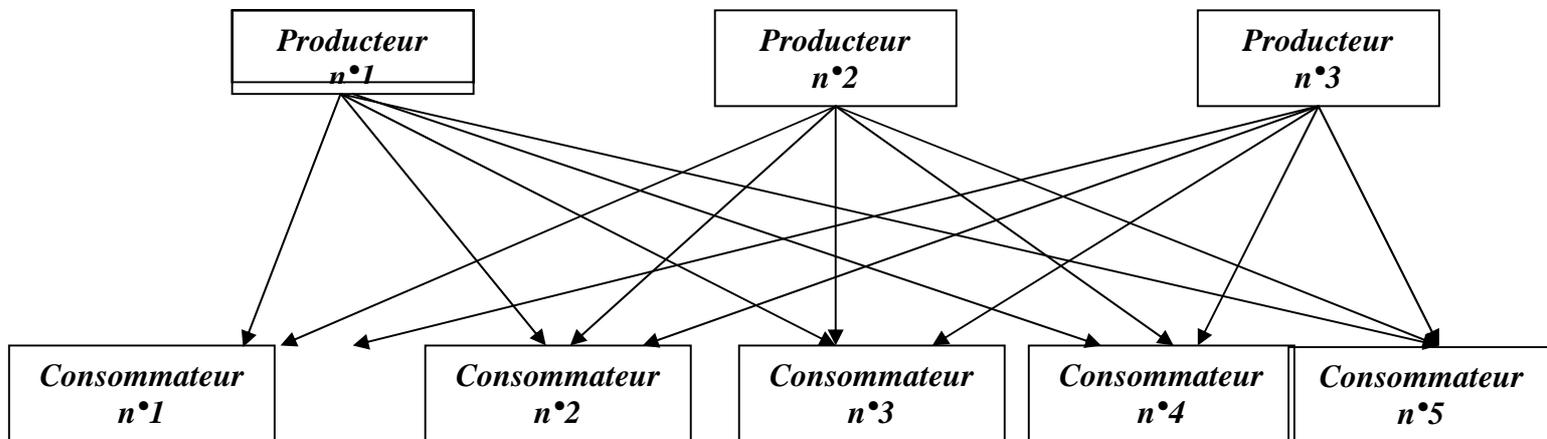
**2.3. Les intermédiaires**

Toutes les fonctions remplies par le distributeur devront être exercées soit par le producteur seul en cas de distribution directe ou semi directe, soit avec l'aide d'un ou de plusieurs intermédiaires.

**2.3.1. Le rôle des intermédiaires**

Le recours aux intermédiaires se justifie d'abord par leur plus grande efficacité dans l'accomplissement de certaines fonctions. Ils ont aussi pour rôle dans un circuit de distribution, la réduction du nombre de transactions comme l'illustre les schémas : n°5 et n°6.

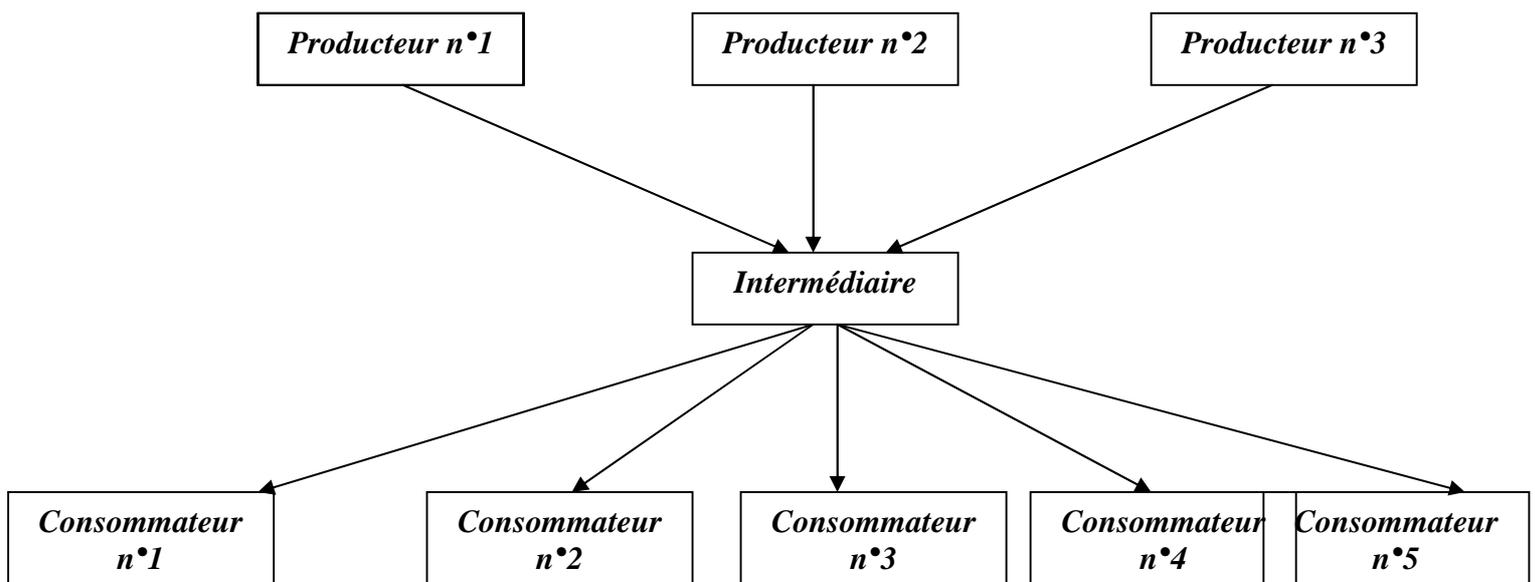
Figure n° 8: Liens commerciaux entre trois producteurs et cinq consommateurs.



Source : M.Vendercamen, N.Jospin-Pernet, « La distribution », édition Berti, 2<sup>ème</sup> édition, Paris 2005, p.29

D'après le schéma n° 08, on observe que dans le cas d'une distribution où évoluent trois producteurs et cinq consommateurs, s'il n'y a pas d'intermédiaires, il faut établir quinze contacts.

Figure n°9: Liens commerciaux entre trois producteurs et cinq consommateurs via un intermédiaire.



Source : M. Vendercamen, N.Jospin-Pernet, op.cite, p.30.

Dans ce cas, la présence d'un intermédiaire fait que le nombre de contacts entre les producteurs et les consommateurs ne dépasse pas huit, ce qui permet d'économiser le temps et l'argent.

En conclusion, la présence d'intermédiaires, réduit le nombre de contacts entre le producteur et le consommateur final.

### **3.3. Les canaux de distribution**

#### **3.3.1. La définition d'un canal de distribution**

Un canal de distribution « un format, ou une formule de distribution) est constitué par une catégorie d'intermédiaires de même type (par exemple vente par correspondance, supermarché, grand magasin... »<sup>14</sup>.

Ainsi un canal de distribution c'est un groupe d'agents présentant des caractéristiques juridiques et commerciales identiques et distribuant un assortiment de produit de même nature ou complémentaires<sup>15</sup>.

#### **3.3.2. Le rôle des canaux de distribution**

Comme on la indiqué dans la définition ; le canal de distribution est l'ensemble des intermédiaires qui interviennent pour amener le produit du producteur au consommateur final, Le recours à ces intermédiaires, souvent inévitable, présente en réalité de nombreux avantages<sup>16</sup> :

- La plupart des fabricants ne dispose pas des ressources suffisantes pour se lancer dans la vente directe.
- Une stratégie de vente directe impliquerait pour de nombreux producteurs de devenir eux-mêmes distributeurs de produits complémentaires destinés au même marché.
- Même les fabricants qui disposent du capital nécessaire à l'implantation de points de vente découvrent souvent qu'il est plus rentable d'accroître leurs investissements dans d'autres domaines.

---

<sup>14</sup> LENDREVIE, Levy, lindon, op.cit.p.371

<sup>15</sup> ERIC Vernet, « l'essentiel du marketing », 2eme édition, paris 2001, p.341.

<sup>16</sup> Kotler & Dubois, op.cit. p 538.

- Le recours à des intermédiaires se justifie par leur grande efficacité dans l'accomplissement de certaines fonctions, de leur spécialisation, leurs contacts et leur niveau d'activité<sup>17</sup>.

### **3.3.3. La longueur des canaux de distribution**

La plus ou moins grande dimension d'un canal, déterminée à partir du nombre d'intermédiaires s'intercalant entre le producteur et l'acheteur, permet de distinguer les canaux suivants<sup>18</sup>:

#### **-Les canaux longs**

Ils comprennent plusieurs intermédiaires et sont représentés dans presque tous les secteurs d'activité. Ce type de canal permet une couverture géographique dense, une régulation des ventes grâce au stockage assuré par les intermédiaires. Cependant, ces derniers constituent un écran avec le marché et la cible. Le producteur est très dépendant des grossistes ou de la centrale d'achat, aussi bien en termes de référencement du produit que niveau de prix.

#### **-Les canaux courts**

Ils ne comprennent qu'un intermédiaire. Dans les marchés de biens de consommations, il s'agit le plus souvent du détaillant. Dans les marchés de produits industriels, il peut s'agir d'un courtier, d'un agent ou d'un grossiste.

#### **-Les canaux ultras courts ou directs**

Dans les canaux directs, il n'y a pas d'intermédiaire entre le producteur et le consommateur. Ce type de canal concerne particulièrement la vente de biens industriels. Le nombre de clients est beaucoup plus limité ; les compétences technologiques requises pour la livraison, l'installation des équipements nécessite que ces fonctions soient remplies par le fabricant lui-même.

---

<sup>17</sup> PASCO-BERHO, « marketing international », donord, 4eme édition, paris 2002, p.193-194.

<sup>18</sup> Kotler (P) et Dubois (B), Op.cit, p.788.

**Section 3 : La relation de la logistique et distribution**

La logistique de distribution joue un rôle important dans le domaine de la logistique et de la distribution, en ce qui accompagne le produit (l'emballage, l'entreposage....etc.) jusqu'au client.

Dans cette section, on va parler sur la relation entre la logistique et la distribution (la logistique de distribution), on a devisé cette section en trois éléments dont le premier va expliquer la logistique de distribution, le deuxième va parler sur les missions de la logistique de distribution, et pour terminer, le dernier va parler sur l'efficacité de la logistique de distribution.

**3.1. La définition de la logistique de distribution :**

C'est l'ensemble des activités interconnecter ayant pour mission de transfert physique des produits finis de l'industrie vers ses clients, son objet est de distribuer les produits voulu par les clients aux bons endroits au moment souhaiter, en quantités suffisantes au moindre cout. Parmi ces activités, on trouve « transport, l'entreposage, manutention, l'emballage de production et le contrôle » mais aussi la logistique s'intéresse au flux d'information<sup>19</sup>.

**3.2. Les mission et les activités de la logistique de distribution :**

La logistique de distribution permet la maitrise de la chaine logistique de distribution ainsi l'acheminement de la marchandise et planifier le déroulement des opérations, parmi les charges de la logistique de distribution, on trouve<sup>20</sup> :

- L'organisation des livraisons des commandes client de porte à porte du fabricant ou distributeur (B to B) ou de distributeur au consommateur (BtoC) et l'inverse.
- La détermination du réseau de distribution(le choix des entrepôts de prélèvement le choix de moyenne de transport, organisation des opérations de transport....)
- La sécurité des colis acheminé (le choix des emballages adéquate à protéger les marchandises à la cour de Transfer, surveillance des opérations de chargement, déchargement, des actions de la marchandise sur les véhicules de transport.
- L'organisation des opérations de transport et de livraison, avec le Soussi d'assurais une utilisation optimale des véhicules.

---

<sup>19</sup> <http://logistique> et distribution.fr/les émission de la logistique de distribution consulte le 14/04/2017 à 15h30.

<sup>20</sup> Idem.

- La mise en œuvre des stratégies logistiques collaboratrices, afin d'opter à l'emploi des ressources de distribution et réduire les coûts logistiques.
- Le choix du prestataire logistique (transporteur, transitaire).
- La planification, la validation et de déclenchement des opérations auprès des prestataires logistiques par transmission d'un ordre de travail.
- Le suivi des flux de transport et de livraison (date de départ, et l'arrivée...).

L'objectif de ces missions est de faciliter la livraison de la marchandise, en toute sécurité et satisfaire les clients.

### **3.3 L'évaluation de la performance de la distribution**

Parmi les indicateurs qui déterminent l'efficacité de la distribution, on trouve<sup>21</sup> :

#### **3.1.1 La notion de la performance commerciale dans la distribution :**

La performance commerciale occupe une place de choix dans les activités marketing.

En effet, son explication constitue une des préoccupations majeures des chercheurs et des spécialistes 'marketers'. La performance commerciale est très souvent utilisée comme moyen de contrôle ou d'animation des réseaux de distribution, ainsi, pour SEPARI, « la performance c'est faire mieux que le concurrent sur le moyen terme ».

Ceci dit :

- La performance dépend d'un référent : l'objectif.
- La performance est multidimensionnelle dès lors que les buts sont multiples.
- La performance est un sous-ensemble de l'action : c'est-à-dire qu'elle est l'effet et le résultat de l'action.
- La performance est subjective puisqu'elle est le produit d'une opération par nature subjective qui consiste à rapprocher une réalité d'un souhait et à constater le degré de réussite d'une intention.

On peut donc conclure que la notion de la performance commerciale d'un réseau de distribution recouvre l'idée de la réalisation des objectifs de ventes pour le producteur et pour le distributeur.

---

<sup>21</sup> Leboulleux ( P-P), « *Le choix des objectifs : pour accroître et contrôler les performances à court terme* », Ed. Hommes et techniques, 1971, P.71.

**a) Rôle de l'évaluation :**

L'évaluation de la performance commerciale présente un double intérêt :

- Sur le plan scientifique, il s'agit de vérifier si les objectifs ont été atteints.

- Sur le plan opérationnel, l'intérêt premier est de fournir des informations nouvelles qui ont entraîné la variation des résultats. En bref, elle permet à l'entreprise d'orienter ses actions et surtout réactiver le processus en cas de problème.

L'évaluation de la performance d'un réseau de distribution permet à l'entreprise de contrôler et de suivre l'évolution de ses ventes. Elles sont essentielles dans l'établissement des prévisions de ventes. La périodicité de l'évaluation peut varier selon l'importance que l'entreprise lui accorde : elle peut être mensuelle, trimestrielle ou annuelle.

L'évaluation permet surtout à l'entreprise de dialoguer avec son environnement, en recueillant des informations sur l'évolution du marché, les stratégies des concurrents et autres.

**b) La qualité d'une bonne évaluation :**

Le respect des délais et la pertinence de l'information apportée constituent les points essentiels d'une bonne évaluation.

- Une évaluation respectant pas les délais peut s'avérer un handicap pour le décideur car elle n'apporte pas les informations nécessaires et au temps voulus.

- Une évaluation est importante lorsqu'elle apporte des informations précises sur une situation constatée ou présentée.

**3.2.2 Les modes d'évaluation de la performance commerciale :**

Il existe en général deux méthodes pour évaluer la performance commerciale :

**a)- L'évaluation à partir d'un indicateur :**

Les indicateurs trouvent souvent leurs importances dans une évaluation, en ce sens qu'ils apportent des informations précises pour le gestionnaire. Néanmoins, cette technique d'évaluation par des indicateurs présente des limites pour son utilisation ; car certains indicateurs ne donnent pas suffisamment d'informations pour une prise de décision.

Il est donc nécessaire pour le responsable de regrouper les indicateurs qui complètent l'évaluation, ce qui correspond au tableau de bord.

**b)- L'évaluation à travers le tableau de bord :**

Le tableau de bord est un guide, permettant au responsable de l'entreprise de contrôler l'évolution des activités. Il permet de déterminer le niveau des ventes aux moments précis et de contrôler les résultats des actions commerciales. C'est l'outil le plus approprié pour une évaluation. Il est structuré d'une grille d'indicateurs, permettant de mesurer le niveau d'efficacité de toutes les activités à une période précise.

**3.2.3 Les indicateurs de la performance commerciale d'un réseau de distribution :**

On peut les regrouper en deux catégories : les indicateurs quantitatifs et les indicateurs qualitatifs.

- **Les indicateurs quantitatifs :**

Ils donnent des valeurs chiffrées sur les réalisations des intermédiaires.

**a) Les indicateurs de volume :** On distingue les indicateurs de volume en quantité (Volume des ventes) et les indicateur de volume en valeur (Chiffre d'affaires)

➤ **Le volume des ventes :** C'est la quantité de produit écoulee à un prix donné, pendant une période donnée. Donc la performance commerciale est évaluée dans ce cas à travers la différence entre les prévisions et les réalisations. Une prévision supérieure aux réalisations traduit le non atteint des objectifs, dans le cas contraire, on parlera d'une évolution des ventes et par conséquent d'une bonne performance commerciale. La formule est comme suite :

$$\text{Performance (P)} = \text{Réalisation} - \text{Prévisions}$$

$P=0$  ou  $p<0$  on parle de mauvaise performance.

$O>0$  , on parlera d'une bonne performance.

➤ **Le chiffre d'affaires :** Il se définit comme le montant global des ventes des produits et des services effectués par un agent économique et mesurés par leur prix de cession, au cours d'une période. La performance, dans ce cas, se mesure toujours à travers la comparaison du chiffre d'affaires prévisionnel au chiffre d'affaire réalisé.

➤ **La part du marché** : La part du marché est un indicateur de l'environnement. Elle permet de déterminer la position de l'entreprise par rapport à ses concurrents. Elle indique la part exprimée en nombre de clients, chiffre d'affaires pendant une période donnée.

$$\text{PM} = \text{vente de l'unité} / \text{vente totales des unités présente.}$$

**PM** : part de marché.

**L'unité** : pouvant être le produit ou l'entreprise.

#### b) Les indicateurs de profitabilité :

On recense ici, le profit réalisé et le rendement des capitaux investis.

**Le profit** : Il représente la différence entre les recettes totales et les dépenses totales engendrées pour la réalisation des recettes, au cours d'une période donnée.

$$P = \text{Profit (P)} = \text{Recettes totales} - \text{Dépenses totales}$$

$P > 0$ , il nous indique une bonne performance.

**Le rendement des capitaux investis** : La vente d'un bien ou d'un service nécessaire au préalable, la réalisation de certains investissements dans le stockage, le transport, la production ou autres. Les capitaux investis pour la réalisation de ce produit ou service doivent être rentabilisés, sinon on ne saurait parler de performance.

- **Les indicateurs qualitatifs :**

On distingue deux indicateurs : l'image de l'entreprise et la satisfaction du client.

**L'image de l'entreprise** : Les facteurs d'image ont un pouvoir attractif assez important sur le client. Ils facilitent le choix du client et suscitent la confiance chez celui-ci. La promotion de l'image de l'entreprise contribue à la réalisation des objectifs. Elle est mesurée à l'aide des études sur la perception.

**La satisfaction du client** : Selon Kotler et Dubois, « La satisfaction est le sentiment d'un client résultant d'un jugement comparant les performances d'un produit à ses attentes. », ainsi la satisfaction serait fonction d'une différence. Cet indicateur est très important pour le responsable commercial qui doit mesurer le degré de satisfaction de ses clients afin de les fidéliser.

**L'adaptation :** Il s'agit de la capacité innovatrice des intermédiaires pour faire face aux évolutions de l'environnement.

En somme, on dira que le caractère non quantifiable de ces indicateurs est considéré comme une limite et par conséquent pour une meilleure appréciation de la performance, tous ces indicateurs par ailleurs complémentaires doivent être utilisés.

### **Conclusion**

En vue de toutes les généralités proposées sur la distribution, nous pouvons dire que la distribution occupe une place très importante dans une entreprise et spécialement dans sa démarche marketing.

Elle a de multiples rôles qui se distinguent à travers les fonctions qu'elle accomplit, et englobe différentes stratégies que l'entreprise doit choisir avec soin afin d'atteindre ses objectifs.

# **CHAPITRE III**

---

**Etude de cas de l'efficacité de la  
logistique et de la distribution au sein  
de Bejaia Logistique.**

---

## **Chapitre 3 : Etude de cas de l'efficacité de la logistique et de la distribution au sein de Bejaia Logistique**

---

### **Introduction :**

Afin d'appuyer notre travail théorique exposé dans les deux chapitres précédents, nous allons développer et montrer l'importance de la logistique à l'entreprise d'accueil.

Notre stage et entretien effectués au niveau du département logistique dans l'entreprise Bejaia logistique, d'une période d'un mois s'étalant du 19 mars au 19 avril, a pour objet est d'analyser l'efficacité de la logistique dans l'entreprise, et nous avons choisis une entreprise qui se spécialise dans le domaine de transport.

Ce chapitre est subdivisé en trois sections. La première section est consacrée à la présentation de l'entreprise et la méthode de l'entretien. La deuxième section est consacrée à l'analyse des résultats de notre entretien, et la dernière section est consacrée la synthèse des résultats de l'entretien et l'étude de cas sur la résolution des problèmes de transport.

### **Section 01 : Présentation de guide de l'entretien et de l'entreprise Bejaia logistique**

Dans cette section, on va parler sur les étapes de développement de l'entreprise BL à partir des éléments suivant : historique, la mission et activité de BL, l'organigramme de l'entreprise et la méthodologie de notre entretien.

#### **1.1. Présentation et historique de l'entreprise Bejaia logistique**

##### **1.1.1 La présentation de l'entreprise BL :**

BL est une très récente entreprise de transport, inscrit au registre de commerce sous le numéro 07B0185663. Elle assure le transport public de marchandises en disposant d'une importante parc de transport. En outre, elle propose la location des engins et du matériel pour bâtiments et travaux publics.

Elle possède un capital de 700000000DA et a réalisé en 2015 un chiffre d'affaire de l'ordre de 1728618000DA.

Elle est implantée dans la zone industrielle Ahrik Ighzer Amokrane, elle-même située dans la commune d'Ouzellaguen. Ce territoire appartient à la Wilaya de Bejaia, elle se trouve en nord-est de l'Algérie.

## Chapitre 3 : Etude de cas de l'efficacité de la logistique et de la distribution au sein de Bejaia Logistique

---

### 1.1.2 Historique de l'entreprise :

A l'origine, la SARL BEJAIA LOGISTIQUE était intégrée comme un service de parc de transport dans une entreprise de production d'eau minérale et de boissons diverses dénommée « SARL IBERAHIM ET FILES IFRI ». Ce service de transport a vu les jours en 2002 et commencer d'assurer le transport des marchandises produits par l'entreprise mère vers toutes les coins du pays.

Quelques années plus tard, l'entreprise « SARL IBRAHIM ET FILS IFRI » a été touchée par des difficultés et s'est trouvée dans une situation délicate. Préoccupée par les contraintes de transport plus que par l'amélioration de sa propre production (eau minérale et autres boissons), elle a alors autorisé les responsables du parc de véhicules à activer avec d'autres clients, ne serait-ce que pour répondre au besoin de maintenance de ses moyennes de transport qui coûtent très cher, surtout en période hivernale. Elle espérait ainsi de maintenir le parc en fonctionnement et pouvoir diffuser sa gamme de produits sur son marché historique et donc faire face à la concurrence, qui est très importante.

Plus tard, la SARL-IFRI décide de décentraliser son service de transport et de l'externaliser pour alléger les charges liées aux ressources humaines et se focaliser uniquement sur son métier de base. Les gérants ont créé une entreprise de transport avec son propre statut : il s'agit de l'entreprise BEJAIA LOGISTIQUE (BL). Plus exactement BL a vu le jour au mois d'octobre de l'année 2008

BL s'est d'abord chargée de transport exclusif de son entreprise mère, mais au fil des années elle s'est développée pour disposer d'autres clients et réalisée ainsi de grands bénéfices.

Aujourd'hui, BL est devenue une entreprise autonome qui agit pour elle-même. Ainsi, BL s'est transformée en seulement quelques années d'une petite entreprise en 2008 à une moyenne entreprise puis à une grande entreprise actuellement.

## Chapitre 3 : Etude de cas de l'efficacité de la logistique et de la distribution au sein de Bejaia Logistique

---

### 1.2. Les activités, mission et organisation des ressources humaines de BL

#### 1.2.1 Les activités de l'entreprise BL

Les activités de la SARL BL sont claires et nettes, elles se propulsent dans le nom de la société lui-même, on trouve :

- Transport public de marchandise ;
- Location d'engins ;
- Location de véhicules avec et sans chauffeur ;
- Location du matériel pour bâtiments et travaux public ;
- Vente de pneu en gros.

#### 1.2.2 Mission de l'entreprise :

L'entreprise réalise diverses missions aux activités qu'elle pratique quotidiennement dont :

- ✓ Assurer l'arriver au bon état des marchandises transportées ;
- ✓ Mettre en place des programme d'investissement ;
- ✓ Fidéliser ses clients et essayer d'en acquérir d'autres ;
- ✓ Améliorer son système de distribution ;
- ✓ Assurer un bon climat de travail pour les employés ;
- ✓ Gérer le développement des RH et les moyennes matériels nécessaires au bon fonctionnement de l'e terrisse ;
- ✓ Assurer une représentativité nationale et faire face aux concurrents ;
- ✓ Tenter d'élargir le réseau d'activités à l'extérieures du pays.

#### 1.2.3 Organisation des ressources humaines de BL

BL est structurée en trois services : l'administration, la maintenance et le parc. Au totale, **540** employés ont été enregistrés au cours du mois de janvier 2016. Malgré son grand effectif, l'entreprise BL ne dispose pas d'un Directeur des Ressources Humaines pour gérer le personnel. C'est le directeur, représenté par le gérant « IBRAHIM », qui assure cette mission.

Les effectifs se répartissent comme suit :

## Chapitre 3 : Etude de cas de l'efficacité de la logistique et de la distribution au sein de Bejaia Logistique

**Tableau n°2** : Répartition des salaires de BL selon le statu et le service

Structure	Contrat à durée indéterminée	Contrat à durée déterminée	Dispositif d'aide à l'insertion professionnelle	Apprentis	Total	Taux
Direction	1	0	0	0	1	00,24
Administration	16	3	2	1	22	5,30
Maintenance	52	12	2	7	73	17,59
Parc	266	176	1	1	444	76,87
<b>Total</b>	<b>335</b>	<b>191</b>	<b>5</b>	<b>9</b>	<b>540</b>	<b>100,00</b>

Source : Document interne de l'entreprise

### 1.3. Organigramme de l'entreprise BL

La structure de l'organisation de la SARL BEJAIA LOGISTIQUE repose sur un modèle qu'on a présenté dans les annexes.

### 1.4. La méthode de l'entretien

#### 1.4.1. Définition de l'entretien

« L'entretien est une technique destinée à collecter des informations, dans le but d'analyser des données, discursives reflétant notamment de l'univers mentale conscient ou inconscient des individus. Il s'agit d'amener les sujets à vaincre ou à oublier le mécanisme de défense qui mettent en place les regards extérieurs sur leur comportement ou leur pensée ». <sup>11</sup>

La méthode d'entretien c'est une méthode de collecte d'information soit d'une façon directe ou non directe.

Elle consiste à un rapport oral entre deux personnes ou un groupe de personnes, qui permet de préciser l'évaluation d'une situation, cette technique se caractérise par la présence de deux personnes qui sont enquêteur et le répondeur.

Cette enquête permet de distinguer des attitudes, les opinions, et motivation des répondeurs.

Comme on peut dire que l'entretien est réputée parmi les techniques les plus difficiles de l'enquête à cause de la relation directe qui se préconise entre l'enquête et l'enquêteur, en

<sup>1</sup> THIETAR (R), et COLL, « *méthode de recherche en management* », Edition Dunord, 2003, p.235

## **Chapitre 3 : Etude de cas de l'efficacité de la logistique et de la distribution au sein de Bejaia Logistique**

---

raison de la nature de notre thème et sa difficulté de cette technique d'adopter nous a été très fécondé, l'intervalle du temps donner pour la collecte des données un mois la durée moyenne de l'entretien se situe entre 30a40 minutes fixée durant la période de stage.

### **1.4.2. Les types de l'entretien**

Il existe trois types de l'entretien :

➤ L'entretien non directif : il repose sur l'expression libre de l'enquêter à partir d'un thème proposé par les enquêteurs.

L'enquêteur se contente alors de suivre et de note la pense, le discours l'enquêter sans poser des questions.

➤ L'entretien directif : dans le cadre de cet entretien, l'enquêteur pose des questions selon un protocole strict fixé à l'avance.

➤ L'entretien semi directif : Il porte sur un certain nombre de thème qui son identifiés dans un guide d'entretien préparé par l'enquêteur. L'interviewer pose des questions selon un protocole prévu à l'avance par ce qu'il cherche des informations précises ,ces forces de faciliter l'expression propre de l'individu.

Dans notre cas, on a choisir l'entretien semi directif.

### **1.4.3. La présentation Guide d'entretien :**

Ce guide d'entretien rentre dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin d'étude pour l'obtention d'un diplôme de master en science commerciale option Logistique et Distribution ayant pour thème L'analyse de l'efficacité de la logistique et distribution au sein de l'entreprise agro-alimentaire afin de collecter les informations nécessaires à la réalisation de ce travail.

L'objet de cette recherche est de faire le point de vue sur l'ensemble de la fonction logistique et distribution et leur efficacité au sein de l'entreprise Bejaia logistique (BL).

### **1.4.4. La population et le choix de l'échantillon**

Notre population mère est composée de tout l'ensemble des agents de la Direction de la Logistique et de distribution et commercial de l'entreprise Bejaia Logistique, il nous a été difficile de mener une étude sur toute la population. Connaissant l'ensemble de la population

## **Chapitre 3 : Etude de cas de l'efficacité de la logistique et de la distribution au sein de Bejaia Logistique**

---

concernée par l'étude notamment les agents de la Bejaia Logistique (direction), évalués 15 personnes au moment de notre recherche, il fallu par la suite déterminer la taille de l'échantillon. On a choisi de faire un entretien direct avec le cadre commerciale et marketing de cette entreprise et cela dépend de poste occupée par ce cadre.

### **Section2 : Analyse des résultats de guide d'entretien**

Dans cette section, on va présenter les différents résultats de notre recherche à travers de notre entretien par questionnaire.

#### **2.1. La fonction logistique**

L'objectif de la question n°1 est de savoir la mission principale de BL.

La mission principale de BL est le transport routier de marchandise, la prise en charge de commande client et la satisfaction et fidélisation client.

L'objectif de la question n°2 est de savoir l'importance donnée par l'entreprise BL à logistique et son rôle.

BL s'engage avec des clients de prestige, la logistique est un domaine indissociable de transport, permet le suivi rigoureuse des chargement chez les clients où elle accord trois heures pour le chargement et dispose d'un point très important pour la rentabilité et la couverture des charges, délais de route bien étudié par rapport au temps de marché des chauffeurs et des camions

La logistique est d'une importance capitale pour chaque entreprise et un élément primordiale au cœur de chaque entreprise.

L'objectif de la question n°3 est de savoir la place de l'entreprise BL dans le domaine de transport.

SARL BL est un secteur d'activité :

- Transport routier de marchandise.
- Location de véhicule avec ou sans chauffeurs.

### Chapitre 3 : Etude de cas de l'efficacité de la logistique et de la distribution au sein de Bejaia Logistique

---

- Location matérielle BTP.

- Location manutention.

Bejaia logistique occupe une place parmi les cinq tops au niveau nationale.

Les matérielles utilisés par l'entreprise sont représentés dans le tableau suivant :

**Tableau N° 03 : Matérielle de l'entreprise**

Matérielle de l'entreprise	Nombre
Camion	340
Véhicule	150
Engin	08
Manutention	03
Totale	501

**Source :** Résultats de l'entretien.

L'objectif de la question n°4 est de savoir les améliorations apportées à la logistique.

Les améliorations apportées à la logistique sont :

➤ L'installation d'une solution de géo-localisation pour le suivi à temps réel des véhicules

- Suivi à temps réel

- Lire le tableau de bord en ce qui concerne gasoil, eau, huile, ...

➤ Atelier mécanique mobile pour des pannes des camions en dehors de site

➤ Atelier mécanique par spécialité, plus de son professionnel pour entretenir le

matérielle

- Mécanicien.

- Electricien.

- Aide mécanicien.

- Service SDR.

- Service méthode.....

- Pratique lavage 24h/24 7j /7

L'objectif de la question n°5 est de savoir les moyennes et les techniques que l'entreprise BL utilise.

Les moyennes et les techniques utilisées sont :

### Chapitre 3 : Etude de cas de l'efficacité de la logistique et de la distribution au sein de Bejaia Logistique

---

- Les moyennes
  - matériel neuf à la pointe de l'innovation.
  - Renouvellement de matériel chaque cinq (5ans).
  - Formation en continu pour toute le personnel.
  - Le suivi des opérations.
  - GPRS.
- Les techniques
  - Rapport des chargements et déchargement.
  - Réalisation journalier.

L'objectif de la question n°6 est de savoir les principales de leur département.

Les principes fonctions de département :

- Service facturation : rapprochement avec nous clients
  - Facturation des prestations.
  - Suivi du recouvrement.
  - Etat de l'encaissement.
- Service marketing :
  - Promouvoir l'image de l'entreprise.
  - Satisfaction des clients.
  - Cadeau de fin d'années.
  - Réseau sociaux.
  - Foire et salon.
- Service commande :
  - Prise en charge de la commande client.
  - Prise en charge des réclamations client.
  - Communiquer les états ou ressources.
  - Contacte permanant avec des clients.
- Service prospection et marché :
  - Prospection des marchés.
  - Signature des contrats.
  - Négociation avec des clients.

## Chapitre 3 : Etude de cas de l'efficacité de la logistique et de la distribution au sein de Bejaia Logistique

---

- Rendez-vous client.
- Service d'approvisionnement :
- Prendre en charge la gestion des achats.
- Assurer le suivi des commandes.
- Assurez les délais de routes.

### 2.2. La fonction de distribution

L'objectif de la question n°1 est de savoir la stratégie de l'entreprise.

La stratégie de la distribution est présentée comme suit :

- La distribution sur l'ensemble du territoire, un délai de route et fixer pour chaque destination.
- A emprunter les routes les plus court et les plus sur (sécurisé).

L'objectif de la question n°2 est de savoir quel est le circuit de distribution.

BL fait le transport d'un pot (A) vers le pot (B) et plus à la demande du client et la livraison de grand tonnage (de 22à 30 tonnes) selon la demande des clients.

L'objectif de la question n°3 est de savoir comment l'entreprise BL effectue leur commande.

La réception des commendes est prise en charge par la commerciale

Elle ce fait soit par :

- Mail.
- Bon de commende.
- Par téléphone.
- Via une application des commendes.

L'objectif de la question n°4 est de savoir comment l'entreprise faite la réception de la commende du client

La réception des commendes est prise en charge par le commerciale Elle se fait soit par :

### Chapitre 3 : Etude de cas de l'efficacité de la logistique et de la distribution au sein de Bejaia Logistique

---

- Mail.
- Bon de commande.
- Par téléphone.
- Via une application des commandes.

L'objectif de la question n°05 est de savoir les moyens de distribution

Les moyens de distribution (livraison) sont :

- Camion semi remorque (20,25 et 30 tonnes), porteur 10tonnes
- Camion plateau (porte conteneur) 20,30et 40 tonnes.
- Camion porte engin (44 tonnes maximum).

L'objectif de la question n°06 est de savoir comment l'entreprise juge l'insatisfaction de ses clients.

Aujourd'hui le non satisfaction est évalué à moins de 2% sur l'ensemble de l'opération, à chaque réclamation client, BL s'engage à remédier définitivement.

L'objectif de la question n°07 est de savoir sur quel critère l'entreprise BL choisisse les chauffeurs et pourquoi.

Critère de sélection des chauffeurs :

- Taux d'expérience minimum (1 ans et plus).
- Test de conduite bien précis.
- La santé
- La période de conduite en interne.

Les chauffeurs sont le cœur de métier, avoir des bons chauffeurs garantie la pérennité de BL.

L'objectif de la question n°08 est de savoir est-ce que l'entreprise BL est confrontée à des ruptures de stocks.

D'après les résultats de l'entretien, l'entreprise n'est jamais confrontée à une rupture de stocks par ce qu'elle a jugé qu'elle a une bonne gestion et des fournisseurs à proximité.

## **Chapitre 3 : Etude de cas de l'efficacité de la logistique et de la distribution au sein de Bejaia Logistique**

---

L'objectif de la question n°09 est de savoir quelles sont les méthodes utilisées pour l'encaissement et de les classer par ordre.

- Soit par chèque bancaire ou par ordre de virement. Il sera récupérer par le commercial.
- Vérifier les soldes sur le système
- Transmettre à la comptabilité.

Remarque : le règlement par espèce sans strictement interdit par cette entreprise.

L'objectif de la question n°10 est de savoir quelles sont les causes principales des réclamations des clients concernant le service de livraison.

Les principales réclamations client sont :

- Arrivé en retard des camions
- Livraison tardive
- Manque des bons de livraison.

### **2.3. L a fonction logistique de distribution**

L'objectif de la question n°1 est de savoir quel sont, aujourd'hui, les orientations que BL apporte à la logistique de distribution.

L'Orientation souhaitée à la logistique

- Minimiser les couts.
- Les respects les délais de route.
- Les respects les délais de chargement et de déchargement.
- L'emprunt le chemin les plus courts.
- Acquisition du nouveau matériel de manutention.
- Création d'une plate forme logistique.

L'objectif de la question n°2 est de savoir quel sont les problèmes rencontrés lors de la livraison complète (de la prise de commande jusqu'au client).

### Chapitre 3 : Etude de cas de l'efficacité de la logistique et de la distribution au sein de Bejaia Logistique

---

Problème de livraison sont :

- Retard de chargement et de déchargement.
- Chauffeur en retard.
- Fermenteur des routes
- Bouchon embouteillage
- Erreur de destination.

L'objectif de la question n°3 est de savoir à quoi sert mesurer de l'efficacité de la logistique de distribution.

En mesurant l'efficacité de la logistique de la distribution pour :

- Faciliter les tâches et gagner de temps et pour cela BL adopte KPI (les indicateurs de performance clés tableau de bord) pour mesurer le chiffre d'affaire, la progression de chiffre d'affaire de N-1 et l'année moins 1
  - La réalisation par rapport aux objectifs
  - Les guides pour les stratégies de l'entreprise.
  - Analyse des résultats et action correctif s'il y a lieu.

L'objectif de la question n° 4 est de savoir comment l'entreprise mesure l'efficacité de la logistique de distribution.

Cette efficacité est mesurée par :

- La satisfaction de la clientèle
- L'efficacité de système KPI est cela revient à :
  - Nombre de chargement
  - Franchise de chargement
  - Nombre de rotation
- Les délais de route, le respect de délais de route
- Nombre de réclamation clients.

L'objectif de la question n°05 est de savoir quelle est l'impact de la logistique et la distribution par rapport au coût et délais.

### Chapitre 3 : Etude de cas de l'efficacité de la logistique et de la distribution au sein de Bejaia Logistique

Selon le directeur de l'entreprise, les coûts de l'entreprise BL dépendent des ressources employées (humaine et matériel)

Ressource employé :

- Chauffeur (humaine) : dépend des salaires des chauffeurs environ 3400,00 par jour plus les frais de mission environ 1000,00 par jour

- Camion (matériel) : elle dépend de la charge soit fixe ou variable

• Les charge fixe sont l'amortissement, les charge financier, assurance marchandise et véhicule, vignette, le service extérieur (GPRS, Agio).

• Les charges variable tous ce qui concerne gasoil, pièce de rechange

➤ Les délais de route bien : chaque destination à un délai de route définie, on peut dire les délais de route sont déterminés selon le temps de route d'un chauffeur (de 08 à 12h de conduite).

Ce tableau nous montre les délais de route pour chaque destination :

**Tableau N° 04 : Les délais de route**

La destination	Le délai de route fixé par BL
Alger	01 journée à 200km
Constantine	01 journée à 300 km
Chalef	01 journée à 385 km
Oran	02 jours à 600 km
Ain-Temouchent	3 jours à 660 km
Tamanrasset	7 jours 1950 km

**Source :** Résultat de l'entretien

### Section 03 : La synthèse des résultats de l'entretien et les études de cas sur la résolution des problèmes de transport

Dans cette section, on va synthétiser les résultats de notre entretien et exposer trois études cas de problème de transport de marchandise et savoir comment le BL intervient pour résoudre ces problèmes.

#### 3.1. La synthèse des résultats de l'entretien

### **Chapitre 3 : Etude de cas de l'efficacité de la logistique et de la distribution au sein de Bejaia Logistique**

Notre analyse est faite à l'aide de guide d'entretien afin de déterminer l'efficacité de la logistique et distribution suivie par BL. Cette entreprise donne une grande importance pour le client en premier lieu et au facteur matériel et humaine, ce qui a fait d'elle une entreprise parmi les cinq tops.

BL essaye d'améliorer son système dans le but d'atteindre les objectifs de l'entreprise. Dans le tableau suivant, on va montrer les points forts et les points faibles.

**Tableau n°05 : Les forces et les faiblesses de BL**

<b>Les forces</b>	<b>Les faiblesses</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La bonne qualité des véhicules utilisés dans le transport.</li> <li>• Les flottes importantes (capacité de chargement, plus de 340 attelage...)</li> <li>• Véhicule récent de bonne technologie.</li> <li>• Localisation des véhicules en temps réels avec une assistance commerciale 24h/24 (suivi instantané des commandes et des livraisons.</li> <li>• Une gamme large de véhicule pour une bonne prestation de service et donc bon image de marque pour l'entreprise.</li> <li>• Le personnel qualifié (plus de 135 professionnels de soutien spécialisés dans l'entretien, maintenance et la gestion)</li> <li>• Atelier mobile équipe d'une assistance technique à distance 7jour/7.</li> <li>• Atelier intègre un équipement de maintenance performant issu d'une technologie soutenu par un magasin de pièce de rechange d'une superficie de plus de 550m<sup>2</sup>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Insuffisant d'un système d'information de l'entreprise (système de prévention).</li> <li>• Grand nombre d'accident.</li> <li>• Coût important des pièces de rechange.</li> <li>• Régularité des approvisionnement.</li> <li>• Augmentation des prix du service sur le marché national.</li> <li>• Absence d'une comptabilité analytique permettant une analyse des coûts.</li> <li>• Absence d'encadrement qualifié en logistique.</li> </ul>

**Source :** Résultat de l'entretien

On remarque que BL est une entreprise, d'après ce qui précède, qui a de bon matériel et des systèmes qui servent à localiser les véhicules (géolocalisation) pour gérer la livraison des marchandises.

Après avoir vu les points forts et faibles, on va présenter le point sur les opportunités et menaces de l'entreprise :

**Tableau n°06 : Les opportunités et menaces de l'entreprise BL**

### Chapitre 3 : Etude de cas de l'efficacité de la logistique et de la distribution au sein de Bejaia Logistique

Opportunité	Menace
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Forte demande.</li> <li>• Marché est en croissance.</li> <li>• Extension vers les pays voisins</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le marché informel et la concurrence déloyale.</li> <li>• Peu de chauffeur ayant des compétences à recruter.</li> </ul>

**Source :** Résultat de l'entretien.

L'entreprise BL dispose d'une présence d'un parc dont le tableau suit nous montre leur évolution.

**Tableau n°7 : L'évolution de parc de BL**

Année	Quantité	Types
2008	50	4*2
2008	10	6*4
<b>Total</b>	<b>60</b>	
2009	20	4*2
2009	15	Remorque
<b>Total</b>	<b>35</b>	
2012	50	4*2
2012	03	Porteur 10 tonne
2012	05	Citerne sucre liquide
<b>Total</b>	<b>58</b>	
2013	5	Porteur 15 tonne
<b>Total</b>	<b>5</b>	
2014	1	Port engin
2014	1	Citerne sucre liquide
<b>Total</b>	<b>2</b>	
2015	82	4*2
2015	10	6*4
2015	02	Porteur 10 tonnes
<b>Total</b>	<b>94</b>	
<b>Valeur globale des véhicules</b>	<b>254</b>	

**Source :** Documents internes de BL

Il ya lieu à signaler, pour l'année 2016, l'entreprise BL a acheté plus de 70 nouveaux camions pour son propre parc et leur chiffre d'affaire est évolué plus de 22% pendant 4 ans.

Selon de cadre l'entreprise qui nous a conduit à ces résultats, il est très contente de la situation BL à ce moment du chiffre d'affaire réalisé.

Comme dans tout système d'amélioration, il est important de faire une analyse de la situation actuelle à partir des missions de l'entreprise et ses contraintes et proposer ainsi quelques suggestions, après la collecte des informations et analyse de ces derniers.

## **Chapitre 3 : Etude de cas de l'efficacité de la logistique et de la distribution au sein de Bejaia Logistique**

---

Proposer des suggestions est la phase de recherche qui sert à modifier le problème posé initialement, et voire les indicateurs de la performance et l'entretien mené, l'entreprise BL doit concentrer sur les points suivants :

➤ Les clients de BL : les principaux clients de BL sont Ifri (92%), Générale Plast(5%), et 3% pour les autres clients comme condor, castel, Cevital, Goraya thon, Afia, Candia ....etc. On peut dire que BL dépend de son client Ifri donc tous les bénéfices de l'entreprise dépend de IFRI, donc il est essentiel d'augmenter le pourcentage des autres clients et de trouver d'autres clients comme coca cola pour être indépendante.

➤ Améliorer le système d'information au niveau de l'entreprise BL. On remarque qu'il y a certain manque (l'insuffisance) dans le système d'information, il est nécessaire d'améliorer le tableau de bord qui est un élément indispensable pour l'entreprise, donc il faut motiver l'ensemble de personnel afin de bien employer ce système pour le bien de l'entreprise.

➤ Minimiser les coûts de l'entreprise

➤ Motivation du personnel joue un rôle important dans l'entreprise et pour cela BL doit organiser des formations pour le personnel afin de les former pour être performant puisqu'il est également considéré un investissement à long terme.

### **3.2. L'exposition des études de cas réalisés par BL et leur résolution**

#### **3.2.1. L'exposition des études de cas réalisés par BL**

##### **Etude de cas n°1 :**

L'entreprise Bejaia logistique dispose de 14 clients, qui se trouvent dans des différentes régions, et notre étude de cas se focalise sur un de ces clients.

Ce client vu le jour en mars 2016, demande à l'entreprise BL de lui transmettre une marchandise prévue.

Dans ce cas l'entreprise BL va affecter sa fonction de transport de la marchandise demandée au client destiné efficacement.

## **Chapitre 3 : Etude de cas de l'efficacité de la logistique et de la distribution au sein de Bejaia Logistique**

---

La question à laquelle nous allons nous intéresser est de savoir comment l'entreprise arrive à transporter la marchandise de son point au client final efficacement et quelle sont les étapes adapter ?

### **Etude de cas °2 :**

L'entreprise BL veut transporter de la marchandise au client labelle dans le délai prévu par contre ce transport a été en état de panne, donc la réception de la marchandise ne sera pas dans les délais prévus et le client sera pas satisfais.

La question à laquelle nous allons nous intéresser est de savoir comment l'entreprise BL va régler le panne de ce transport et qu'elles sont les justifications qu'elle va adapter pour régler ce problème avec son client ?

### **Etude de cas n°3 :**

Le client de l'entreprise BL lui demande de lui transmettre de la marchandise pour un jour (J), donc l'entreprise à charger de la marchandise mais au jour de départ du transport, il y'avais une force majeure, donc la livraison ne peuvent pas être livrée.

La question à laquelle nous allons nous intéresser est de savoir comment cette entreprise justifier le retard de la marchandise et comment vont régler ce retard-la ?

## **3.2 .2. Les solutions engendrées pour les problèmes posés :**

### **Analyse de l'étude de cas n°1 :**

Dans l'analyse du premier cas qui comprend une efficacité de livraison se qui veut dire que l'entreprise BL a peut livrée a son client efficacement dans délais et quantités précises et pour arriver à ce résultat, elle a adapté certaines étapes :

- Passer de la planification
- Programmation
- Sur le logiciel, faire un ordre de mission,
- Etablir un bon de commande de la livraison plus une facture,
- Charger les produits

## **Chapitre 3 : Etude de cas de l'efficacité de la logistique et de la distribution au sein de Bejaia Logistique**

---

- Le service département au poste d'activité contrôle leur transport au cours de la route et le chargement.

Le transport de cette marchandise au client est effectué sans aucun empêchement et le client est satisfait.

### **Analyse de l'étude de cas n°2 :**

Dans l'analyse de deuxième cas qui contient le transport de marchandise en cas de panne, le chauffeur informe le service d'exploitation sur le panne et ce dernier informe le département de maintenance qui informe le client et élabore un diagnostique et prendre les mesures nécessaires, en cas de réparation rapide. Ils vont, ensuite, envoyer un mécanicienne avec un atelier mobile où ils vont envoi du porte engin pour récupérer le tracteur et envoi un autre tracteur pour continuer sa mission et ils vont, enfin, informer le client de la date d'arriver du camion.

### **Analyse de l'étude de cas n°3 :**

Dans l'analyse du troisième cas qui comprend le cas de ne pas transporter la marchandise à une cause d'une force majeur, ce qui veut dire un acte ou événement imprévisible, indépendant de la volonté des parties. Dans ce cas, les obligations affectées seront prorogées d'une durée égale au retard entraînée par la survenance de cette force majeur. Etant entendu que cette prorogation n'entraîne aucune pénalité à la charge de la partie empêché.

En cas de présence de cas majeur qui a empêché les parties d'exécuter leur obligation, les deux parties dans le plus bref délai doivent examiner et dégager d'un commun accord les incidences contractuelle des événements et dégager d'un commun accord une solution qui tiendra compte des intérêts de chacune des deux parties.

## **Conclusion**

Le but de ce dernier chapitre était d'analyser l'efficacité de la logistique et distribution au sein de l'entreprise Bejaia Logistique, et de trouver les points forts pour mesurer l'efficacité pour ce dernier.

### **Chapitre 3 : Etude de cas de l'efficacité de la logistique et de la distribution au sein de Bejaia Logistique**

---

On peut dire Bejaia Logistique a entraîné à améliorer ça logistique de distribution et ses activités sont bien menées.

La maîtrise de nouvelle technologie et la bonne organisation rendra sans doute l'entreprise plus efficace.

---

## **CONCLUSION GENERALE**

---

## Conclusion générale

---

Durant notre étude, l'objet principal est d'analyser l'efficacité de la logistique et la distribution de l'entreprise agro-alimentaire effectuée par BL, notre principale but est de voir comment Bejaia logistique arrive à bien employer la logistique, nous avons aussi essayé de confirmer ou infirmer les hypothèses afin de répondre à la problématique posée précédemment.

Après la fabrication des produits, il est essentiel pour l'entreprise d'assurer un bon acheminement de ses produits du point de production jusqu'au point de consommation tout en respectant les contraintes suivantes : coût, qualité et le délai.

Donc, il est essentiel pour toute entreprise de bien savoir gérer tous ses moyennes et techniques nécessaires pour atteindre ses objectifs.

Pour réaliser notre travail, on a commencé d'expliquer les concepts de la logistique, ensuite, les concepts de la distribution qui est un élément majeure de l'acheminement de la marchandise d'un point à un autre.

Afin de bien mener notre travail, on a choisi la méthode d'entretien pour collecter les informations relatives à notre sujet de travail. On peut dire que parmi les points forts résidus de l'entreprise BL, le système de la géolocalisation sert à contrôler le bon déroulement des transports et facilite la livraison aux clients.

BL donne une grande importance à ses employeurs et elle les accorde des formations pour améliorer leurs capacités de travail, comme aussi elle donne une importance à ses clients et cela par le respect de délais de livraison et de les satisfaire, mais elle peut aussi rencontrer des problèmes comme le climat et les coupeurs de route...

A partir de l'étude effectué, on peut constater que les entreprises donnent une grande importance à la logistique ce qui confirme notre première hypothèse concernant la satisfaction des clients.

La deuxième hypothèse reliée à la capacité de répondre à des besoins de la clientèle est confirmée grâce aux indicateurs de l'efficacité de la distribution.

La troisième hypothèse est relative à la politique de distribution est confirmée car cette entreprise maîtrise bien et ne rencontre pas de grave problème.

Donc, on peut dire que l'entreprise BL a des capacités et des moyennes qui lui permettent d'améliorer sa logistique de distribution.

---

## **Bibliographie**

---

# La Bibliographie

---

## Les ouvrages :

- Alexandre le grand « Stratégie logistique », édition dunord, paris 2003.
- Chabot (s) « commerce, distribution, force de vente » documentation française, paris ,1997.
- Demeur (c) « Aide-mémoire en marketing » édition dunord, paris, 2008.
- Dubois(p), jolbert (A), « Le marketing fondement et pratique », édition Economica, paris, 1999.
- Eric vernette, « l'essentiel de marketing » 2ème édition, paris, 2001.
- Gerard(B),Olivier (B),Alain (G),Michel (G) « management industriel et logistique »,3ème édition, paris,2001.
- Kotler et Dubois, « Marketing Management »,9ème édition, paris, 2001.
- L'ébouleux(p) , « Le choix des objectif et contrôle des performance a court terme »,édition homme,1971.
- Lendrevie (J), Levy (J), Lindon (D), « Mercator », édition dolloz, paris, 2003.
- Medan (p) et Gratacap (A), « Logistique et supply Chain management », édition dunord, Belgique,2008.
- Mentzer (J), « defining the supply chain management », journal of business logistics, volume 2, 2001.
- Pasco –Berho, Marketing international, edition dunord, Paris, 2002.
- Philipe (V), « la logistique: modèle et méthodes des pilotages des flux », édition Economica, paris, 2001.
- Thierry(C), gestion de la Chain logistique, édition Bel, amerique, 2002.
- Vendercamen (M), Jospint-permet (N), la distribution, édition Berti, 2ème édition, paris, 2005.
- Yves (P) , Michel (F), « logistique production, distribution, soutien »édition dunord, paris,2008.

# La Bibliographie

---

## Les revus :

- Krebs (B), « Le livre blanc de supply Chain », septembre 2010.

## Les sites web :

- [www.bejaialogistique.com](http://www.bejaialogistique.com).
- <http://www.web-logistique.com>.
- [http://www.pilotage.fr/expertise-metier/distribution\\_logistique.htm](http://www.pilotage.fr/expertise-metier/distribution_logistique.htm).
- [http://logistique et distribution.fr](http://logistique-et-distribution.fr)/les missions de la logistique et distribution.

---

## **Annexe**

---

## La liste des annexes

---

Axe n°1 : Guide d'entretien sur la logistique.

Axe n°2 : Guide d'entretien sur la distribution.

Axe n°3 : Guide d'entretien sur la logistique de distribution.

Axe n°4 : Ordre de mission.

Axe n°5 : Check-list de contrôle camion/véhicule.

Axe n°6 : Le registre commercial.

## Liste des annexes

---

### **Axe n°1 : Guide d'entretien sur la logistique**

**Q1 :** Quelle est la mission principale de BL ?

**Q2 :** Quelle est l'importance donnée par l'entreprise BL à la logistique ?

**Q3 :** Pouvez-vous présenter BL et sa place dans le domaine de transport, et quelle sont les contraintes rencontrées ?

**Q4 :** Quelles sont les améliorations apportées par la logistique à l'entreprise ? Et pourquoi ?

**Q5 :** Quelles sont les techniques et les moyens utilisés par BL pour améliorer la logistique ?

**Q6 :** Quelles sont les principales fonctions assurées par votre département ?

## Liste des annexes

---

### **Axe n° 2: Guide d'entretien sur la distribution**

**Q1** : Quel sont les stratégies de distribution que BL adopte ?

**Q2** : Quel sont les types des circuits de distribution suivi par BL ?

**Q3** : Comment est faite la réception de la commande du client ?

**Q4** : Sur quelle moyenne effectuez-vous la livraison ?

**Q5** : Comment juger l'insatisfaction de vos client ?

**Q6** : Sur quel critère choisissez-vous les chauffeurs ? Et pourquoi

**Q7**: Est-ce que vous êtes confrontés à des ruptures de stocks ? Citez-les ?

**Q8** : Quel sont les méthodes utilise pour l'encaissement ? Et classez –les par ordre ?

**Q9** : Quel sont les causes principales des réclamations des clients concernant le service de livraison ?

## Liste des annexes

---

### **Axe n° 3: Guide d'entretien sur la logistique de distribution**

**Q1 :** Quel sont, aujourd'hui, les orientations que vous souhaitez apporté à la logistique de distribution ?

**Q2 :** Quel sont les problèmes rencontrés lors de la livraison complète ?

**Q3 :** Quel sont les mesures de l'efficacité de la logistique de distribution ?

**Q4 :** Quelle est l'impact de la logistique et la distribution par rapport au cout et de délais ?

---

## **Table des matières**

---

# Table des matières

---

Remerciement

Dédicace

Liste des figures

Liste des tableaux

Liste d'abréviation

Sommaire

**INTRODUCTION GENERALE.....1**

## **CHAPITRE I : Concepts de la logistique**

**Introduction.....4**

**Section 01 : Généralité sur la logistique.....4**

1.1. Historique et définitions de la logistique .....4

1.1.1. Historique de la logistique.....4

1.1.2. Définition de la logistique.....7

1.2. Les activistes de la logistique.....8

1.2.1. Approvisionnement.....8

1.2.2. Production.....8

1.2.3. Distribution.....8

1.3. Les enjeux de la logistique.....9

1.3.1. Les enjeux pour l'entreprise.....9

1.3.2. Les enjeux de l'environnement de l'entreprise.....10

**Section02 : La logistique au sein de l'entreprise.....10**

2.1. Les objectifs de la logistique .....10

2.2. Les fonctions de la logistique.....11

2.3. Les types de la logistique.....13

2.3.1. Logistique d'approvisionnement.....13

2.3.2. Logistique de production.....13

2.3.3. Logistique de distribution.....13

2.3.4. Logistique militaire.....14

2.3.5. Logistique de soutien.....14

2.3.6. Les activités liées au service après-vente.....14

2.3.7. Logistique de retours.....14

# Table des matières

---

<b>Section 03 : La chaine logistique.....</b>	<b>14</b>
3.1. Définition de la chaine logistique.....	15
3.2. Les flux dans la chaine logistique.....	16
3.2.1. Flux d'information.....	16
3.2.2. Flux physique.....	16
3.2.3. Flux financier.....	16
3.3. Les enjeux et outils de la chaine logistique.....	19
3.3.1. Les enjeux de la chaine logistique.....	19
3.3.2. Les outils de la chaine logistique .....	20
<b>Conclusion.....</b>	<b>20</b>
<b>CHAPITRE II : La politique de distribution et son organisme</b>	
<b>Introduction.....</b>	<b>21</b>
<b>Section01 : Généralité sur la distribution.....</b>	<b>21</b>
1.1. Définition et rôle de la distribution.....	21
1.1.1. Définition de la distribution.....	21
1.1.2. Le rôle de la distribution.....	22
1.2. Les fonctions et formes de la distribution.....	22
1.2.1. Les fonctions de la distribution.....	22
1.2.2. Les formes de la distribution.....	24
1.3. Les stratégies de la distribution.....	27
1.3.1. Selon l'espace géographique.....	27
1.3.2. Selon la clientèle.....	28
<b>Section02: L'organisation de la distribution.....</b>	<b>30</b>
2.1. La définition et type de circuit de distribution.....	30
2.1.1. La définition de circuit de distribution.....	30
2.1.2. Les types de circuit de distribution.....	31
2.2. Les intermédiaires.....	32
2.2.1. Le rôle des intermédiaires.....	32
2.3. Les canaux de distribution.....	34
2.3.1. La définition des canaux de distribution.....	34
2.3.2. Le rôle des canaux de distribution.....	34
2.3.3. La longueur de canaux de distribution.....	35

# Table des matières

---

<b>Section 03 : La relation de la logistique et distribution</b> .....	36
3.1. Définition de la logistique de distribution.....	36
3.2. Les mission de la logistique de distribution.....	36
3.3. L'évaluation de la performance de la distribution.....	38
3.3.1. La notion de la performance commerciale dans la distribution.....	38
3.3.2. Le mode d'évaluation de la performance commerciale.....	38
3.3.3. Les indicateurs de la performance commerciale d'un réseau de distribution....	39
<b>Conclusion</b> .....	<b>41</b>
<b>CHAPITRE III : Etude de cas de l'efficacité de la logistique et de la distribution au sien de Bejaia Logistique</b>	
<b>Introduction</b> .....	<b>42</b>
<b>Section01 : Présentation de guide de l'entretien et de l'entreprise BL</b> .....	<b>42</b>
1.1. Présentation et historique de l'entreprise BL.....	42
1.1.1. Présentation de l'entreprise BL.....	42
1.1.2. Historique de l'entreprise BL.....	43
1.2. Les activités, missions, et ressource humaine.....	44
1.2.1. Les activités de l'entreprise BL.....	44
1.2.2. Les mission de l'entreprise BL.....	44
1.2.3. Les ressource humaine de BL.....	44
1.3. L'organigramme de l'entreprise BL.....	44
1.4. La méthodologie de l'entretien.....	45
1.4.1. La définition de l'entretien .....	45
1.4.2. Les types de l'entretien.....	46
1.4.3. Présentation de l'entretien.....	46
1.4.4. La population et le choix de l'échantillon.....	46
<b>Section02:Analyse des résultats de guide d'entretien</b> .....	<b>47</b>
2.1. Fonction logistique.....	47
2.2. Fonction distribution.....	50
2.3. Fonction logistique de distribution.....	52

# Table des matières

---

<b>Section03 : Les synthés des resulta de l’entretien et les études de cas sur la résolution des problèmes de transport.....</b>	<b>55</b>
3.1. Synthèse des résultats de l’entretien .....	55
3.2. L’exposition des études de cas réalisé par BL et leur résolution.....	57
3.2.1. L’exposition des études de cas réalisés par BL.....	57
3.2.2. Les solutions engendrées pour les problèmes posés .....	58
<b>Conclusion.....</b>	<b>60</b>
<b>Conclusion générale.....</b>	<b>61</b>
<b>Bibliographie</b>	
<b>Annexe</b>	
<b>Table de matière</b>	
<b>Résume</b>	

## **Résumé**

Le travail présenté dans ce mémoire consiste à mesurer l'efficacité de la logistique et distribution d'une entreprise de transport, l'occurrence « Sarl Bejaia Logistique » en utilisant les moyens et les techniques efficaces afin de satisfaire leurs clients et atteindre leurs objectifs.

Aujourd'hui la logistique est devenu de plus en plus important et les entreprises l'utilisent pour savoir comment transporter les marchandises depuis de l'usine de fabrication jusqu' à la livraison finale chez le destinataire.

La logistique assure l'exécution des commandes aux clients finaux et de les satisfaire en respectant les conditions de couts et qualité de service et les délais prévus, aussi la distribution consiste à acheminer les produits d'un point de vente a un autre point.

Afin que l'entreprise puisse réussir son efficacité de logistique et distribution de ces produits elle doit maîtriser la logistique pour pouvoir assurée et satisfaire ces clients dans les conditions relative aux couts, délais et qualité de service.

D'après notre synthèse en a retenu que BL utilise la bonne qualité des véhicules de transport et aussi la localisation des véhicules en temps réels avec une assistance commerciale, BL dispose aussi d'un atelier mobile équipé. Comme elle rencontre des difficultés en ce qui concerne l'insuffisance de système d'information et les couts élevés des pièces de rechange.

### **Mots clé**

BL, Cout, Distribution, Efficacité, Logistique, Qualité.

### **Abstract**

The word presented in this paper has measured the efficiency of the logistics and distribution of Transport Company, the SARL Bejaia logistic use the means and the techniques efficiently to satisfy their customers and to reach their objectives.

Today logistics and become increasingly important and companies using it to knowhow to transport the goods from the manufacturing plant to finale delivery to the consumer.

The logistics ensures the fulfillment of the orders to the final customers and to satisfy them in respect of the conditions of cost and quality of service and the anticipated deadlines, also the distribution consists of conveying the products of a point of sale to another point.

So that the company can succeed in its efficient logistics and distribution of these products it must master the logistics to be able to ensure and satisfy these customers in the conditions relating to costs, delays and quality of service.

According to our syntheses that BL uses the good quality of transport vehicles and also the location of vehicles in real time with commercial assistance, BL also has a mobile workshop equipped. As it encounters difficulties with regard to the inadequacy of information system and the high costs of spare parts.

### **Key words**

BL, Cost, Distribution, Efficient, Logistics, Quality.

