

M1_TLS_Saumur

Stratégie (s) de distribution

Chapitre 1. Les enjeux de la distribution dans le secteur du tourisme.

Réponse aux questions de l'exercice d'approfondissement.

Après avoir pris connaissance de l'article d'Agnès Durand-Moreau (2014), « *Réflexions sur les contours de la distribution touristique* », réalisez une étude sur la distribution en répondant aux questions suivantes :

1. Quelle est selon vous la problématique de l'article étudié et quels en les objectifs ?

L'article d'Agnès Durrande-Moreau présente quelques aspects du flou conceptuel autour de la notion de distribution dans le contexte du marketing du tourisme. La première partie de l'article se focalise sur le mot "distribution" : quel sens a-t-il ? Est-il clair ou ambigu ? Ces questions amènent à contraster le monde des biens et celui des services, dont fait partie le tourisme. La deuxième partie présente quelques résultats de l'étude, menée par la technique des incidents critiques. Que disent touristes de la distribution ? Quel type de barrière ressentent-ils ? Les clients racontent leur expérience et nous ouvrent leur univers mental. La conclusion développe des remarques à l'adresse des entreprises.

2. Le terme « distribution » est-il adapté aux activités de service comme le tourisme ? Pourquoi ?

Oui, en partie. En effet, bien que adapté dans le secteur du tourisme, le concept de distribution doit être utilisé avec attention afin d'éviter des confusions comme celles évoquées dans l'article étudié. Le terme "distribution des services", délicat à manier puisqu'il ne s'oppose pas à la production, peut-être remplacé par celui plus précis "d'accès au service en vente et production", ou plus simplement "d'accès au service" en gardant en tête les deux aspects.

3. Sur le plan processuel et organisationnel, qu'est-ce qui différencie la distribution des biens de celle des services ?

Pour les tangibles, la notion de distribution est particulièrement claire, elle s'oppose et complète celle de production. Des étapes existent, elles sont bien découpées : production d'abord, distribution ensuite. La distribution consiste à rendre accessible le produit, afin qu'il puisse être acheté et utilisé par le consommateur. A l'inverse des biens tangibles, les services sont d'abord

vendus puis produits. Cette remarque a d'importantes implications en matière de distribution, qui n'ont pas encore été bien explorées.

4. Selon les conclusions de l'article, à quoi correspond finalement la notion de « distribution » dans le secteur des services ?

Selon l'article, la distribution qui signifie donner accès au produit tangible ou intangible, correspond pour les services à deux opérations donnant lieu à contact client (vente, puis production), quand une seule opération suffit pour les biens tangibles (vente). Il convient donc de bien différencier la distribution de la promesse de service (ex : la vente du billet de train) de la distribution du service en lui-même (le trajet en train). En tourisme, particulièrement, la vente est souvent très détachée des prestations, avec de longs délais entre la réservation et l'usage et avec des intermédiaires qui peuvent se multiplier, surtout sur Internet (moteur de recherche, comparateur de prix, agence en ligne etc.).

5. Analysez l'importance de la « distribution » en la comparant aux autres variables du mix marketing.

6.

Variables	Objectifs	Importance
Produit	Permet d'offrir de la valeur au consommateur.	
Prix	Permet de générer du revenu pour l'entreprise	
Communication	Permet de faire connaître (dimension cognitive) un produit, faire aimer ce produit (dimension affective) et de faire agir le consommateur (dimension conative)	
Distribution	Permet la rencontre de l'offre et de la demande sur un marché	La valeur de l'offre est très liée à la stratégie de distribution dans le secteur des services. L'acceptabilité du prix dépend aussi de la stratégie de distribution. La distribution est aussi importante que la communication pour valoriser et faire connaître le produit.

7. Rédigez un résumé des résultats des enquêtes empiriques réalisées par l'auteur.