

## **Les enjeux stratégiques des relations entre producteurs et distributeurs**

*Coordonnateur : Karim MESSEGHEM - Maître de conférences - Université de Franche-Comté  
(karim.messeghem@univ-fcomte.fr)*

### **Thèmes :**

L'étude des relations interentreprises occupe une place centrale en management stratégique. En revanche, les travaux consacrés aux relations entre producteurs et distributeurs sont relativement rares et sont plutôt conduits dans d'autres champs disciplinaires tels que le marketing ou la logistique. L'objectif de cette table ronde est de mettre à jour des perspectives de recherche en management stratégique sur les relations entre producteurs et distributeurs.

De nombreuses questions de recherche abordées en management stratégique trouvent un terrain fructueux dans l'analyse des relations entre producteurs et distributeurs. La question des frontières de l'entreprise est posée avec le développement des marques de distributeurs. Les fournisseurs partagent de plus en plus avec leurs distributeurs le processus de conception des produits. Pour apprécier la pertinence des décisions d'internalisation ou d'externalisation des activités de développement de nouveaux produits, l'économie des coûts transaction peut se révéler adaptée moyennant quelques aménagements. L'approche néo-institutionnelle et en particulier les travaux de DiMaggio et Powel trouvent également un terrain favorable dans l'analyse de ces relations. L'environnement institutionnel est essentiel pour comprendre les décisions stratégiques prises par les producteurs et les fournisseurs. Les accords passés entre organisations professionnelles (ANIA-FCD) peuvent exercer une influence sur les relations interentreprises et contribuent à renforcer l'isomorphisme normatif.

### **Déroulement :**

Marie-Louise Helies-Hassid (Université Paris Dauphine) traitera de des marques de distributeur en soulignant leur évolution. Elle montrera dans quelle mesure les marques de distributeurs peuvent constituer une voie coopération.

Hervé Fenneteau (Université Montpellier III) et Gilles Paché (Université Aix-en-Provence) se pencheront sur les relations logistiques pour voir là aussi quelles sont les conditions d'une coopération réussie. Les exigences de qualité, de traçabilité, renforcées par la circulaire européenne 178/2002 CEE, conduisent les distributeurs à développer de nouveaux outils et de nouvelles procédures de sélection des fournisseurs. Comment les fournisseurs peuvent transformer ces nouvelles pressions en opportunités ?

Michel Marchesnay (Université Montpellier I) s'interrogera, à partir d'expériences concrètes, sur les stratégies possibles des petites entreprises en ce qui concerne la commercialisation de leurs produits, et, notamment, sur les moyens de réduire la vulnérabilité et la dépendance vis-à-vis des distributeurs.

Benoît Hornecker en tant que président de l'Association Régionale des IAA et que dirigeant d'entreprise (LUNOR) proposera une analyse des actions menées par les distributeurs en direction de leurs fournisseurs et des PME en particulier. Il évoquera le rôle des organisations professionnelles en matière de régulation des relations entre producteurs et distributeurs et discutera de la portée de textes tels que l'accord signé entre l'ANIA et la FCD.

Ces présentations d'environ 15 minutes seront suivies d'un débat de 30 minutes qui portera notamment sur les voies de la coopération et sur les modes de régulation adaptés à ce type de relation.