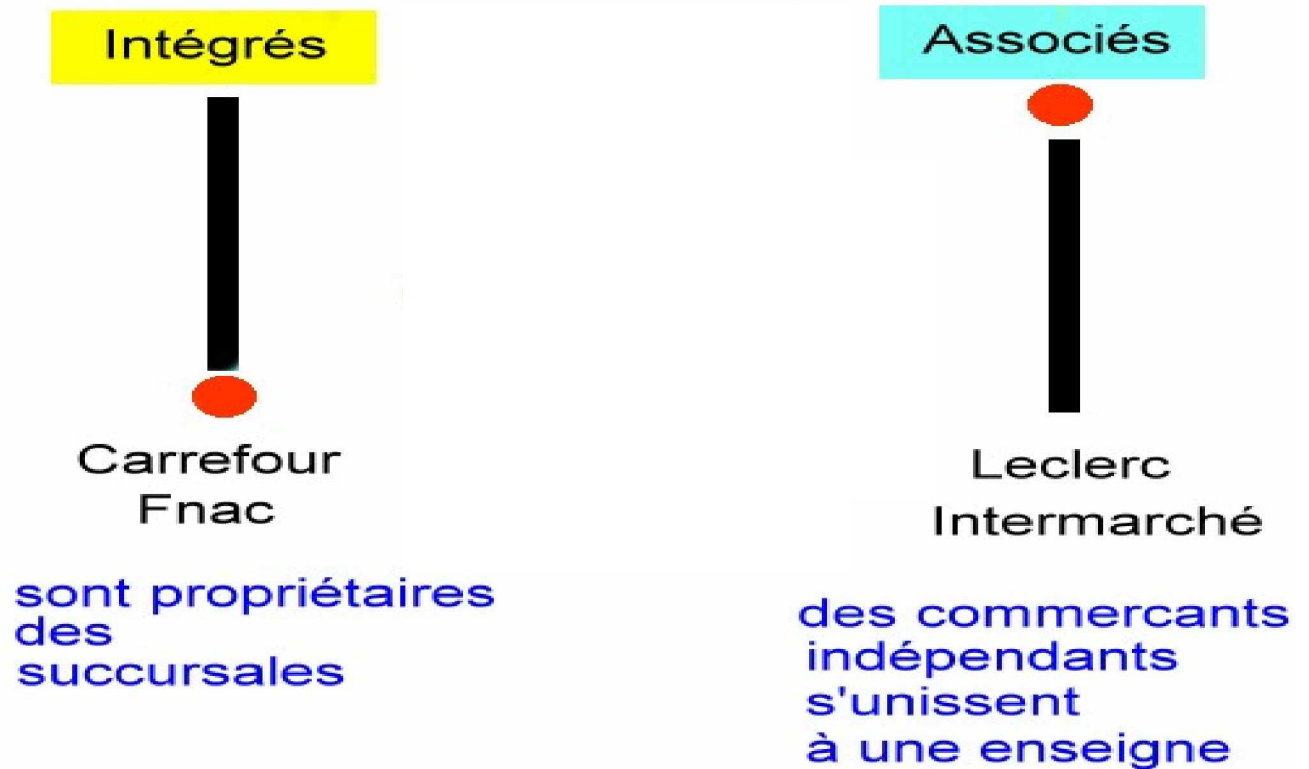


2 Types de commerce



Le commerce intégré

principe : Il concerne l'ensemble des magasins qui s'approvisionnent auprès d'une centrale d'achats.

A dominante alimentaire

- **les supermarchés** : Entre 400 et 2500 m2 assortiment de 3000 à 5000 références (exemple : Casino)
- **le hard discount** : Vente de produits de 1ère nécessité à des prix très bas, choix réduit, peu de grandes marques, présentation sommaire (exemple : ED)

Produits alimentaires et non alimentaires

- **Les magasins populaires ou de proximité**:
En centre ville, collections courtes à fortes rotations, gammes à prix réduits, marges basses (exemple : Monoprix)
- **GSA / Hypermarché** :
Superficie >2500 m2, 25 000 à 40 000 références, implantation en périphérie des villes, prix tirés vers le bas, orientée vers les marques distributeurs en alimentaire (exemple : Carrefour)

Produits non alimentaires

- **La vente par correspondance** :
Commande par courrier, téléphone, minitel, Internet, à partir d'un catalogue (exemple : La Redoute)
- **GSS et GSB** :
Grande surface spécialisée et Grande surface de Bricolage
Implantation urbaine et extra urbaine, assortiment très large avec différents niveaux de prix, vente au comptoir quelquefois, surfaces importantes, niveau de service élevé pour certaines enseignes (exemple : Décathlon, Leroy Merlin, Darty)



LES DIFFERENTES FORMES DE COMMERCE

Le commerce indépendant

principe : Ce sont en général des boutiques dans lesquelles, le commerçant effectue seul ses achats et a le libre choix de ses fournisseurs.

Le commerce indépendant associé

principe : Association de commerçants ayant pour but de grouper leurs achats et d'obtenir ainsi des conditions plus intéressantes auprès des fournisseurs.

- franchise : contrat par lequel un franchiseur, en contrepartie d'un droit d'entrée et de redevances sur le Chiffre d'affaires, met à la disposition des franchisés sa marque, ses produits, son savoir-faire, une assistance technique... (ex : Mc DO, Yves Rocher)
- coopérative : association de commerçants ayant pour objectif principal d'augmenter leur puissance d'achat par la création en commun d'une centrale d'achat (ex : Coopératives agricoles...)
- concession : contrat de distribution par lequel un commerçant, le concessionnaire obtient du concédant le droit de vendre des produits de sa marque pour une période limitée (ex : Citroën, Peugeot...)

