

Nom Supermarché

Un supermarché est un établissement

de vente au détail proposant, en libre service, des produits alimentaires et de grande consommation. En France, en Belgique, au Danemark, en Espagne, en Italie et au Luxembourg, la fourchette de surface réglementaire des supermarchés est de 800 à 4000 m² : cette définition peut varier dans d'autres pays. On parle, en deçà, de supérettes et au delà, d'hypermarchés.

Présentation classique d'un rayon alimentaire en supermarché



La vente au détail

Le **commerce de détail** achète des produits en grande quantité auprès d'un **fournisseur**, d'un **producteur** ou d'un **importateur**, soit directement soit par l'intermédiaire d'un **grossiste**. Il revend la marchandise à l'unité ou par petite quantité à un client dans un *magasin*, une *boutique* ou par correspondance à l'aide d'un catalogue ou d'un site internet. C'est le maillon final de la chaîne de distribution. Il se distingue ainsi du commerce en gros.

Un fournisseur

Un **fournisseur** est une personne ou une entreprise qui soit fabrique, transforme ou emballe des produits contrôlés, soit exerce des activités d'importation ou de vente de ces produits

Un producteur

La **production** est l'activité économique qui apporte de la valeur ajoutée par création et fourniture de biens et de service. Sous cette simplicité apparente se cachent différentes réalités complexes. Elle est fondamentale en économie, en sociologie et en philosophie.

Un importateur

Une **importation** est une entrée dans un pays de biens ou services provenant d'un autre pays.

Ces marchandises peuvent être :

- des biens matériels et stockables. Par exemple des souvenirs de vacances ;

- des services (biens immatériels non stockables). Par exemple le coiffeur fournit des services.

Pour cet autre pays, l'opération est une exportation.

L'importation est généralement une opération favorable au consommateur (plus grand choix de produits, meilleure concurrence sur les prix) et un aiguillon de compétitivité pour les producteurs.

Par ailleurs, du fait de la mondialisation économique, les deux flux sont souvent intimement liés (ex: importation de matières et composants et réexportation de produits finis)

En France, les importations représentent en 2005 54% de la consommation de biens manufacturés.

Un grossiste

Un **grossiste** est une entreprise servant d'intermédiaire entre le fournisseur et les nombreux détaillants qui distribuent ses produits.

Le commerce en gros

Certains grossistes intègrent parfois les fonctions de la logistique, du Commerce de détail, d'achat et/ou de franchiseur lorsqu'il est exclusif.

Lorsqu'il traite en direct avec les fournisseurs, le grossiste devient une centrale d'achat.

Le but de ce genre d'entreprise est donc de traiter de gros volumes de marchandises afin de les revendre en petites quantités. Son enjeu est de prendre une marge entre l'achat en gros et la vente en détail. L'objectif est donc de posséder le volume approprié selon la demande manifestée. En aucun cas un grossiste ne fait affaire avec le consommateur final. Il sert plutôt de plaque tournante au producteur qui désire s'adresser à un maximum de détaillants ou des détaillants spécialisés.

On distingue deux principaux type de grossistes : les volumistes et les grossistes à valeur ajoutée. Ces derniers participent également à la commercialisation des produits mais participent aussi activement à l'"évangélisation" du marché en apportant connaissance, avant vente technique, support, formation, animation marketing, budget de développement etc. aux revendeurs.

Le libre service

Le **libre-service** est une pratique commerciale qui a vu le jour en Californie en 1912 et qui s'est développé dans les années 1950 - 1960, tout d'abord aux États-Unis, puis s'est répandu ensuite à travers le monde.

Ce principe permettant aux clients de se servir eux-mêmes (grande surface, restauration) ou par le biais d'automate de distribution (carburant, marchandise, billetterie ou service bancaire) avant éventuellement de régler leur achat à un caissier ou à une borne d'encaissement. Ce type de commerce nécessite ainsi moins de personnel qualifié pour servir ses clients, mais surtout, ces derniers sont plus enclins à des achats impulsifs qu'ils ne feraient sans doute pas sans ce concept.

Une superette

Une **supérette** est un magasin de vente au détail en libre service, à prédominance alimentaire, sur une surface de vente de 120 à 400 m² en France et en Espagne, et de 100 à 400 m² en Belgique, en Allemagne et Maroc.

En France, on trouve notamment les enseignes *Petit Casino*, *Spar*, *Franprix*, *Eco Service* et *Vival* (Groupe Casino), *Shopi*, *8 à huit*, *Marché Plus* (Carrefour), *G20 (Francap)*, *Coop* (Coop), *Coccinelle (Francap)*, *Sherpa* (Coopérative).

Un hypermarché

Un **hypermarché** est un commerce de détail libre-service de grande taille vendant à la fois des produits alimentaires et non alimentaires.

Il se caractérise par une structure de coût optimisée par rapport à d'autres formes de commerces de taille plus réduite (supermarchés, supérettes, épiceries, ...).

Généralement, situé en périphérie des villes, l'hypermarché propose un vaste assortiment de marchandises y compris non alimentaires, en libre-service.