

commerciali che svolgono la funzione di assistenza per le imprese per quanto riguarda quelle attività di distribuzione esclusi l'acquisto e la vendita.

## I canali di Distribuzione

I canali di distribuzione sono caratterizzati da una struttura generalmente verticale la quale è attraversata da Livelli che corrispondono ai vari intermediari che si contrappongono tra il produttore e il cliente finale. Vi sono anche dei casi in cui il produttore vende direttamente al cliente finale attraverso un **canale diretto** privo di livelli e si parla in questi casi di un sistema di **Marketing Diretto**. Nei casi invece in cui vi sono livelli intermedi tra produttore e cliente finale si parla di Canale Indiretto nel quale sono presenti più intermediari che acquisiscono i diritti di proprietà del bene. Il **canale Indiretto** può essere lungo o breve a seconda del numero di intermediari e livelli presenti. Generalmente per quanto riguarda i beni di consumo si parla di canali lunghi con diversi livelli, per i beni industriali invece generalmente i canali sono più brevi. Per questioni logistiche e di concorrenza diversi produttori sono soliti rivolgersi a più distributori contemporaneamente.

## La concorrenza nella Distribuzione

All'interno del processo di distribuzione si possono individuare diversi tipi di concorrenza:

- La **Concorrenza Orizzontale** la quale riguarda gli intermediari dello stesso tipo che svolgono lo stesso tipo di funzione all'interno della rete di distribuzione.
- La **concorrenza orizzontale intertempo** anche questa tra intermediari dello stesso tipo che però utilizzano formule di vendita diverse tra loro.
- La **Concorrenza verticale** la quale invece riguarda quegli intermediari che occupano posizioni diverse nella catena della distribuzione.
- La **concorrenza tra reti di distribuzione** in riferimento a canali molto diversi tra loro che entrano in contrapposizione (es. vendita per corrispondenza, vendita online)

## Come un'impresa sceglie la rete di Distribuzione

Vista e considerata la struttura delle reti di **distribuzione**, i suoi livelli e le funzioni e potenzialità dei vari intermediari, appare chiaro come la scelta di una rete di distribuzione sia importante e strategica per un'impresa. I fattori deter-

minanti in questa scelta sono:

- Le **caratteristiche del mercato**. Innanzitutto c'è da considerare che a seconda della vastezza del mercato è opportuno o meno affidarsi alla distribuzione. Più il mercato è grande infatti più diventa difficile per l'impresa gestire autonomamente il processo di distribuzione. Anche rispetto alla grandezza della distribuzione geografica del mercato vale lo stesso discorso.
- Le **caratteristiche dei prodotti**. Anche le caratteristiche dei prodotti stessi incidono sulla scelta della rete di distribuzione. Per esempio prodotti che hanno tempi di scadenza limitati, specialmente i prodotti alimentari freschi, esigono una rete di distribuzione breve... Per quanto riguarda le reti brevi c'è da considerare anche il fatto che, essendo pochi i livelli e i passaggi, questi sono più controllabili dai produttori i quali possono anche adattarsi velocemente alle innovazioni della distribuzione.
- Le **caratteristiche dell'impresa**. Per quanto riguarda le imprese ciò che influisce molto sulla scelta della distribuzione sono le risorse finanziarie. Una impresa con grandi risorse finanziarie infatti non avrebbe problemi a gestire autonomamente la sua distribuzione. Senza contare talaltro l'importanza anche della presenza di competenze di marketing proprie del settore della distribuzione.

tura siano in qualche modo collegati tra loro in una sorta di cooperazione oppure no.

Nelle reti con Struttura Verticale Convenzionale infatti tutti i livelli operano individualmente cercando il miglior profitto per loro stessi disinteressandosi del rendimento e funzionamento dell'intera rete di distribuzione in cui operano.

Nelle Strutture Verticali Coordinate invece accade che tra i vari livelli vi sia coordinazione rispetto a determinate attività e questo per raggiungere un impatto migliore sul **mercato**. In questo tipo di sistema uno degli intermediari o partner della rete si incarica di svolgere la funzione di coordinamento dei vari livelli.

Rispetto a questo secondo tipo di struttura si possono distinguere diversi sistemi di funzionamento:

- **Sistemi Verticali Integrati** nei quali sia la distribuzione che la produzione sono sotto il controllo dello stesso proprietario e questo tipo di iniziativa può partire sia dal produttore che dal distributore.
- **Sistemi Verticali Contrattuali** nei quali sono invece imprese indipendenti che svolgono la funzione di coordinamento dei vari livelli attraverso un legame contrattuale che ne regola i programmi e le funzioni.
- **Sistemi Verticali Controllati** nei qua-



## I sistemi della struttura verticale di Distribuzione

In una rete di **distribuzione** verticale può accadere che i vari livelli della strut-

li esistono delle forme di cooperazione e collaborazione però non contrattuali, le quali sono possibili soprattutto grazie all'immagine e alla forza commerciale della marca.