



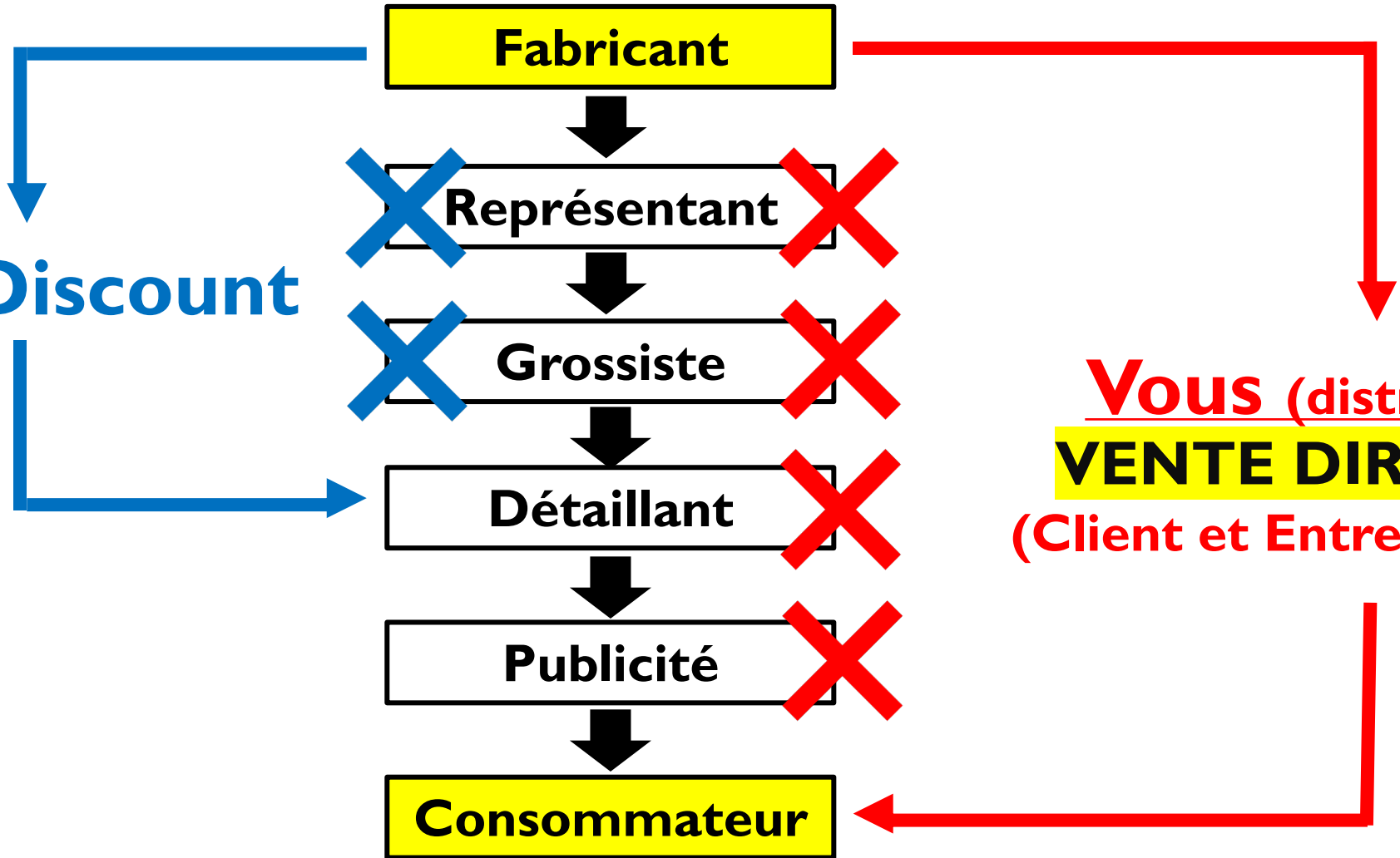
LA VENTE DIRECTE EST UNE INDUSTRIE

LE MARKETING DE RÉSEAU EST CERTES L'OBJET DE
NOMBREUSES CONTROVERSE, MAIS C'EST UN SYSTÈME
DE VENTE QUI RESTE TOUT À FAIT LÉGAL DANS TOUS LES
PAYS, C'EST UNE INDUSTRIE À PART ENTIÈRE !

DÉFINITION DE LA VENTE DIRECTE

- La **vente directe** est la transaction qui se déroule **sans intermédiaire** entre une personne à l'origine de l'existence du produit ou de la transformation d'un produit (le producteur ou le transformateur) et l'acheteur final (consommateur). C'est un des types de vente s'inscrivant parmi les **circuits courts**.

Hard Discount



VOUS (distributeur)
VENTE DIRECTE
(Client et Entrepreneur)

- Dans la diapo 4, on voit que la vente directe du producteur au client permet de **supprimer les intermédiaires qui ont une part non négligeable dans le coût final du produit** : marge rémunératrice de/des intermédiaires, services de transport, centrales d'achat, commerciaux, etc.
- Le mode de distribution qu'est la vente directe permet aussi de **se passer de succursales trop coûteuses à mettre en place**. **Le système de rémunération consiste à simplement offrir une marge sur les prix de ventes aux distributeurs indépendants.**

LA PARTICULARITÉ DU **HARD DISCOUNT**

- Le hard discount **supprime quelques intermédiaires, la publicité reste présente** (avec des coûts certes limités). **Les ventes se déroulent toujours en moyennes surfaces.**

Le modèle hard discount permet généralement des prix bas par :

- la quasi-absence de services
- un environnement de vente spartiate
- une réduction des coûts de manutention (mise en rayon par palettes)
- une limitation du nombre de références offertes
- une présence souvent très limitée des grandes marques
- une forte polyvalence des salariés
- une forte puissance d'achat (concentrée sur un petit nombre de références)
- des investissements publicitaires souvent limités



QUELLES SONT LES DIFFÉRENTS MODÈLES DE VENTE DIRECTE ?

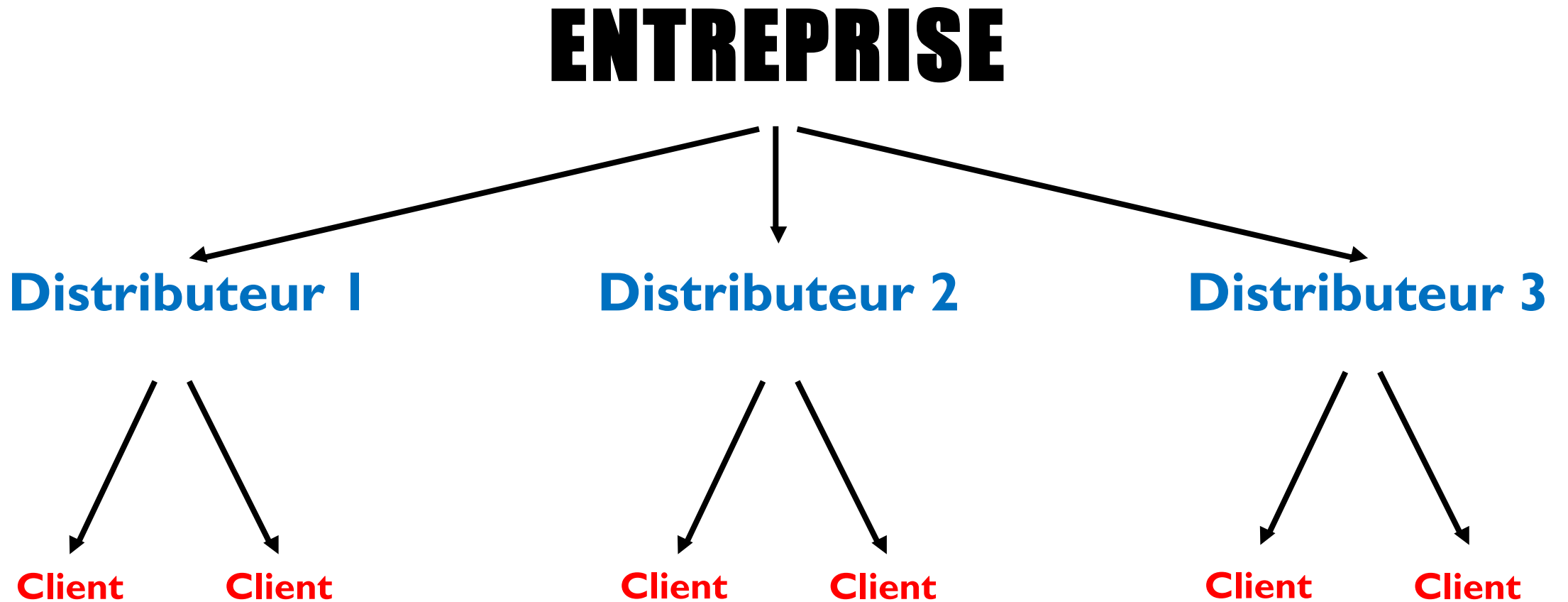
Modèle 1:

Vente uni-niveau (à un seul niveau) : c'est la forme initiale, dite traditionnelle.

Dans ce modèle, l'entreprise cherche plusieurs distributeurs indépendants qui vont être des **« chasseurs de clients »** (des consommateurs des produits ou des utilisateurs des services proposés par l'entreprise).

- Représentation du modèle uni-niveau.

8



- Les distributeurs 1, 2 et 3 sont sur un seul et unique **palier (ou niveau)**. Ils n'ont qu'un seul objectif : **trouver des clients !**

Pour exemples:

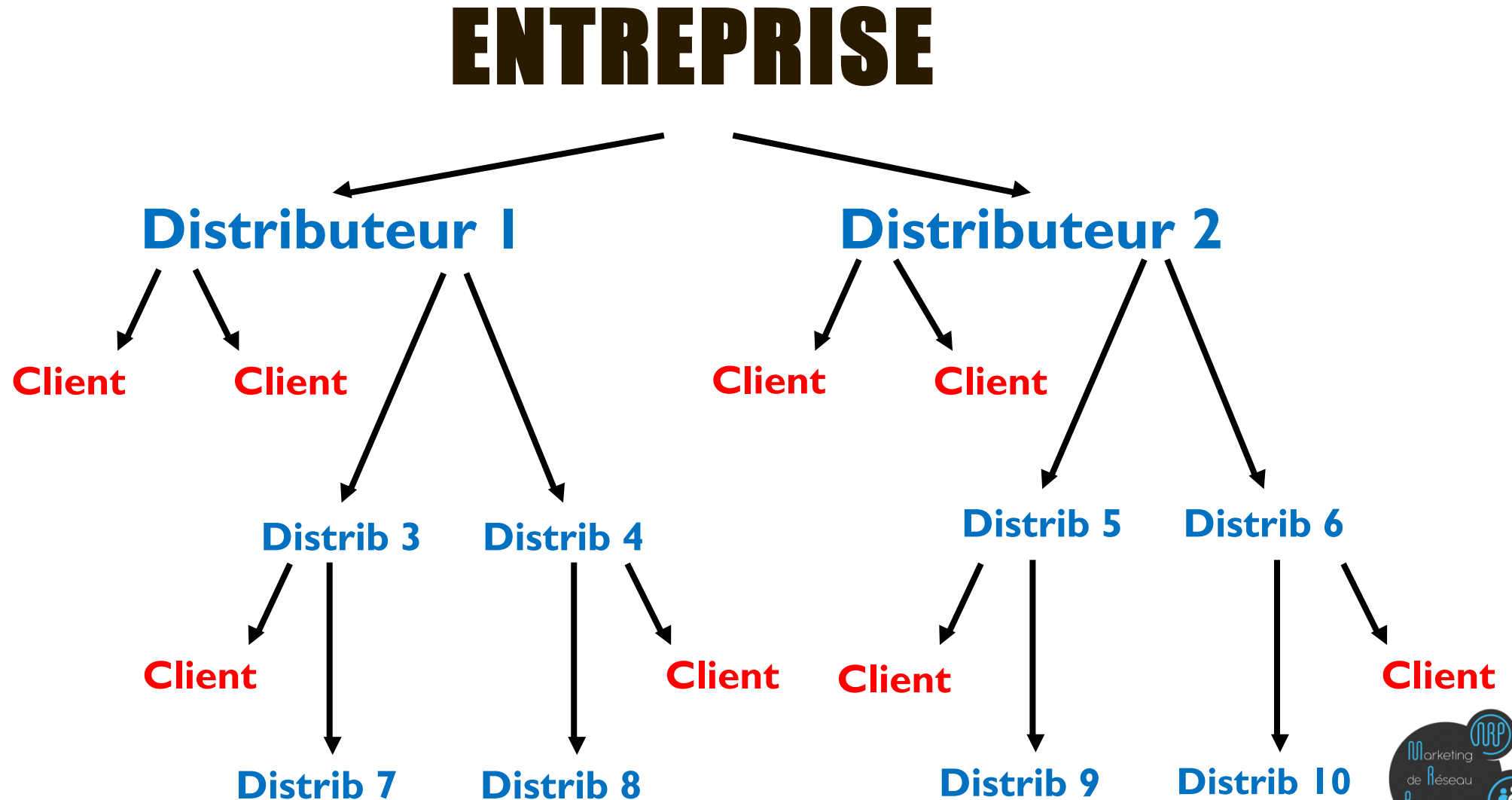
- Le distributeur 1 acquiert uniquement des clients.
- Le distributeur 2 acquiert uniquement des clients.
- Et le distributeur 3 acquiert uniquement des clients.

Modèle 2:

Vente multi-niveaux (ou paliers multiples)

Dans ce modèle, l'entreprise cherche des distributeurs indépendants qui vont être à la fois des **« chasseurs de clients »** (des consommateurs des produits ou des utilisateurs des services proposés par l'entreprise) et des **« chasseurs de partenaires »** (donc d'autres distributeurs indépendants).

- Représentation du modèle multi-niveaux.





- Les distributeurs 1 et 2 sont sur le **palier 1 (ou niveau 1)**
- Les distributeurs 3, 4, 5 et 6 sont sur le **palier 2 (ou niveau 2)**
- Les distributeurs 7, 8, 9 et 10 sont sur le **palier 3 (ou niveau 3)**

Pour exemples :

- Le distributeur 1 acquiert des clients **et** il recrute aussi les distributeurs 3 et 4.
- Le distributeur 3 acquiert un client **et** il recrute à son tour le distributeur 7.
- Et le distributeur 4 acquiert un client **et** il recrute à son tour le distributeur 8.

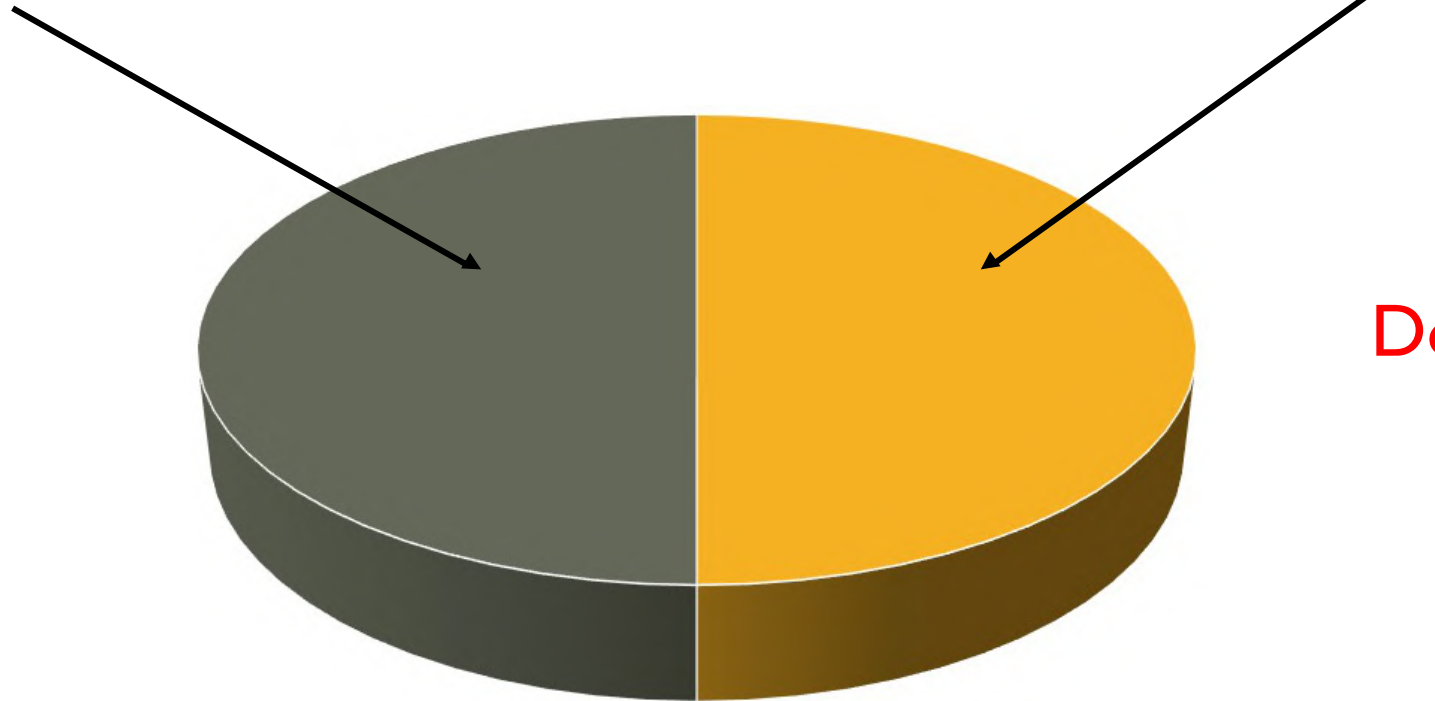
QUELLE EST LA RÉPARTITION DES DEUX MODÈLES DE VENTE DIRECTE ?

Marketing traditionnel (uni-niveau)

50%

Marketing multi-niveaux (MLM)

50%



Données 2011

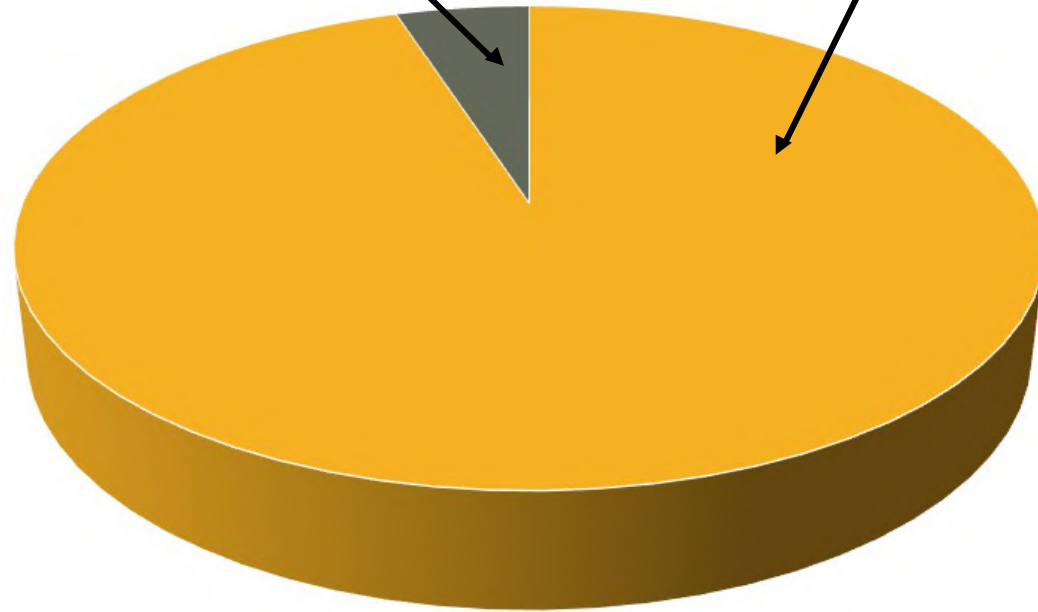
14

RÉPARTITION DES DEUX MODÈLES DE VENTE DIRECTE AU MONDE



Marketing traditionnel
(uni-niveau) 5%

Marketing multi-niveaux
(MLM) 95%



Données 2011

/ 15

RÉPARTITION DES DEUX MODÈLES DE VENTE DIRECTE AUX ÉTATS-UNIS



- Le marketing uni-niveau est la forme originelle. Ce type de marketing perd du terrain, et **c'est désormais le marketing multi-niveaux (vente à palier multiple, MLM) qui prévaut aux Etats-Unis d'Amérique.**

QUELS SONT LES AVANTAGES DU MODÈLE DE VENTE MULTI-NIVEAUX ?

- Vous générez **un revenu à partir de vos clients personnels.**
- Vous pouvez bâtir une organisation en équipe, **vous bâtissez un réseau.**
- Vous gagnez **des revenus additionnels grâce aux clients de vos partenaires** (distributeurs) situés aux différents paliers de votre réseau.

DÉFINITION DU MARKETING DE RÉSEAU

« Le marketing de réseau est une stratégie et une approche de vente des entreprises pour effectuer des **ventes directes** en faisant appel à des **agents indépendants (distributeurs)**, **structurés en plusieurs niveaux**, afin de vendre des biens et/ou des services de la société à d'autres agents ou à des **utilisateurs finaux** »

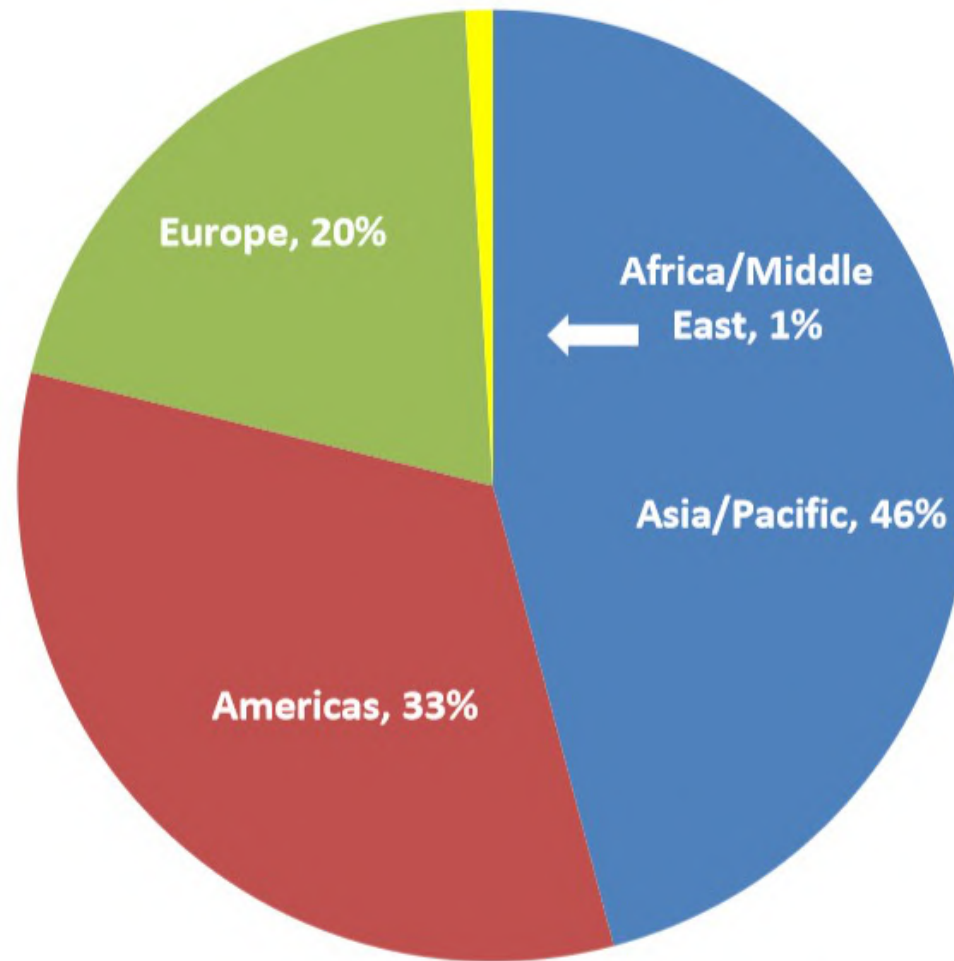
Définition de l'AMA, American Marketing Association



- Le marketing de réseau est aussi appelé **vente par paliers multiples** du fait de cette organisation des distributeurs sur plusieurs niveaux (ou paliers).
- La vente par paliers multiples est aussi désignée par le sigle **MLM**, de l'anglais **Multi-Level Marketing**.

RÉPARTITION DES VENTES GLOBALES

(Données 2017)



/ 23

RÉPARTITION DES VENTES GLOBALES PAR REGION (EN POURCENTAGES)

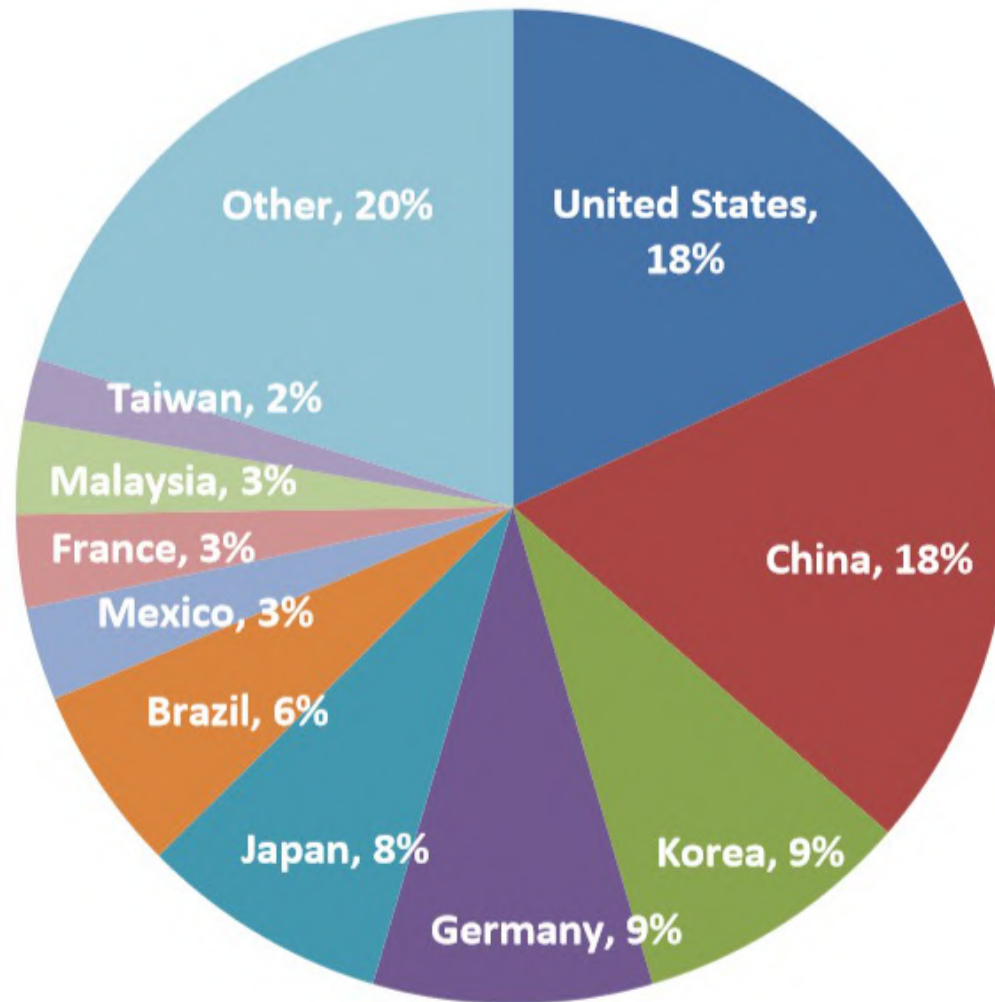


Ventes globales de 189.641 millions de dollar US

Asie / Pacifique	85.381 millions de dollar US
Afrique / Moyen Orient	1.751 millions de dollar US
Amérique du Nord	36.892 millions de dollar US
Amérique du Sud / Amérique central	27.149 millions de dollar US
Europe	38.469 millions de dollar US

**RÉPARTITION DES VENTES GLOBALES
PAR REGION (EN MILLIONS DE DOLLAR US)**

- Pendant des décennies, l'Amérique du nord (Etats-unis + Canada) a été la plus grande région de vente directe.
- Depuis, ce modèle d'entreprise s'est installé et a connu une forte poussée en Asie et dans le Pacifique, faisant ainsi de **l'Asie-Pacifique la région dominante.**



RÉPARTITION DES VENTES GLOBALES PAR PAYS (Données 2017)

Ventes des 10 pays majeurs 114.809 millions de dollar US

Chine	34.291 millions de dollar US
Corée	17.151 millions de dollar US
Allemagne	16.699 millions de dollar US
Japon	15.329 millions de dollar US
Brésil	11.854 millions de dollar US
Mexique	5.887 millions de dollar US
France	4.991 millions de dollar US
Malaisie	4.665 millions de dollar US
Taiwan	3.942 millions de dollar US
Autres	74.832 millions de dollar US

27

(Données 2017)

Ces 10 pays font parties des 65 pays nommés dans les statistiques 2018 (de l'exercice 2017) de la World Federation of Direct Selling Associations (WFDSA).

Tous les pays non nommés sont regroupés dans la catégorie AUTRES.



RÉPARTITION DES VENTES GLOBALES DES 10 PAYS MAJEURS (EN MILLIONS DE DOLLAR US)

- **Ces dix (10) pays** (Allemagne, Taïwan, Malaisie, France, Mexique, Corée du sud, Brésil, Chine, Japon et États-unis) **pèsent pour 79 % du marché mondial de la vente directe en 2017.**

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE PAYS OÙ LES VENTES ANNUELLES SONT SUPÉRIEURES À UN MILLIARD DE DOLLAR AMÉRICAIN.

30

En 2000

14 pays

8 pays développés

**6 pays en
développement/Emergents**

En 2017

24 pays

8 pays développés

**16 pays en
développement/Emergents**

- Le nombre de pays où les ventes annuelles en marketing de réseau dépassent un milliard de dollar américain a augmenté entre 2000 et 2017 (passage de 14 à 24 pays).
- Le nombre de pays développés reste stable.
- Par contre **le nombre de pays en développement/émergents augmente** (passage de 6 à 16 pays).

- La vente directe et le marketing de réseau en particulier sont finalement une opportunité pour le marché des biens de consommation, surtout **dans les pays du tiers-monde, les pays en développement ou les pays émergents.**
- Dans ces pays **les consommateurs n'achètent pas les produits du fait de la publicité quelque soit la forme. Leurs achats se font sur la base de l'expérience-produit d'un proche.**

LA VENTE DIRECTE APRÈS LA CRISE FINANCIÈRE MONDIALE DE 2009.

- **Presque tous les secteurs d'activités et toutes les industries ont été impactés négativement par la crise financière de 2009 :**

- Automobile
- Chimie
- Métallurgie
- Bâtiment
- Finance
- Transports
- Business des services ...

34

- **La vente directe s'en est très bien sortie après la dernière crise financière, pour preuves :**

35

**Ventes directes globales
en 2008**

**120 milliards de dollar US
(hors TVA)**

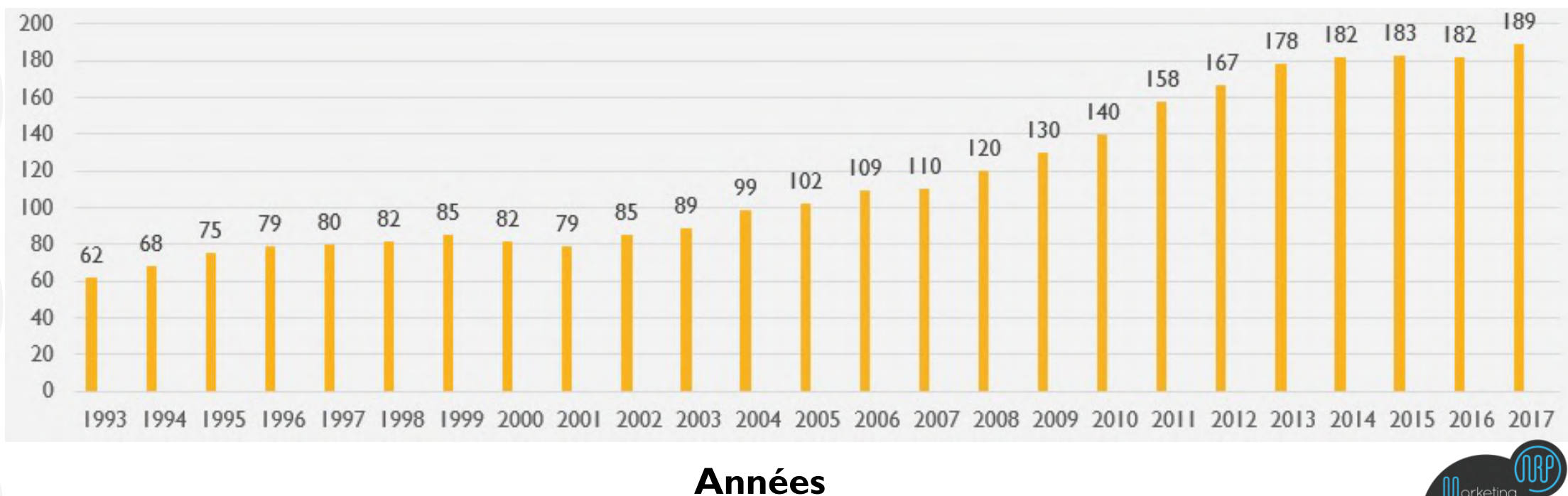
**Ventes directes globales
en 2012**

**167 milliards de dollar US
(hors TVA)**

VENTES DIRECTES GLOBALES DE 1993 À 2017.

36

Ventes (en milliards de dollar US)



- **L'industrie de la vente directe intègre très vite les nouvelles technologies** (internet, wi-fi, très haut débit, e-commerce, réseaux sociaux...) **pour son expansion globale** (plus de distributeurs dans de plus en plus de pays).
- Les entreprises de marketing de réseau enregistre des **ventes records depuis les années 1990s.**

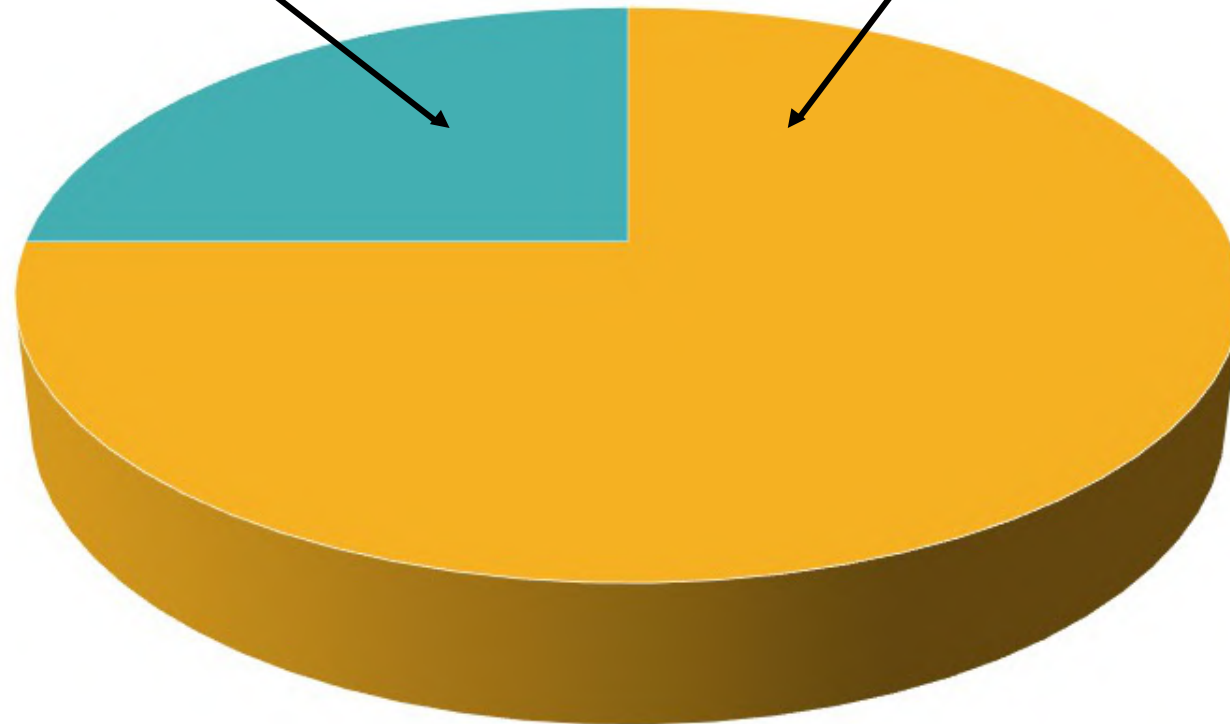
- Les performances des entreprises de vente directe sont **amplifiées pendant les périodes de crises économique et financière (2008-2009)**.
- **Les ventes globales ont ainsi été multipliées par 3 entre 1992 et 2017** (passant de 62 milliards de dollar US à 189 milliards de dollar US).

STATISTIQUES SUR LE GENRE À L'ÉCHELLE GLOBALE ET PAR RÉGION.

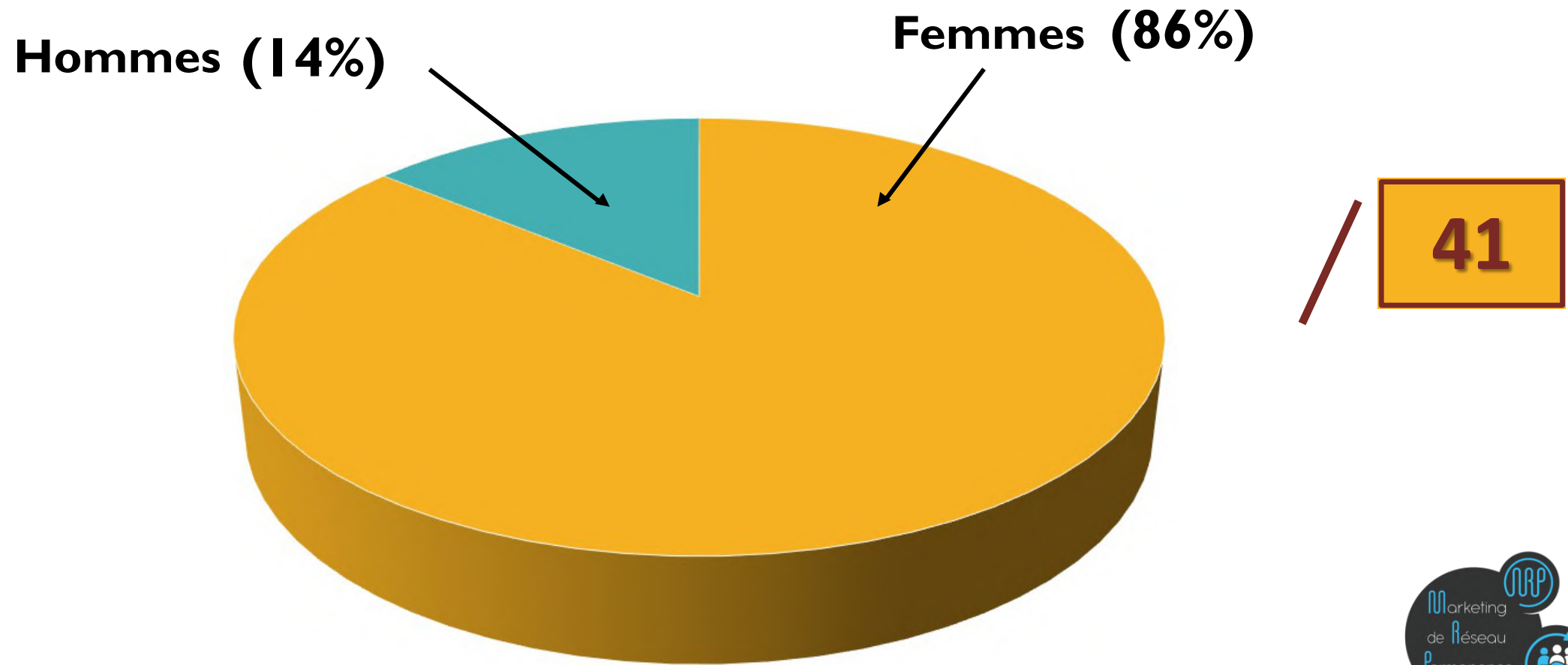
STATISTIQUES SUR LE GENRE (HOMME-FEMME) DANS LE MONDE.

40

Hommes (32%) Femmes (68%)



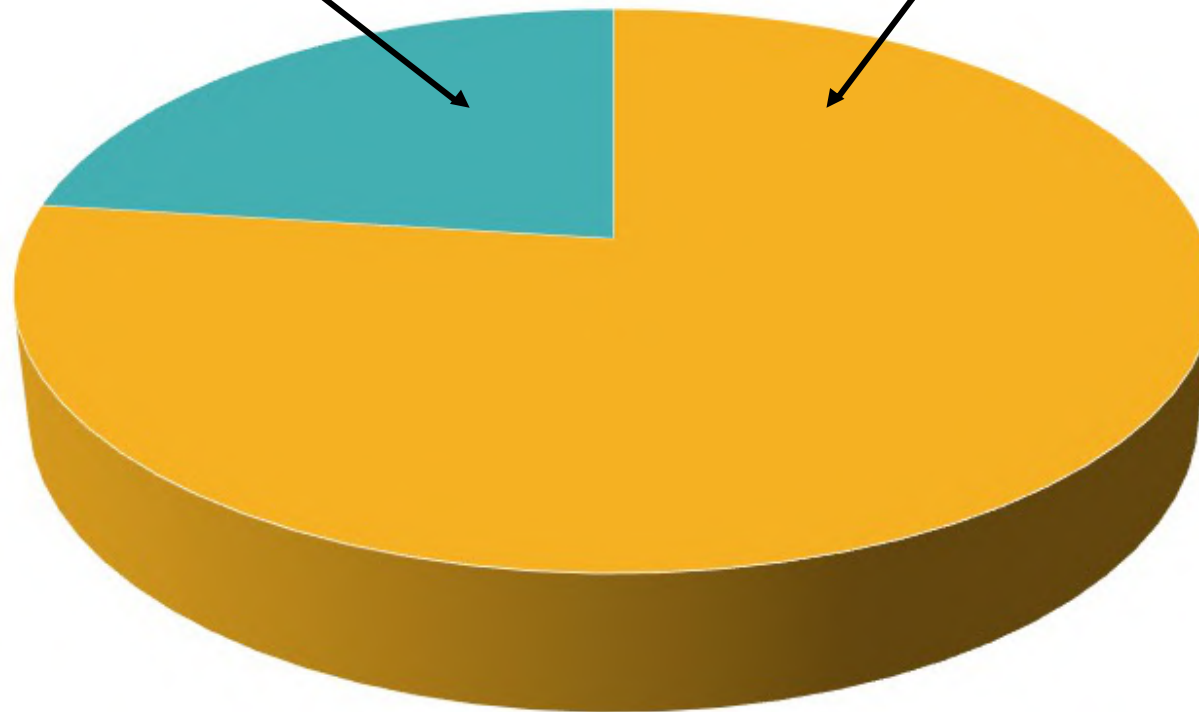
STATISTIQUES SUR LE GENRE (HOMME-FEMME) DANS L'UNION EUROPÉENNE.



STATISTIQUES SUR LE GENRE (HOMME-FEMME) EN AMÉRIQUE DU NORD.

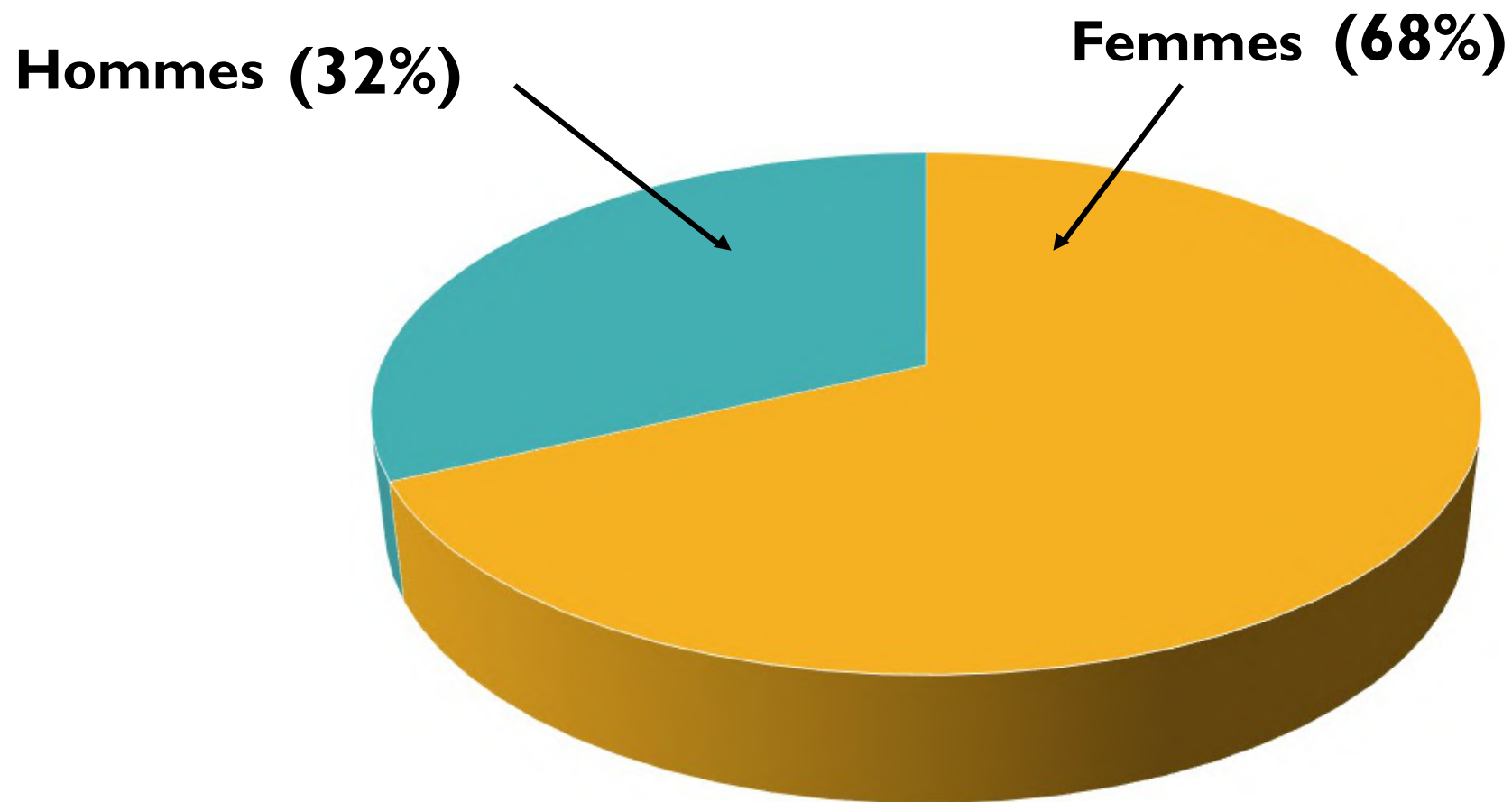
42

Hommes (23%) Femmes (77%)



STATISTIQUES SUR LE GENRE (HOMME-FEMME) EN ASIE.

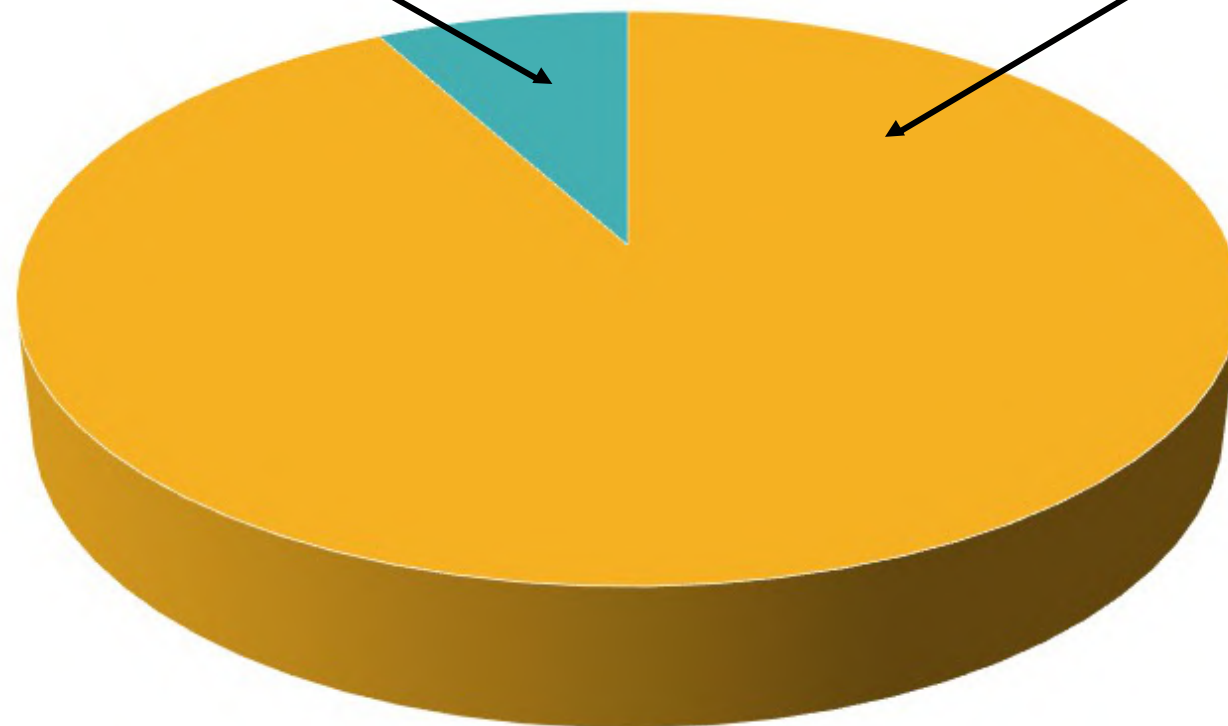
43



STATISTIQUES SUR LE GENRE (HOMME-FEMME) EN AMÉR. CENTRALE ET DU SUD.

Hommes (8%)

Femmes (92%)



44

- Le marketing de réseau est appelé « **l'économie rose** » du fait de la **prédominance des femmes dans cette industrie.**
- Dans un contexte globale où il est difficile pour une femme de trouver du travail, **le marketing de réseau offre aux femmes une grande opportunité d'indépendance financière.**
- On est également dans un contexte où il est plus difficile pour une femme de garder son travail longtemps du fait des responsabilités familiales dans certains pays.

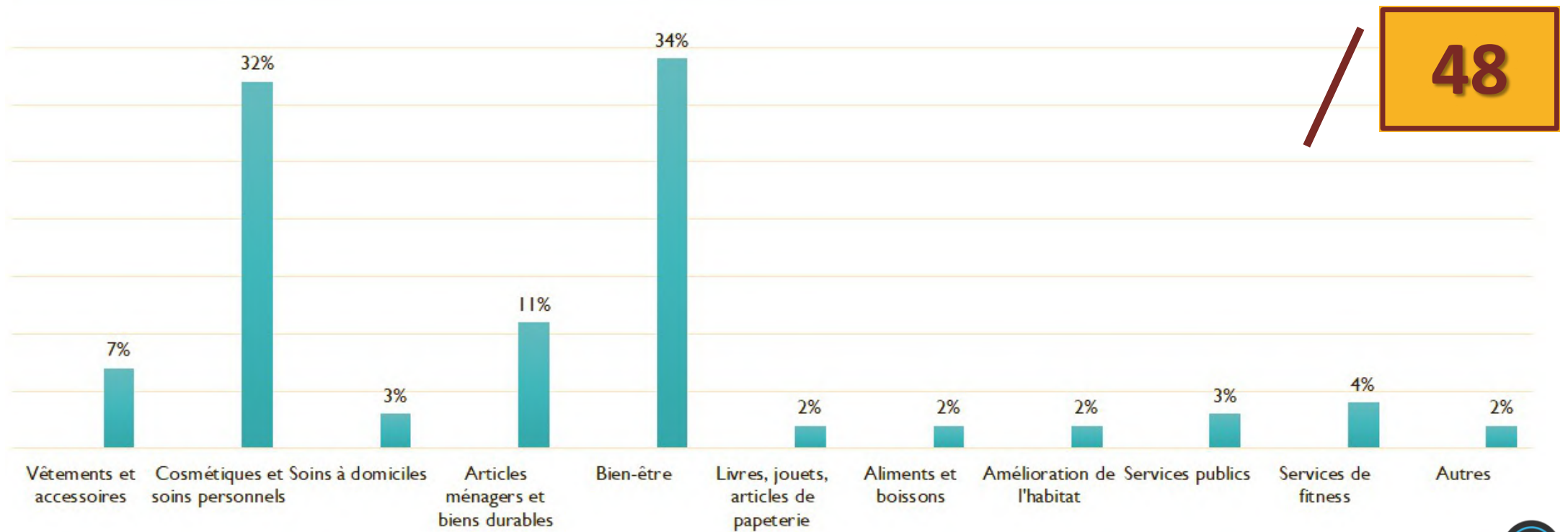


- Aux États-unis en 2010, **les femmes ont généré un volume de vente de 29,6 milliards de dollar US dans le marketing de réseau.**
- Ces ventes ont été réalisées en travaillant à temps partiel, à domicile.

LES PRODUITS DOMINANTS DISTRIBUÉS EN VENTE DIRECTE.

VENTES AU DÉTAIL PAR CATÉGORIES DE PRODUITS EN POURCENTAGE (EN 2017)

Ventes (en pourcentage des ventes globales)



Catégories de produits

- **Les différentes catégories de produits expliquent la prédominance des femmes dans la vente directe.**
- Tous ces produits sont des **produits de contact ou d'utilisation directe**. Ils offrent aux utilisateurs eux-mêmes distributeurs la **possibilité de partager leur expérience personnelle de l'efficacité du produit.**

- Dans le marketing de réseau on conseille ou recommande vivement au distributeur d'être lui-même un utilisateur du produit.
- Dans le marketing de réseau **« le distributeur indépendant doit être lui-même le produit du produit et être lui-même la publicité ».**

CONCLUSION

- **La vente directe est une industrie très dynamique, l'une des rares industries qui n'enregistre ni baisse ni stagnation en période de crise.** Au contraire, cette industrie connaît en moyenne une croissance annuelle de 10% dans le monde.

- La vente directe offre des possibilités **d'entreprendre, de générer des revenus, sans considération de niveaux d'études, de compétences, de sexes, de couleurs de peau, de générations ou de catégories socio-professionnelles.**

ANNEXES

EVOLUTION DU NOMBRE GLOBAL DE DISTRIBUTEURS

55



Années	Nombre de distributeurs
2012	89 675 927
2013	96 257 679
2014	99 724 641
2015	103 277 493
2016	107 337 983
2017	116 737 059

- Le nombre de personnes qui développent une activité de vente directe dans le monde entier **ne cesse d'augmenter d'année en année.**

EVOLUTION DU NOMBRE DE DISTRIBUTEURS EN FRANCE

Années	Nombre de distributeurs
2012	521 000
2013	534 672
2014	572 000
2015	640 215
2016	671 920
2017	795 963



- Le nombre de distributeur est aussi en constante augmentation en France.