

DIXIÈME RENCONTRE INTERNATIONALE DU GERPISA
TENTH GERPISA INTERNATIONAL COLLOQUIUM

La coordination des compétences et des connaissances dans l'industrie automobile
Co-ordinating competencies and knowledge in the auto industry

6-8 Juin 2002 (Palais du Luxembourg, 15, rue Vaugirard, 75006 Paris, France)

MATCHING ET ORGANISATION DE LA DISTRIBUTION AUTOMOBILE

Noémie BEHR

*CERNA - Centre d'Economie Industrielle
Ecole des Mines de Paris*

Vendre une automobile exigerait idéalement de proposer au consommateur le véhicule qui, au sein d'une gamme variée, maximise son utilité et permet au constructeur de capturer tout son consentement à payer. Nous appelons *matching* ce processus de rencontre, que le constructeur automobile organise au sein de son réseau de distribution. Cet article examine la question du *matching* et de l'organisation industrielle de la distribution dans l'industrie automobile. Il analyse comment différents systèmes de distribution gèrent la question du *matching*, et compare sur ce point les avantages et handicaps des systèmes de vente sur stock et de « Build-to-Order ». Une première partie décrit le système traditionnel de vente sur stock et le schéma de relations verticales organisant le *matching* dans ce système. Nous caractériserons les sources de *mis-matching* liées à la contrainte de stock et aux schémas incitatifs mis en place par les constructeurs. Une deuxième partie considère le système alternatif de « Build-to-Order », qui résout la question de la disponibilité de la variété de l'offre pour le consommateur. Elle met en évidence les difficultés spécifiques de mise en œuvre d'un tel système.

Mots clefs : distribution automobile, différenciation, variété, relations verticales.