



Optimization of the distribution logistics strategy of small and medium-sized enterprises in the District of Bamako

Optimisation de la stratégie de la logistique de distribution des petites et moyennes entreprises dans le District Bamako

Lassina TOGOLA

Université des Sciences Sociales et de Gestion – Bamako – Mali

Brahima DAOU

Doctorant à l'Ecole Doctorale ED-DESSLA – Bamako – Mali

Résumé : La distribution est devenue un élément clé des politiques et des stratégies des petites et moyennes entreprises. Elle leur permet de se différencier sur les marchés en rendant les produits disponibles aux bons endroits et aux bonnes quantités. A l'heure actuelle, les petites et moyennes entreprises du District de Bamako sont confrontées aux coûts élevés de la distribution de leurs produits. L'objectif de cet article est de mettre en exergue l'optimisation de la stratégie de la logistique de distribution des petites et moyennes entreprises dans le District de Bamako. La méthodologie adoptée a consisté à faire des recherches documentaires et des explorations de terrain. La méthode quantitative a été utilisée pour traiter les données obtenues à l'aide d'un questionnaire. Le questionnaire a été adressé à 90 agents des petites et moyennes entreprises et leurs partenaires. L'étude a montré que l'optimisation de la stratégie de la logistique de distribution des petites et moyennes entreprises dans le District de Bamako permet aux entreprises de réduire les coûts de distribution, de satisfaire les besoins des clients et d'améliorer aussi la performance des petites et moyennes entreprises.

Mots clés : optimisation ; stratégie ; distribution ; entreprises ; Bamako.

Abstract: Distribution has become a key element in the policies and strategies of small and medium-sized enterprises. It allows them to differentiate themselves in the markets by making products available in the right places and in the right quantities. At present, small and medium-sized enterprises in the District of Bamako are faced with the high costs of distributing their products. The objective of this article is to highlight the optimization of the distribution logistics strategy of small and medium-sized enterprises in the District of Bamako. The methodology adopted consisted of documentary research and field explorations. The quantitative method was used to process the data obtained using a questionnaire. The questionnaire was sent to 90 agents of small and medium-sized enterprises and their partners. The study showed that optimizing the distribution logistics strategy of small and

medium-sized enterprises in the District of Bamako allows companies to reduce distribution costs, satisfy customer needs and also improve the performance of small and medium-sized enterprises.

Keywords: optimization ; strategy ; distribution ; enterprises ; Bamako.

Digital Object Identifier (DOI): <https://doi.org/10.5281/zenodo.14876344>

1. Introduction

La distribution est l'ensemble des activités logistiques, financières, administratives et commerciales réalisées à partir du moment, où, les produits sont finis et attendent d'être écoulés jusqu'à celui où ils sont en possession du consommateur final. La distribution est par voie de conséquence, un ensemble de fonctions qui font passer le produit de son état de production à son état de consommation, chacun d'eux se caractérise par un état de lieu, de lot et un état de temps (Lendrevie, et al., 2009). Dans un contexte économique instable, sous la pression de la mondialisation, d'une concurrence croissante, nombreuses sont les entreprises qui constatent les limites de l'optimisation seule de leurs systèmes de distribution et cherchent à explorer de nouvelles sources de compétitivité à travers l'optimisation de leurs réseaux logistiques et de leurs relations avec leurs partenaires. Fournir le produit et/ou le service désiré par le client, rapidement, moins cher et plus performant que celui proposé par l'entreprise concurrente sur le marché, est de nos jours, le souci majeur de chaque entreprise existant dans un marché local et/ou international. La concurrence dans un futur proche ne sera pas entre différentes entreprises, mais, entre différents réseaux logistiques (Tanonkou, 2007). Les fonctions matérielles et commerciales jouent un rôle capital dans la stratégie de la logistique de distribution des produits des petites et moyennes entreprises dans le District de Bamako. Les petites et moyennes entreprises dans le District de Bamako font face à des difficultés de la distribution de leurs produits, à savoir : la vétusté des moyens de transport, le coût élevé de la gestion de leur flotte, etc. Une distribution mal gérée a un impact sur la performance des petites et moyennes entreprises dans le District de Bamako, car, le respect des délais de livraison dans la chaîne logistique est un gage de sécurité pour les entreprises, face à la concurrence sur le marché.

L'objectif de cet article est de mettre en lumière, l'optimisation de la stratégie de la logistique de distribution des petites et moyennes entreprises dans le District de Bamako. Pour répondre à cet enjeu notre problématique s'articulera autour de la question suivante : Quel est l'impact de l'optimisation sur la stratégie de la logistique de distribution des petites et moyennes entreprises à Bamako ? Après l'introduction, le reste de l'article est structuré en quatre

parties. La première partie porte sur la revue de la littérature. La deuxième met l'accent sur le cadre méthodologique de l'étude. La troisième et la quatrième partie présentent respectivement les résultats et la discussion. Enfin, l'article se termine par une conclusion.

2. Revue de la littérature

L'ensemble des activités réalisées par le fabricant avec ou sans le concours à d'autres institutions, à partir du moment où les produits sont finis et attendent d'être écoulés jusqu'au moment, où, ils sont en possession du consommateur final et prêts à être consommés, au lieu, au moment, sous les formes et dans les quantités correspondant aux besoins des utilisateurs (Chirouze, 1990). La distribution est l'ensemble des opérations par lesquelles, un bien sortant de l'appareil de production est mis à la disposition du consommateur ou de l'utilisateur (Dubois, 2013). Les opérations classiques de la distribution sont : les achats, le transport, le stockage, la mise à disposition et la présentation, la vente de produits. Elles sont complétées par des services annexes tels que : la livraison au client, le service après-vente, le crédit, les conseils divers d'ordre commercial et technique... De façon usuelle, on considère que la distribution repose sur deux grandes catégories de fonctions, à savoir : les fonctions matérielles ou logistiques et celles commerciales (Capon, et al., 2013). Selon (Dugot, 2000), les fonctions matérielles et les fonctions commerciales constituent l'ossature de la distribution. Intangibles, elles doivent être assurées pour que la distribution remplisse correctement son rôle, à savoir : la mise en relation de la production avec la consommation ainsi que l'augmentation de l'offre par la stimulation de la demande.

Le problème de localisation-allocation résulte de deux problèmes de prise de décision à différents niveaux : niveau stratégique (décision de localisation) et niveau tactique (décision d'allocation). Une étude menée par (Martel, 2001) présente un problème de localisation pure. L'auteur propose une formulation du problème: soit J sites (centres de distribution, productions, entrepôts, ...etc.) à localiser dans un ensemble S de sites potentiels (emplacements), où $J \subseteq S$. Il se place dans le cas où les flux des produits qui circulent à travers chacun des sites sont connus. Toutefois, les coûts d'implantation et d'opération d'un site dépendent de l'endroit où il se situe. Le problème consiste à chercher la meilleure localisation des J sites de façon à minimiser une fonction coût total linéaire. A présent, nous considérons les problèmes de localisation-allocation. Le plus souvent, les décisions de localisation et celles d'allocation doivent être prises simultanément. (Ricciardi, et al., 2002) ont considéré un problème de localisation en supposant des coûts aléatoires d'exploitation dans les centres de distribution. L'objectif est de minimiser le coût total de transport entre les

centres de production et les centres de distribution et entre les ceux de distribution les zones de demande (clients), plus, le coût total moyen d'exploitation des centres de distribution. Ils supposent au préalable que la localisation des centres de distribution est connue et s'intéressent aux flux de matière dans le réseau. Le problème est modélisé comme un programme mathématique non linéaire avec variables entières. Pour résoudre le problème, une méthode heuristique basée sur la relaxation lagrangienne est proposée. Pour certains problèmes frontières, (Eppen, et al., 1989) se sont intéressés aux problèmes de localisation avec choix des configurations des usines lorsque le prix des produits et les demandes clients sont aléatoires durant un horizon de planification. (Goetschalckx, et al., 1999) ont étudié un problème de localisation des centres de distribution avec des demandes clients saisonnières et deux échelons de production, où chaque production nécessite un choix d'équipement. (Paquet, et al., 2001) proposent un modèle de localisation incluant les décisions de configuration des centres de production lorsque la chaîne logistique fabrique des produits avec des nomenclatures complexes.

De nos jours, les réseaux/chaînes logistiques et plus particulièrement les réseaux de distribution sont exposés à une grande variété de risques, qui sans doute compromettent leur bon fonctionnement. Ces risques font référence à des événements incertains ou imprédictibles affectant un ou plusieurs sites/partenaires, à savoir : les fournisseurs, les centres de production, les centres de distribution, etc. du réseau ou ses processus, et influencent par conséquent la réalisation des objectifs fixés. Ces risques incluent par exemple, les catastrophes naturelles, les grèves du personnel, les actes terroristes ou sabotages, etc. Une fois la structure du réseau fixée, suite à l'apparition d'un ou plusieurs événements incertains un ou plusieurs sites : les centres de production, les entrepôts, les centres de distribution, etc. peuvent être indisponibles (tombent en panne) pour une durée souvent aléatoire (Tanonkou, 2007). L'indisponibilité d'un centre de distribution, d'un fournisseur, etc., entraîne entre autres des pertes des demandes clients et a un impact important sur la rentabilité et la profitabilité du réseau. Une chose certaine : l'indisponibilité des sites obligera les décideurs à redéfinir une nouvelle conception du réseau logistique en utilisant des stratégies robustes permettant de remédier à ce problème de perte : clients, profits, crédibilité, etc. (Tanonkou, 2007). Les enseignes de la grande distribution mettent en œuvre de nombreux techniques marketing afin d'attirer et de retenir les clients dans les magasins, de rendre leur offre attractive et d'accroître ainsi le montant d'un panier moyen. Il est clair dès lors que toutes les défaillances logistiques annulent la portée des actions marketing et commerciales (Senkel, 2005). Afin d'atteindre leur triple objectif : le coût, la flexibilité et le service, les entreprises de distribution se sont

équipées d'outils logistiques : les entrepôts, les plates-formes et les moyens de transport. Ces outils leur permettent de centraliser les flux d'approvisionnement venant de nombreux fournisseurs sur un nombre restreint de sites, d'y effectuer des opérations de préparation de la marchandise comme le conditionnement, l'étiquetage, etc. (Senkel, 2005).

3. Méthode et matériels

L'élaboration de cet article a nécessité la lecture et l'analyse des ouvrages, des rapports d'activités, des thèses de Doctorat, des articles scientifiques, des mémoires universitaires. Les sites Internet ont été également exploités. Pour les enquêtes de terrain, nous avons choisi la méthode quantitative, car, elle nous apporte des informations quantitatives. Des questionnaires préalablement élaborés ont été administrés à 90 agents des petites et moyennes entreprises et leurs partenaires dans le District de Bamako selon les techniques du choix raisonné, pour avoir des données quantitatives descriptives. Les données collectées ont été traitées et analysées à l'aide des logiciels SPSS et Excel. Les enquêtes se sont déroulées du 02 au 26 décembre 2024. L'exploitation des différents documents ainsi que les résultats obtenus au cours des enquêtes auprès des acteurs concernés, ont certes permis d'analyser l'optimisation de la stratégie de la logistique de distribution des petites et moyennes entreprises dans le District de Bamako.

4. Résultats de l'étude

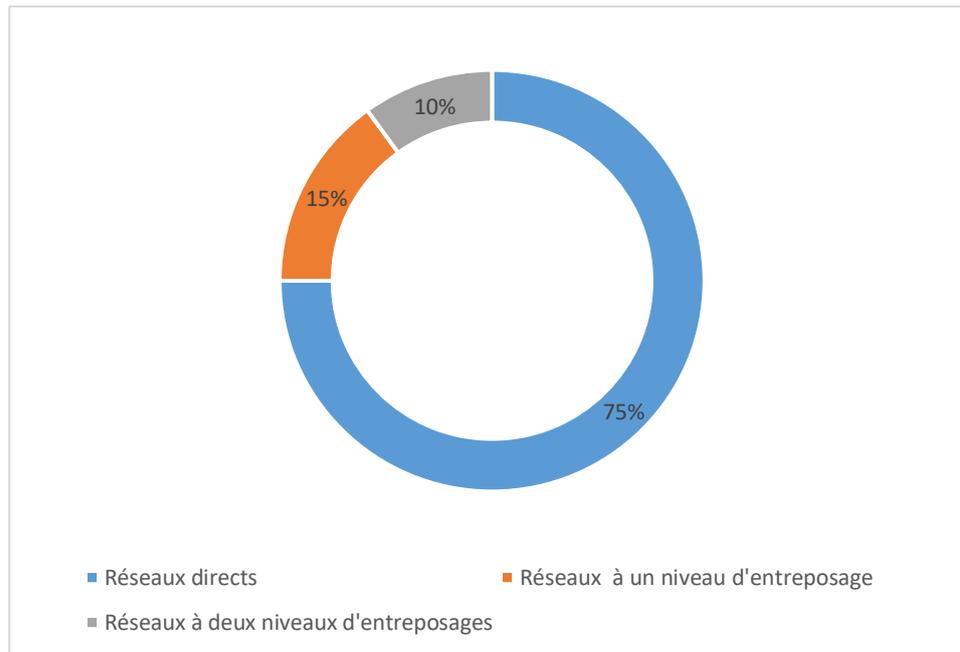
4.1. Analyse et interprétation des données

Cette section de l'article se focalise sur l'analyse et l'interprétation des résultats. Les enquêtes de terrain ont permis d'obtenir des informations sur la stratégie de la logistique de distribution des petites et moyennes entreprises dans le District de Bamako.

4.1.1. Réseaux de distribution des petites et moyennes entreprises dans le District de Bamako

Plusieurs réseaux facilitent la distribution des marchandises vers le client. La figure 1 illustre l'opinion des personnes enquêtées sur ces réseaux.

Figure 1 : avis des enquêtés sur les différents types de réseaux de distribution des petites et moyennes entreprises à Bamako



Source : enquêtes personnelles, 2024

L'analyse de la figure 1 montre que 75% des enquêtés pensent que les réseaux directs sont les meilleurs réseaux de distribution. Ils ont affirmé que dans ces réseaux, il n'y a pas d'intermédiaire, et cela permet de faire une réduction importante des coûts de vente et d'acheminement rapide des produits. 15% des enquêtés ont indiqué les réseaux à un niveau d'entreposage. Ils pensent que ces réseaux de distribution sont avantageux pour les entreprises. Ces réseaux ont un seul intermédiaire, il y a le contact plus direct avec le marché, d'où, une meilleure connaissance des besoins et une plus grande possibilité de service après-vente. Seulement, 10% ont indiqué les réseaux à deux niveaux d'entreposages. Ils ont confirmé que dans ces réseaux, la baisse des frais de transport, grâce aux achats en grandes quantités.

4.1.2. Critères de choix des petites et moyennes entreprises par les distributeurs dans le District de Bamako

Plusieurs critères sont définis par les enquêtés pour le choix des entreprises par les distributeurs (tableau).

Tableau : avis des enquêtés sur les critères de choix des entreprises par les distributeurs

Critères de choix	Effectifs	Pourcentages (en %)
Qualité des produits	30	33,33
Demande des clients sur les	25	27,78

produits		
Disponibilité des produits	20	22,23
Gamme de produits variée	15	16,66
Total	90	100

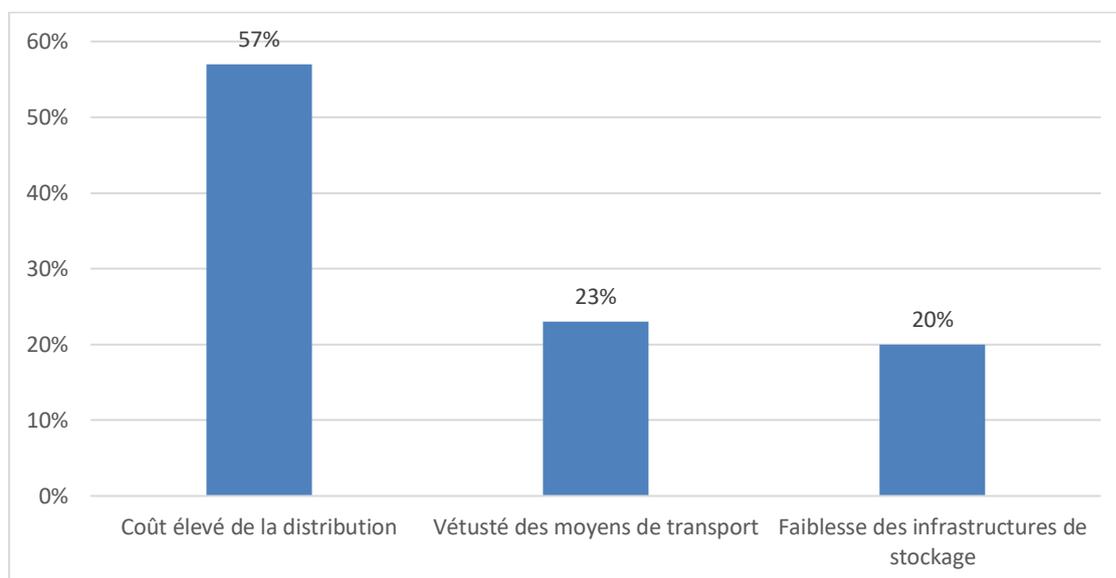
Source : enquêtes personnelles, 2024

L'analyse du tableau indique que 33,33 % des enquêtés ont mis l'accent sur la qualité des produits dans leurs choix des entreprises. Ils pensent que la plupart des distributeurs choisissent les entreprises en fonction de la qualité de leurs produits. 25% et 20% des enquêtés ont confirmé respectivement leurs choix sur la base de la demande des clients et la disponibilité des produits. Seulement, 15% ont montré la gamme de produits variée. Le distributeur est payé pour exercer un certain nombre de fonctions, et certains distributeurs peuvent exercer ces tâches plus efficacement que d'autres.

4.1.3. Difficultés de la logistique de distribution des petites et moyennes entreprises dans le District de Bamako

L'étude a permis de mettre en exergue les difficultés liées à la distribution des petites et moyennes entreprises dans le District de Bamako (figure 2).

Figure 2 : opinions des enquêtés sur les difficultés de la distribution des petites et moyennes entreprises à Bamako



Source : enquêtés personnelles, 2024

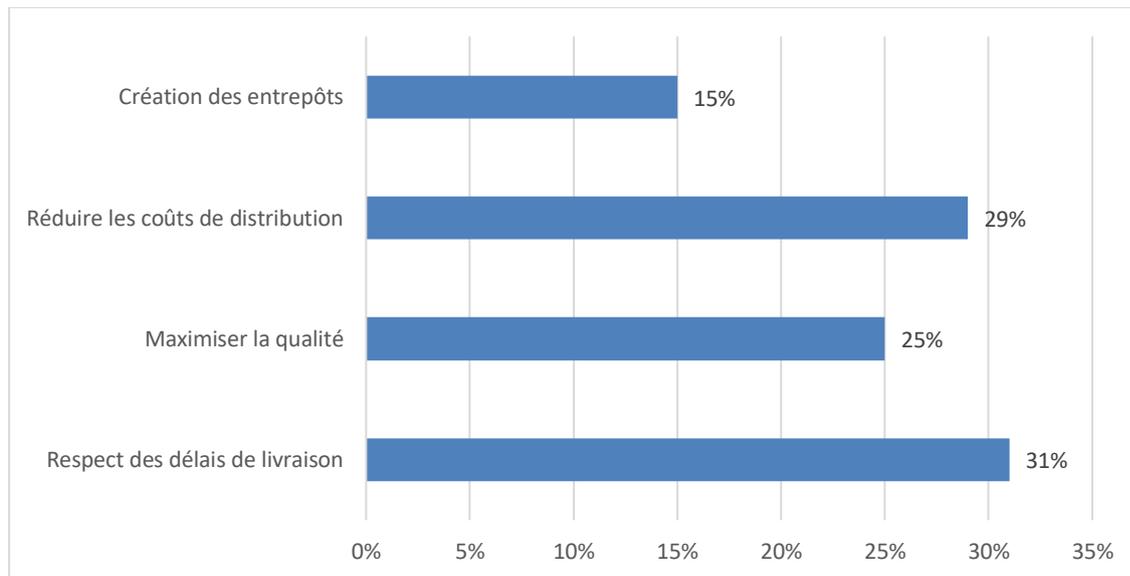
L'analyse de la figure 2 montre que 57% des enquêtés pensent que la principale difficulté de la distribution des petites et moyennes dans le District de Bamako est le coût élevé. 23% des enquêtés ont confirmé la vétusté des moyens de transport est problème pour l'acheminement

des marchandises chez les clients. 20% des enquêtés ont indiqué la faiblesse et l'insuffisance des infrastructures de stockage des marchandises.

4.1.4. Optimisation de la stratégie de la logistique de distribution des petites et moyennes entreprises dans le District de Bamako

L'étude a permis de faire des propositions de stratégies d'optimisation de la logistique de distribution permettant de réduire les coûts de la distribution (figure 3).

Figure 3 : avis des enquêtés sur les stratégies d'optimisation de distribution des petites et moyennes entreprises dans le District de Bamako



Source : enquêtes personnelles, 2024

L'analyse de la figure 3 indique que 31% et 29% des enquêtés ont confirmé respectivement que pour mieux optimiser la stratégie de la distribution des petites et moyennes entreprises dans le District de Bamako, il faut nécessairement réduire les coûts de distribution et respecter les délais de livraison. 25% des enquêtés pensent qu'il faut maximiser la qualité. Seulement, 15% des enquêtés ont proposé la création des entrepôts.

5. Discussion

L'étude a montré que 57% des enquêtés pensent que la principale difficulté de la logistique de distribution des petites et moyennes dans le District de Bamako est le coût élevé. 31% et 29% des enquêtés ont confirmé respectivement que pour mieux optimiser la stratégie de la logistique de distribution des petites et moyennes entreprises dans le District de Bamako, il faut nécessairement réduire les coûts de distribution et respecter les délais de livraison. L'optimisation de la stratégie de la logistique de distribution des petites et moyennes entreprises dans le District de Bamako permet en effet aux entreprises de réduire les coûts de

distribution, de satisfaire les besoins des clients et d'améliorer la performance des petites et moyennes entreprises. Les études menées par (Idiri, 2016) ont abordé dans le sens que pour mettre en place un système de distribution efficace, il faut d'abord prendre en compte les différentes contraintes qui s'y opposent, mais aussi, savoir le choisir parmi les systèmes existants, c'est pour cela que différents critères de choix sont présents, que ce soit pour les circuits, les intermédiaires ou pour la stratégie de couverture du marché. Cependant, et d'autre part, nous avons pu conclure, qu'il ne suffit pas de mettre en place tel ou tel système de distribution, mais, il faut aussi veiller à ce qu'il contribue efficacement à la réalisation des objectifs soulignés auparavant, même s'il faut recourir à sa modification. Le fait de veiller est pour le producteur, de suivre en permanence les résultats dégagés par son système de distribution en termes de chiffre d'affaires, de rentabilité, de profit, et évaluer tout élément soutenant sa distribution tel que sa force de vente et les pratiques merchandising.

Par ailleurs, les études menées de (Ikhlef & Kasdi, 2020) ont montré que la gestion du système de distribution s'est donc alourdie et nécessite des moyens de pilotage moderne, notamment, par l'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication. En fait, il s'agit de bien organiser la distribution. L'essentiel est que les clients peuvent avoir à leur disposition, les produits de l'entreprise, mais aussi, avec des coûts de distribution raisonnables. Aussi, la politique de distribution intensive suppose que les dirigeants soient très sensibles aux questions relatives à la sécurisation des chauffeurs, du matériel de transport et des produits.

6. Conclusion

L'objectif de l'étude était d'analyser l'optimisation de la stratégie de la logistique de distribution des petites et moyennes entreprises dans le District de Bamako. Pour y parvenir, nous nous sommes servis de la revue des écrits sur l'optimisation de la stratégie de la logistique de distribution des entreprises. Ensuite, nous avons adopté une méthodologie basée sur une étude quantitative. Cela nous a permis d'avoir des données quantitatives. Cette étude a été menée à travers des explorations de terrain qui nous ont permis d'obtenir des informations sur l'optimisation de la stratégie de distribution des petites et moyennes entreprises à Bamako que nous avons analysé et interprété. Les résultats de l'étude ont montré que 57% des enquêtés pensent que la principale difficulté de la logistique de distribution des petites et moyennes dans le District de Bamako est le coût élevé. 31% et 29% des enquêtés ont confirmé respectivement que pour mieux optimiser la stratégie de la logistique de distribution

des petites et moyennes entreprises dans le District de Bamako, il faut nécessairement réduire les coûts de distribution et respecter les délais de livraison.

La principale limite de la recherche demeure la non analyse des coûts de la distribution des petites et moyennes entreprises dans le District de Bamako. L'étude a permis de cerner l'optimisation de la stratégie de la logistique de distribution des petites et moyennes entreprises à Bamako.

En termes de perspective, il s'agira pour nous d'orienter notre réflexion sur l'évaluation des coûts de la stratégie de la logistique de distribution des entreprises dans le District Bamako.

REFERENCES

1. Capon, G., et al. (2013). les grossistes, acteurs majeurs des mutations de la distribution industrielle », CREDOC, cahier de recherche, p. 19
2. Chirouze, Y. (1990). La distribution : radioscopie des circuits de distribution en France », 2 e édition, CHOTARD et ASS, Paris, p. 15
3. Dubois, P. L., et al. (2013). le marketing, fondements et pratique », 5e édition, ECONOMICA, Paris, 2013, p.511
4. Dugot, P. (2000). Le commerce de gros, Que sais-je ?, Paris, PUF, p. 13-16
5. Eppen, G. (1989). A Scenario Approach to Capacity Planning. Operational research, 37-4, 517-527
6. Goetschalckx, D., et al. (1999). A Primal Decomposition Method for the integrated Design of Multi-period Production-Distribution Systems. IIE Trans., 31, 1027- 1036.
7. Idiri, S. (2016). La stratégie de distribution : cas SARL RAMDY, mémoire universitaire, Université Abderrahmane Mira de Bejaia.
8. Ikhlef, K., & Kasdi, N. (2020). La politique de distribution des produits laitiers et dérivés au sein de l'entreprise TIFRA LAIT , mémoire universitaire, Université Mouloud Mammeri de Tizi-ouzou.
9. Lendrevie, et al. (2009). « MERCATOR, théories et nouvelles pratiques marketing », 9e édition, Paris, Dunod, p.37
10. Martel, A. (2001). Un modèle général pour l'optimisation de réseaux logistiques. Actes du 4ième Congrès International de Génie Industriel, Aix-en-Provence, France.
11. Paquet, A., et al. (2001). Including Technology Selection Decisions in Manufacturing Network Design Models. IEPM Conference Proceedings, Quebec.

12. Ricciardi, et al. (2002). Optimal facility location with random throughput costs. Computers & Operations Research, Vol. 29, pp. 593-607.
13. Senkel, M.P. (2005). Evolutions logistiques dans la grande distribution. De l'optimisation à la coordination des flux, Décision marketing N° 39, pp. 67-78
14. Tanonkou, G. A. (2007). Une approche par relaxation lagrangienne pour l'optimisation d'un réseau de distribution : modèles stochastiques et fiables, thèse de Doctorat, Université Paul Verlaine – Metz.