**DISTRIBUTION   
Définition**

1. **Assortiment** : Ensemble de produits proposés dans un magasin à partir d’une sélection logique.
2. **Centre commercial** : Ensemble de magasins ou de services qui est construit et géré comme une seule unité, depuis le début des années 60.
3. **Code-barres**: C’est un ensemble de signes qui identifie le produit, il est lu optiquement et sert au passage en caisse et pour la gestion des stocks.
4. **Commerce de détail** : Commerce qui va vendre au consommateur final en petite quantité.
5. **Démarque** : Différence entre le CA théorique attendue et le CA constaté. Soit parce qu’il y a une démarque connue (solde, réduction,…) soit parce qu’il y a eu une démarque inconnue (vol, problèmes de qualité,…).
6. **Discount** : vendre avec une remise.
7. **Distribution sélective** : politique de distribution par laquelle le fabriquant sélectionne les magasins dans lesquels ses produits sont distribués
8. **Enseigne** : nom commercial sous lequel s’affichent un ou plusieurs magasins.
9. **Franchise** : Contrat entre un franchiseur qui met son savoir-faire (concept, technique) à un franchisé en échange d’une rémunération.
10. **Gondole** : Mobilier où l’on place les produits à vendre sur plusieurs niveaux dans les magasins libre-service.
11. **Grand magasin** : Magasin de grande surface (grande superficie) en général dans les grandes villes qui proposent des produits plutôt haut de gamme dans des secteurs très ciblés autour de l’équipement de la personne.  
    *Ex : Galeries Lafayettes*
12. **Grossiste** : Commerçant qui vend en grande quantité à d’autres professionnels (commerçants ou restaurateurs).
13. **Hard-discount** : Magasins alimentaires qui vendent à prix discount (prix réduits), des produits basiques (à forte rotation) en libre-service avec peu de marques nationales (marques distributeurs ou toute petite marque) dans un cadre sobre.   
    *Ex : Netto, Dia, Lider Price.*
14. **Hypermarché** : Magasin d’une superficie supérieure à 2 500 m² qui propose de l’alimentaire et non-alimentaire avec une dominante alimentaire (2/3 de la surface). Mais en général, c’est autour de 10 000 m².
15. **Libre-service** : Type de vente où le client se sert sans intermédiaire, quand c’est autorisé.   
    *Ex : pompe à essence.*
16. **Locomotive** : Magasin qui permet d’attirer du monde dans une zone commerciale ; a un effet entrainant.
17. **Référencement** : Accord donné par un magasin ou une centrale d’achat pour exposer et mettre en vente le produit d’un fabricant.
18. **Supérette** : Magasin de proximité d’une surface comprise entre 120 et 400 m² et avec essentiellement des produits alimentaires.
19. **VPCD** : Vente Par Correspondance à Distance. Passer sa commande sans voir le type.   
    *Ex : Redoute, Amazon, …*
20. **Zone de chalandise** : Zone géographique où se regroupe les clients réels ou potentiels d’un magasin ; utile pour déterminer ce que l’on va mettre dans le magasin.