



Distribution directe et création de valeur : le cas de la vente de vin

Type de publication : Article de revue

Revue : [Systèmes alimentaires / Food Systems](#)
2016, n° 1. varia

Auteurs : Lapassouse-Madrid (Catherine), Krémer (Florence)

Résumé : Cet article s'intéresse à la création de valeur via une stratégie de distribution directe pour les petites entreprises agroalimentaires. Face à la difficulté pour un producteur de penser un mode de distribution performant, la notion de *Business Model* est mobilisée comme grille pour structurer les apports de la théorie des canaux et évaluer une stratégie de distribution. Partant du cas de deux producteurs viticoles, l'analyse empirique éclaire leur choix en matière de distribution.

Pages : 97 à 119

Revue : [Systèmes alimentaires](#)

Thème CLIL : 3306 -- SCIENCES ÉCONOMIQUES -- Économie de la mondialisation et du développement

EAN : 9782406068631

ISBN : 978-2-406-06863-1

ISSN : 2555-0411

DOI : 10.15122/isbn.978-2-406-06863-1.p.0097

Éditeur : Classiques Garnier

Mise en ligne : 25/05/2017

Périodicité : Annuelle

Langue : Français

Mots-clés : Marketing, distribution, modèles d'affaires, vin

[Afficher en ligne](#)