

A. La gamme.

On appelle gamme un ensemble de produits liés entre eux du fait qu'ils fonctionnent de la même manière, s'adressent aux mêmes clients, ou sont vendus dans les mêmes types de points de vente ou zones de prix. *Kotler et Dubois.*

La gamme est divisée en lignes appelées aussi famille, ensemble cohérent de produits.

B. L'assortiment.

L'assortiment est l'ensemble des références proposées par le distributeur au consommateur final dans un point de vente ou un site marchand.

C. La dimension de la gamme.

- La largeur de la gamme c'est à dire le nombre de lignes qui compose la gamme.

Ex : chez Nike, dans la gamme vêtements, les lignes : homme, femme, enfant.

Ex : chez Colgate dans la gamme produits d'hygiène : les lignes dentifrice, brosses à dents.

- La profondeur : c'est le nombre de produits répondant à des besoins similaires dans une ligne.

Ex : gamme de produits L'Oréal en grande distribution

Soins	Maquillage	Shampooing	Solaires	(=Largeur)
De jour	fond de teint	cheveux gras	Ecran total	
De nuit	fard	cheveux secs	Indice 15	
Hydratant	Eye liner	cheveux normaux	Indice 8	
Yeux	rouge à lèvres	cheveux colorés	Enfant	

(= profondeur)

- La longueur de la gamme : c'est la totalité des produits soit **largeur x profondeur**

Interprétation :

☺ Une gamme large et profonde permet de répondre à la majorité des besoins et assure une meilleure répartition des risques. Mais les coûts de production et de communication sont très importants.

☺ *Une gamme peu large mais profonde permet de se positionner comme spécialiste. La gestion des coûts est allégée et la rentabilité peu élevée. Mais le risque est fort si la demande évolue vers de nouveaux besoins.*

Quelle est la différence entre la gamme et l'assortiment ? :

Une gamme émane d'un producteur (voir définition ci-dessus), un assortiment correspond à l'offre disponible dans une unité commerciale. Il peut donc être composé de produits provenant de différents producteurs.