

# Dell sera distribué par Wal-Mart et d'autres...

Pour la première fois, les produits Dell destinés au grand public seront largement distribués aux Etats-Unis, à commencer par la grande chaîne de magasins Wal-Mart. A partir du 10 juin prochain, **3.500 magasins Wal-Mart et Sam's Club** ? aux Etats-Unis, au Canada et à Porto Rico – vont commencer à vendre des ordinateurs PC sous la marque Dell.

En fait, ce n'est pas la première fois que Dell va distribuer ses PC sur un réseau indirect, les professionnels de l'informatique peuvent en effet disposer d'un accès au catalogue du fabricant. Ainsi, la chaîne de magasins CompUSA distribue des PC Dell depuis 2004. De même, le constructeur a déjà disposé aux USA des stands points de vente de ses PC dans certains grands centres commerciaux.

C'est en revanche la première fois que le géant des PC se rapproche d'un géant de la grande distribution, et pas n'importe lequel?

Entreprise familiale, Wal-Mart est en effet la première enseigne mondiale de la grande distribution et une quasi institution aux Etats-Unis, ce qui donne à l'annonce un aspect des plus symboliques.

Il est, par ailleurs probable, comme le suggère le Wall Street Journal, que le fabricant soit en discussion avec d'autres chaînes de distribution, comme Best Buy et Circuit City Stores par exemple.

Certes, ce nouvel axe de distribution ne devrait pas renverser totalement le modèle historique de Dell, et la vente directe restera sans doute majoritaire. Mais en fixant un premier prix en dessous des 700 dollars, Dell donne le ton. Ce pourrait être une sérieuse épine dans le pied de HP, ou de Gateway, qui se relance.

Pour autant, Dell va devoir se faire violence pour respecter les règles de la grande distribution. La perspective est grande également de devoir assumer quelques entorses inévitables au taux de marge !

En revanche, Dell continue de confirmer qu'il est bien à l'écoute de ses clients, en particulier de sa « boîte à idées » **IdeaStorm**, reconnue comme une communauté qui, après avoir suggéré au géant texan de vendre des ordinateurs natifs Linux, se déclare prêt à la vente de proximité.

**Ecoute ou alibi ?** La question mérite d'être posée? Certes, en distribuant ses PC grand public chez Wal-Mart, Dell répond à l'une des attentes de ses clients, être distribué physiquement à proximité. Mais est-ce bien le seul motif de ce revirement dans la politique de distribution du texan ? Peut-être faut-il regarder du côté de celui qui lui a ravi en 2006 la première place sur le marché mondial des PC, et ne cesse depuis de creuser l'écart. HP, pour le citer, est un exemple de réussite en matière de distribution indirecte. La marque est en effet distribuée dans le monde entier dans 110.000 magasins, commerce de détail et grande distribution. Or, cette stratégie a été boostée par Mark Hurd dès son arrivée à la tête du groupe. Et les résultats sont là : quand Dell affiche une progression de 9 % de la valeur de son action à Wall Street en 2006, celle de son concurrent HP s'affiche à 42 % ! En fait, il faut bien comprendre que si le marché des serveurs reste l'apanage des spécialistes, celui du PC est devenu un marché de masse. On achète aujourd'hui son PC comme on achète un lecteur/graveur DVD, certes avec une démarche de vente un peu plus technique, mais souvent dans la même grande surface ! Sans oublier qu'auprès du grand public, Dell souffre d'un mal inhérent à la vente directe : on ne peut pas toucher le produit ! Or, au moment où les ventes de PC portables (*notebooks*) dépassent celles de PC de bureau (*desktop*) – ce qui participe à maintenir un certain niveau de prix et garanti un rythme de renouvellement supérieur (on ne peut pas '*upgrader*' et mettre au goût du jour un portable comme on le fait sur un desktop) ? la présence physique du PC sur un rayon participe à orienter l'achat d'impulsion du consommateur.