

Définition de la consignation

Office québécois de la langue française, 2008

Marchandises ou produits expédiés par un fournisseur à un commerçant ou à un fabricant qui ne les lui paie qu'au fur et à mesure qu'il vend lui-même les marchandises ou qu'il les utilise dans la fabrication de ses produits.

Notes

Le commerçant ou le fabricant qui reçoit les marchandises en consignation est nommé consignataire. Le fournisseur (consignateur) demeure le propriétaire des marchandises tant et aussi longtemps que le consignataire ne les a pas vendues ou utilisées. Le consignataire a généralement le droit de renvoyer la marchandise invendue au consignateur sans autre obligation de sa part.

La vente en consignation est un outil de commercialisation auquel peuvent recourir les personnes qui veulent conquérir de nouveaux marchés, ou accroître la part de marché de leurs marchandises. Cette façon de procéder n'imposant aucune obligation au commerçant en ce qui concerne les invendus, celui-ci peut alors accepter plus facilement de prendre en stock des denrées périssables, que ce soit parce que leur qualité s'altère ou qu'elles sont de nature saisonnière. Il en va de même pour les produits dont la conception ou la fabrication sont nouvelles, et dont on ne peut faire état des ventes antérieures; les détaillants en feront plus volontiers la promotion si leurs risques de perte financière sont minimisés.

Une variante de ce procédé est utilisée dans l'industrie, où la constitution d'un stock de marchandises en consignation assure la disponibilité en temps réel de pièces de rechange, sans immobilisation financière.

Termes privilégiés par l'Office québécois de la langue française

- **marchandises en consignation** n. f. pl.
- **produits en consignation** n. m. pl.
- **stock de marchandises en consignation** n. m.
- **stock de produits en consignation** n. m.
- **biens en dépôt-consignation** n. m. pl.
- **stock de consignation** n. m.
- **stock en consignation** n. m.

Vendre des produits en consignation

Les personnes qui veulent conquérir de nouveaux marchés, de gros et du détail, ou accroître la part de marché de leurs marchandises peuvent avoir, dans de nombreux cas, avantage à recourir à la vente par consignation.

Cette publication présente les avantages et les inconvénients de ce type de vente qui peut se révéler efficace pour les petites entreprises.

Qu'advient-il d'un fabricant qui a mis au point un nouveau produit de consommation qu'il estime promis à un brillant avenir, mais qui ne trouve aucun détaillant ni aucun grossiste prêt à investir assez d'argent pour prendre une petite quantité en stock?

Qu'advient-il d'un fabricant à qui on répond que le produit saisonnier qu'il (ou elle) essaie de vendre présente un tel risque financier qu'il n'a probablement aucune chance de se retrouver sur les étagères des magasins de détail pendant la saison de Noël?

Comment les fabricants peuvent-ils, dans des cas similaires, offrir leur produit à des conditions assez attrayantes pour qu'il se retrouve en vente sur les étagères des magasins de détail?

Peut-être en ayant recours à la vente en consignation.

Vendre des produits en consignation veut dire que les produits sont expédiés à un commerçant qui ne vous paie vous, le consignateur, que si la marchandise est vendue. Le commerçant, qu'on appelle ici le consignataire, a le droit de vous renvoyer la marchandise invendue sans autre obligation de sa part.

Comme vous pouvez le constater, c'est sans doute une solution imparfaite puisque le commerçant, qui n'investit pas d'argent, n'est pas incité à faire des efforts pour vendre votre marchandise.

L'objet de la vente en consignation

Même si elle présente des inconvénients évidents, vous pouvez estimer, dans certains cas, que la vente en consignation peut servir vos fins. Elle peut se révéler un bon outil de commercialisation, car elle n'impose aucune obligation au commerçant en ce qui concerne les invendus. Celui-ci peut alors accepter plus facilement de prendre votre marchandise en stock. Le commerçant ne prend en effet aucun risque et votre marchandise est offerte au public.

Parmi les marchandises qui sont souvent vendues en consignation, on peut citer les ampoules électriques, les fruits et légumes frais, les œufs, la volaille, les revues, les journaux, les décorations de Noël, les semences horticoles, les piles pour lampes de poche et les plantes en pot, comme on en trouve souvent dans les supermarchés.

Dans le cas des denrées périssables, que ce soit parce que leur qualité s'altère ou qu'elles sont de nature saisonnière, les commerçants accepteront plus volontiers de les prendre en stock s'ils ne craignent pas de subir de lourdes pertes financières en cas d'invendus.

Quand il s'agit d'un produit dont la conception ou la fabrication sont nouvelles, et qu'on ne peut pas faire état des ventes antérieures, les détaillants en feront plus volontiers la promotion si leurs risques de perte financière sont minimisés.

Les avantages de la vente en consignation

Maintenant que vous connaissez les caractéristiques générales de la vente en consignation, voyons les avantages précis qu'elle peut vous offrir à vous, le fabricant.

Elle permet au vendeur (le fabricant) de placer ses marchandises dans des commerces de gros et de détail pour la rendre plus visible sur le marché.

Elle peut inciter le grossiste et le détaillant à stocker des marchandises parce qu'elles ne nécessitent pas d'investissement de leur part.

Elle peut inciter les grossistes et les détaillants à prendre dans leur stock des produits saisonniers, ou nouveaux, qu'ils refuseraient dans d'autres conditions en l'absence de demande.

Elle offre au fabricant la possibilité de faire voir sa marchandise sur le marché au lieu de la stocker dans un entrepôt dans l'attente d'une éventuelle commande.

Les inconvénients de la vente en consignation

Quand vous envisagez de recourir à la vente en consignation, il faut analyser ses inconvénients.

Pendant que vos marchandises sont sur les étagères d'un grossiste ou d'un détaillant, vous n'encaissez rien tant qu'elles ne sont pas vendues.

Comme fabricant, vous devez disposer d'assez de liquidités pour attendre le paiement des marchandises vendues.

Comme vous n'exercez aucun contrôle physique sur les marchandises, vous ne pouvez rien faire contre les dommages et les mauvais traitements que les acheteurs infligent souvent aux marchandises en rayon.

Vous n'avez pas toujours votre mot à dire sur l'espace que les grossistes et les détaillants réservent à vos marchandises sur leurs rayons. Comme celles-ci n'ont rien coûté aux consignataires, ils peuvent être tentés de privilégier leurs marchandises pour rentabiliser rapidement leur mise de fonds si les marchandises en consignation ne se vendent pas. Ils savent que, avec les vôtres, ils n'auront pas à subir de perte alors que ce sera le cas si celles qu'ils ont achetées ne se vendent pas.

Dans les types de vente où le commerçant conseille le client, il pourra privilégier les marchandises qui lui appartiennent au lieu de celles qui sont en consignation pour rentabiliser son investissement.

Si la commission que touche le vendeur sur les marchandises en consignation est inférieure, en pourcentage, à la marge brute sur ses propres marchandises, il pourra être tenté de favoriser la vente de ces dernières. C'est pourquoi le consignateur doit réaliser qu'il est important d'offrir une commission attrayante au consignataire. En d'autres termes, le consignataire doit avoir une bonne raison de vendre la marchandise puisqu'il n'y est pas poussé par la nécessité de recouvrer son investissement.

Conseils de prudence

C'est votre situation qui déterminera si la vente en consignation présente ou non un intérêt pour vous. Vous pouvez y recourir pour tester le marché. Elle peut se révéler une façon relativement peu coûteuse de découvrir comment un nouveau produit sera accueilli sur le marché.

Ne perdez toutefois pas de vue que vous bloquez vos fonds en attendant que votre marchandise soit vendue. Si la situation financière du commerçant n'est pas bonne, vous risquez d'avoir du mal à vous faire payer. Vous allez aussi être exposé à d'autres risques inhérents à une situation dans laquelle le commerçant n'a pas investi son argent.

En résumé, les divers éléments sur lesquels vous avez moins de contrôle qu'avec les autres solutions de commercialisation peuvent entraîner pour vous des risques supérieurs à ceux que vous pouvez vous permettre avec vos ressources.

Afin d'évaluer si la vente en consignation peut présenter un intérêt pour vous, penchez-vous sur la discussion qui suit sur les relations en cas de consignation, sur les considérations spéciales et sur les exemples pratiques.

La relation de consignation

La relation entre vous, le consignateur, et un autre vendeur à qui vous confiez la vente de vos marchandises, le consignataire, est une relation d'agence. Cela revient à dire que le consignataire ne prend jamais possession des marchandises, mais agit comme agent du consignateur pour transférer la propriété à l'acheteur.

Comme, en l'absence d'une entente à cette fin, la propriété des marchandises n'échoit pas au consignataire, la responsabilité en cas de perte des marchandises incombe au consignateur.

Cela signifie que le consignataire et vous pouvez conclure des ententes précises pour que chacun assume une part des pertes en cas de vol à l'étalage ou d'autres dommages aux marchandises. Si vous ne le faites pas, c'est vous, le consignateur, qui assumerez les pertes, même si les marchandises ont été volées à l'étalage dans les installations du consignataire, alors qu'il en prenait un soin normal en les manutentionnant et en les offrant à la vente.

À cause des détails et des implications juridiques que suppose la vente en consignation, vous devriez, vous, le consignateur, étudier et planifier soigneusement la vente de produits en consignation.

Une attention toute particulière...

D'un point de vue contractuel, votre consignataire et vous pouvez convenir d'une grande diversité de mesures mutuellement avantageuses. Vous pouvez, par exemple, convenir par écrit que les marchandises seront disposées à un endroit du commerce, de gros ou de détail, où 50 p. 100 des personnes qui y entrent pourront les voir.

Vous pouvez également convenir du montant exact de commission qui sera remis au consignataire lors de la vente des marchandises. Vous pourrez aussi préciser le délai (jours, semaines, etc.) dont disposera le consignataire pour vous payer les marchandises vendues.

Votre entente peut aussi fixer les modalités de livraison et de ramassage des marchandises, et leurs conditions d'entreposage quand elles ne sont pas offertes directement à la vente. Ce point revêt une importance toute particulière pour les denrées périssables. L'entente, qui a valeur contractuelle, pourra indiquer que le consignataire paiera « l'inventaire vendu » obtenu en déduisant de l'inventaire livré l'inventaire récupéré.

Les modalités de paiement ci-dessus font l'hypothèse que toutes les marchandises seront vendues ou récupérées par le consignateur. Elles ne tiennent pas compte de la possibilité que des marchandises disparaissent du magasin. Comme les dommages causés par les acheteurs et le vol à l'étalage font partie de la réalité des affaires, il y aurait avantage à en tenir compte et à prévoir ce type de difficulté à l'avance.

Avec les ventes en consignation, la marchandise appartient légalement au consignateur qui doit donc supporter toute perte éventuelle. Certains consignataires peuvent être prêts à partager les responsabilités en cas de pertes imputables au vol à l'étalage si la question est abordée avec tact.

Dans certains cas, le consignataire assumera la responsabilité des marchandises endommagées. Quand c'est le cas, le fabricant que vous êtes ne supportera pas de perte. Ces cas sont toutefois rares. Vous pouvez, dans le meilleur des cas, espérer parvenir à un accord sur le partage des pertes avec le consignataire.

Quand vous assumez toutes les pertes ou une partie de celles-ci, demandez à récupérer les marchandises endommagées et conservez-les pour pouvoir les comptabiliser. Un consignataire pourrait prétendre que certaines de vos marchandises ont été endommagées quand, en réalité, il les aurait vendues et aurait empoché l'argent.

Tenez compte également des dommages causés par les rayons du soleil qui affadissent les couleurs et rendent certaines marchandises impropres à la vente.

Exemples de vente en consignation

Imaginez un grossiste en produits floraux artificiels qui vend à un grand nombre de petites et moyennes boutiques de fleuristes. Un tel grossiste conservera le plus souvent en inventaire des produits de base et ne gardera qu'un assortiment limité d'articles de plus faible diffusion.

Un fabricant qui a mis au point une nouveauté pour cette industrie et qui ne peut pas démontrer au grossiste, au moyen de chiffres de ventes antérieures, que le produit se vend bien éprouvera probablement de la difficulté à faire prendre ce produit par le grossiste.

Si un consignataire éventuel, comme le grossiste dans ce cas-ci, est satisfait de ses niveaux de ventes actuels et de sa marge brute, le fabricant aura du mal à le convaincre de prendre ses nouveaux produits.

En proposant une vente en consignation, le fabricant pourra toujours demander « Qu'avez-vous à perdre? » La réponse est bien sûr : « Rien. »

Si le fabricant rend les choses suffisamment faciles pour que le grossiste accepte de prendre les marchandises, et que ce dernier a le sentiment qu'il pourra empocher une commission en faisant très peu d'effort, les marchandises ont alors de bonnes chances de se retrouver dans son stock. Les produits en question seront alors bien en vue sur le marché et le grossiste n'aura pas le sentiment d'être exposé à des risques en essayant de les vendre. Il est probable que si le produit se vend bien, il sera à nouveau mis en bonne place. Par contre, même si le grossiste est convaincu au départ que le produit va bien se vendre et que cela ne se vérifie pas, il n'en recommandera pas. Dans tous les cas, la facilité d'écoulement du produit est en jeu et l'aspect positif de la vente en consignation est que le grossiste est assuré qu'il ne risque pas d'encourir des pertes.

Imaginons maintenant un fabricant de produits saisonniers comme des paniers de Pâques, des décorations de Noël, des articles pour l'Halloween ou des jouets de plage. Souvent, les grossistes et les détaillants commandent ces articles longtemps à l'avance et veillent à ne pas trop en commander parce que leur période de commercialisation est bien délimitée en nombre de jours ou de semaines.

Les fabricants peuvent faire la promotion de tels produits en garantissant aux grossistes et aux détaillants qu'ils reprendront les invendus.

Dans de tels cas, le nombre d'acheteurs est en général élevé pendant quelques jours. Un grand nombre d'articles seront vendus pendant cette période, mais un grand nombre seront aussi abimés. Dans de tels cas, il est particulièrement important de conclure un accord sur le vol à l'étalage et sur les dommages.

La responsabilité du consignateur

Dans les cas de vente en consignation, il est important de ne pas négliger le problème de la responsabilité des marchandises. Comme la propriété des marchandises n'est jamais transférée du consignateur au consignataire, le consignateur reste, en l'absence de toute autre entente, juridiquement responsable des marchandises.

Cela signifie que si les marchandises sont détruites par l'eau, le feu ou la fumée, alors qu'elles sont en stock chez le consignataire, c'est le consignateur qui assume les pertes.

Cette question mérite une attention particulière parce qu'il y a un autre type de vente que certains assimilent à la vente en consignation et cela peut poser un problème juridique pour le consignateur. Les ventes de type « vendre ou rendre » sont des ventes dans lesquelles le consignataire assume les risques de perte quand les marchandises sont en sa possession.

Définition de la vente en consignation

Les décisions rendues par les tribunaux au cours des années ont permis de dégager certaines caractéristiques propres aux ventes en consignation. Ce sont les suivantes :

- **Le consignateur peut demander à tout moment le retour des marchandises.**
- **Le consignateur reste le propriétaire des marchandises jusqu'à ce qu'elles soient vendues et, à ce moment-là, c'est l'acheteur qui en devient directement propriétaire sans qu'elles n'aient jamais appartenu au consignataire.**
- **Le consignataire n'est autorisé à vendre les marchandises qu'à un prix convenu ou à un prix qui n'est pas inférieur au montant apparaissant sur la facture.**
- **Le consignataire est tenu de respecter certaines normes en ce qui concerne la conservation des marchandises, en les séparant des marchandises qui lui appartiennent en pleine propriété ou qu'il conserve en vertu d'une demande de propriété ou d'intérêt.**
- **Le consignataire est tenu de faire parvenir les recettes des ventes immédiatement au consignateur ou de les déposer dans un compte spécial.**
- **La question de la propriété des marchandises est très importante parce que les créanciers du consignataire peuvent les faire saisir si leur propriété a été transférée au consignataire dans une situation du type « vendre ou rendre ». Dans le cas d'une vente réelle en consignation, le consignateur reste toujours propriétaire des marchandises.**
- **Si vous avez l'intention de vendre en consignation, votre avocat pourra vous conseiller sur les aspects juridiques de ce type de transaction et votre comptable vous précisera les modalités de la tenue de livres et de la comptabilité à appliquer à ce type de vente.**