



Avis d'expert : le point de vue du consultant

La vente en consignation - Sage ERP X3

Dans un contexte concurrentiel de plus en plus fort, les modèles opérationnels et contractuels régissant les échanges entre distributeurs et producteurs peuvent prendre des formes bien différentes.

La plus originale est certainement la « vente en consignation » qui est une approche particulière souvent mise en œuvre pour les produits type : fruits et légumes, les fleurs ou encore dans un tout autre domaine, les produits pharmaceutiques.

Le principe

Vu du distributeur, le principe est simple : « *Prêtez-moi votre marchandise, je vais la vendre au meilleur prix, je vous rétribuerai après déduction des frais engagés : importation, stockage, distribution, ainsi qu'une commission destinée à rémunérer mon service.* »

Dans le domaine pharmaceutique, la vente en consignation concerne les prestataires logistiques à qui les laboratoires confient la vente de leurs produits. Les conditions commerciales sont alors fixées par le laboratoire : le prestataire (dépositaire) applique ces conditions au client final, et est rémunéré selon un barème convenu avec le laboratoire.

Les avantages attendus sont par exemple de permettre au fournisseur de placer sa marchandise chez des distributeurs sans que ces derniers ne prennent de risque d'inventus.

Par ailleurs, le distributeur n'a pas à se soucier des coûts de stockage de la marchandise (tout est à la charge du fournisseur).

Quant au fournisseur, il laisse le soin au spécialiste de la distribution d'écouler sa marchandise à un coût moindre que s'il l'avait pris en charge lui-même (à noter que dans bien des cas, le fournisseur est un exportateur étranger et ne possède pas d'infrastructure de distribution en France).

Une méthode nécessitant la plus grande rigueur

Bien que simple à comprendre, cette méthode oblige à changer les fonctions du Système d'Informations du distributeur qui d'ordinaire achète, stocke et vend.

Elle impose beaucoup de rigueur dans la traçabilité des marchandises afin d'établir et de valoriser tout au long du circuit ce qu'on appelle une fiche de lot : détail d'un ensemble de marchandises avec tous les frais qui viennent impacter leur coût au fur et à mesure des étapes des flux achat et vente.

Deux cas sont alors possibles dans le cadre de la vente en consignation :

- Tout le lot doit être éclusé (vendu ou jeté) : le distributeur établit alors la liquidation du compte de vente : il s'agit d'une facture fournisseur qu'il adressera au producteur et dans laquelle il y a le montant des ventes duquel il retire
 - les frais sur ventes (remises arrière client, transport, frais de stockage..),
 - les frais sur achat (transport, fret, douane...)
 - la commission convenue entre les 2 parties.

- Dans le domaine pharmaceutique, les rémunérations du prestataire logistique sont effectuées au fur et à mesure de la distribution/vente des marchandises.

Grâce à un socle d'outils standards et puissants ainsi que de quelques aménagements, SAGE ERP X3 permet au distributeur de s'adapter à cette problématique de vente en consignation.

● Les prérequis

Un des fondamentaux de cette méthode de vente est de bien définir ce qu'est un lot : en règle générale, il s'agit d'un arrivage (1 jour, un camion par exemple) pour un et un seul fournisseur. Cet arrivage peut parfois être encore subdivisé en fonction de la nature des articles qu'il contient.

C'est ce qu'on appelle le lot et c'est cet ensemble de marchandise que l'on va suivre ensuite tout au long du flux.

Identification des frais à prendre en compte : il faut également déterminer quels frais seront à retirer de la rétribution du fournisseur ; en général, ces éléments sont tout simplement décrits dans le contrat qui lie les 2 parties. Leur mode de calcul et de répartition est à bien définir également en préalable à toute mise en œuvre. On s'appuiera alors sur le paramétrage standard des éléments de facturation (achat et vente) pour mettre en œuvre cette partie.

● Les points à surveiller

- La traçabilité des marchandises : de qui provient-elle et à qui est-elle vendue ?
Il s'agit ici à partir d'un lot reçu, de « marquer » cette marchandise avec un n° de dossier et de suivre tout son circuit ensuite : livraisons client, retours client, rejet, casse, transformation, reconditionnement ... Cette étape est cruciale et nécessite d'être testée avec précision avant toute mise en œuvre.

- La répartition des frais sur la marchandise : quelles dépenses a-t-il fallu réaliser pour importer et vendre cette marchandise et comment répartir au plus juste chacun de ces coûts sur les lignes article.
Les frais à répartir ne concernent pas toujours le même lot.
Par exemple : pour le transport sur vente, il faut impacter chaque produit transporté selon un prorata à définir en amont pour impacter chaque fiche de lot de manière correcte.

● Les pièges à éviter, les difficultés

Une des principales difficultés concerne la transformation de la marchandise : lorsqu'une marchandise doit subir une transformation, on ne sait pas toujours à l'avance comment elle ressortira : c'est le cas par exemple lorsqu'on trie de la marchandise. Parfois c'est un nouvel article qui ressort de cette transformation. Il faut alors être capable de le justifier auprès du fournisseur que l'article qu'on a reçu a été trié et transformé en un autre et justifier la perte s'il y en a.

*Marion MEUROU
Consultante Manager - e-THEMIS*

● Contact

e-THEMIS - Hervé PARIZOT
Tél. : 01 30 08 70 90