

Comment ouvrir un dépôt-vente ?

Description

Ouvrir un dépôt-vente, c'est exercer une activité qui connaît un grand essor avec la tendance du « moins jeter et moins gaspiller ». Les Français ont adopté ce mode de consommation vertueux qui leur permet aussi de réaliser des économies sur certains points (habillements, mobiliers ou encore high-tech).

Le marché de l'occasion a généré quelque 7,4 milliards d'euros en 2020 malgré la crise sanitaire. Et même les grandes enseignes l'ont adopté. Pour mettre toutes les chances de leurs côtés et faire face à ces géants, ceux qui veulent se lancer et ouvrir un dépôt-vente doivent faire alors une [étude de marché](#) et trouver un concept original.

[Créer mon entreprise en ligne](#)

Qu'est-ce qu'un dépôt-vente ?

Ouvrir un dépôt-vente est un concept commercial selon lequel **un vendeur dépose un bien à vendre au local d'un intermédiaire**, que ce soit un entrepôt ou une boutique. À celui-ci de tout mettre en œuvre pour vendre le produit, moyennant une commission en cas de vente.

Bon à savoir : c'est au vendeur, quel que soit le [statut](#) pour lequel il a opté, de fixer le prix de son article, mais l'intermédiaire est libre de faire une baisse de prix si la vente ne se conclut pas dans un délai imparti.

Comment faire une étude de marché pour ouvrir un dépôt-vente ?

Faire une étude de marché avant d'ouvrir un dépôt-vente permet de s'assurer de la viabilité du projet. Cette étape a pour objectif de sonder le secteur dans la zone choisie pour ouvrir le local. À ce stade, le futur entrepreneur doit se poser ces quelques questions avant de se lancer :

- Y a-t-il déjà un dépôt-vente à l'endroit choisi ?
- Si oui, dans quel type de biens est-il spécialisé ?
- Quel genre de clientèle attire-t-il ?

- Une grande marque de franchise est-elle implantée dans le secteur ?
- Qu'est-ce qui intéresse les potentiels clients dans le secteur ?
- Comment se démarquer de la concurrence ?

À noter : ce n'est qu'une fois toutes les réponses à ces questions obtenues qu'il pourra dresser un [business plan](#) efficace pour ouvrir le dépôt-vente.

Quel statut juridique choisir pour ouvrir votre dépôt-vente ?

Il convient de savoir que le choix du statut juridique pour ouvrir un dépôt-vente constitue une étape importante puisqu'il **garantit le régime fiscal et social auquel sera soumise l'entreprise**. Le futur entrepreneur a le choix entre :

- Une entreprise individuelle ;
- Une Société à responsabilité limitée ([SARL](#)) ou une société par actions simplifiée (SAS) ;
- Une micro-entreprise (pour un chiffre d'affaires qui ne dépasse pas 82 800 euros par an).

Bon à savoir : en plus de l'immatriculation au [Registre du commerce et des sociétés](#), l'entrepreneur doit être inscrit au Registre des revendeurs d'objets mobiliers.

S'il ne l'est pas encore, il doit en faire la demande **auprès de la préfecture ou de la sous-préfecture**. Son dossier doit comporter :

- Le [formulaire de demande](#);
- La copie d'une pièce d'identité ;
- Une attestation d'immatriculation au répertoire des métiers datée de trois mois ou moins ;
- Une enveloppe timbrée et libellée à l'adresse du professionnel.

Quels sont les moyens à prévoir pour votre entreprise ?

Une fois qu'il peut légalement ouvrir le dépôt-vente, le professionnel doit se concentrer sur tout ce qui est nécessaire **pour lancer son entreprise**. La prochaine étape consiste à :

- Trouver un local ;
- Évaluer, en fonction de l'emplacement, les besoins humains, matériels et financiers de la société fraîchement créée ;
- Démarrer l'activité.

Humains

Suivant la taille du commerce, ouvrir un dépôt-vente peut nécessiter le recrutement de personnel **pour gérer le côté administratif et commercial**. Aussi, le vendeur est tenu de bien connaître la marchandise pour pouvoir conseiller au mieux les clients. Plus en confiance, ils seront plus susceptibles de devenir des acheteurs fidèles.

Bon à savoir : même si l'administratif est géré par le personnel, le côté financier (suivi des recettes et des achats par exemple) devrait idéalement rester entre les mains du propriétaire.

Matériels

L'avantage d'ouvrir un dépôt-vente, c'est qu'aucun investissement n'est à réaliser **pour se constituer un stock**. Mais l'entreprise ne va pas pour autant échapper à certains points de dépenses :

- Le matériel de vente (terminal de paiement, caisse enregistreuse, etc.) ;
- Les travaux d'aménagement si besoin avant d'ouvrir le dépôt-vente ;
- Le matériel nécessaire pour augmenter la visibilité du commerce (enseignes lumineuses par exemple) ;
- Un véhicule pour récupérer les biens chez leurs propriétaires (facultatif selon l'activité).

Comment élaborer un business plan ?

Un entrepreneur se **doit de dresser un business plan** avant d'ouvrir le dépôt-vente pour deux raisons :

- Évaluer les chances de viabilité du projet (toutes les stratégies à mettre en place pour que le commerce attire l'attention des potentiels clients) ;
- Demander un financement (mettre en exergue tout le potentiel de rentabilité du dépôt-vente pour convaincre les partenaires financiers).

Bon à savoir : aujourd'hui, des logiciels en ligne permettent aux jeunes entrepreneurs de rédiger un business plan en bonne et due forme en vue d'ouvrir un dépôt-vente.

Quelle est la réglementation pour ouvrir un dépôt-vente ?

La réglementation à respecter pour démarrer l'activité **dépend du concept choisi**. Un dépôt-vente de vêtements ne sera pas soumis à la même réglementation qu'un commerce de mobiliers. Néanmoins, comme tout ERP, il est nécessaire par exemple de respecter les normes en vigueur en matière d'accessibilité pour les personnes à mobilité réduite et d'incendies.

À noter : pour ouvrir un dépôt-vente spécialisé dans la vente de mobiliers d'occasion, le professionnel doit tenir un registre de brocante qui relate tous les détails sur l'objet, y compris le [prix](#).

FAQ

Comment ouvrir son dépôt-vente ?

Ouvrir un dépôt-vente passe par plusieurs étapes :

- Une étude du marché ;
- Dresser un business plan qui met en avant le potentiel du projet ;
- Trouver un financement grâce à un plan d'affaires détaillé ;
- Trouver un local dans une rue qui attirera mieux les clients ;
- Se créer une clientèle et la fidéliser.

Qui sont ceux qui achètent de la seconde main ?

Ce sont les 25 à 37 ans qui sont le plus attirés par les articles de seconde main. Beaucoup moins touchés par la question de l'environnement et des prix, les plus jeunes, âgés entre 18 et 24 ans sont moins enthousiastes face à ce mode de consommation. Ils ne représentent que 16 % des clients potentiels d'un dépôt-vente.

Quel pourcentage pour le dépositaire dans un dépôt-vente ?

Le dépositaire présente les articles d'un tiers dans un dépôt-vente et perçoit une commission à chaque vente. Cette commission tourne autour des 30 à 50 % du prix suivant les conditions de l'établissement. Cependant, si l'article reste trop longtemps invendu, le dépositaire se réserve le droit de réduire son prix, après accord du vendeur sans que cela impacte sa commission.