

Vente directe et vente en réunion

La vente directe consiste à vendre des produits ou des services hors des magasins, au domicile des particuliers ou sur leur lieu de travail, en face à face ou lors de réunions. Elle repose sur des réseaux de vendeurs, le plus souvent indépendants, que l'entreprise recrute, forme et anime.

Les formes de la vente directe

Forme	Principe	Exemples
Vente en face à face	Le vendeur rencontre un client chez lui, sur rendez-vous ou par démarchage	Aspirateurs, travaux, abonnements, assurances
Vente en réunion	Une hôtesse invite des proches chez elle ; un vendeur anime une démonstration et prend les commandes	Ustensiles de cuisine, cosmétiques, bien-être, décoration, mode
Vente sur le lieu de travail	Présentation aux salariés, avec l'accord de l'employeur ou du comité social et économique	Livres, vins, produits régionaux
Vente directe digitalisée	Boutique en ligne personnelle du vendeur, réunions en visioconférence, réseaux sociaux	Toutes les gammes, en complément des réunions

Les acteurs : l'entreprise de vente directe (conception, approvisionnement, livraison, facturation, formation), les vendeurs (souvent des vendeurs à domicile indépendants, parfois des salariés ou des agents commerciaux), les animateurs et animatrices d'équipe, l'hôtesse et ses invités.

Mononiveau, multiniveau et ventes interdites

- **Mononiveau** : chaque vendeur est rémunéré sur ses propres ventes ; l'encadrement est assuré par des salariés de l'entreprise.
- **Multiniveau** : un vendeur expérimenté peut aussi percevoir une commission sur les ventes des vendeurs qu'il a parrainés et qu'il anime ; c'est licite tant que les gains proviennent de ventes réelles à des clients.
- **Vente « à la boule de neige » (pyramidale)** : faire espérer des gains liés surtout au recrutement de nouveaux membres, souvent contre un droit d'entrée ou l'achat d'un stock, est interdit par le code de la consommation (article L121-15).

L'atelier type et ses trois ventes

Un atelier réussi poursuit trois objectifs : **vendre** les produits, **obtenir de nouveaux ateliers** auprès des invités (le rebond) et **repérer de futurs vendeurs**.

Étape	Ce que fait le vendeur
Préparation avec l'hôtesse	Liste d'invités et relances, choix du thème, matériel, accord écrit de l'hôtesse pour accueillir la réunion
Accueil et découverte	Présentation de l'hôtesse et de ses avantages, tour de table des attentes
Démonstration	Faire essayer ou goûter, impliquer les invités, apporter des preuves

Étape	Ce que fait le vendeur
Prise de commande	Entretien individuel, bon de commande remis à chaque client, ventes additionnelles
Rebond et recrutement	Avantages hôtesse, dates proposées agenda en main, présentation du métier
Suivi	Livraison, appel de satisfaction (avec accord), préparation des réunions réservées

Indicateur de l'atelier	Calcul
Invités par atelier	Invités ÷ ateliers
Taux d'acheteurs	Acheteurs ÷ invités × 100
Panier moyen	Chiffre d'affaires ÷ acheteurs
Chiffre d'affaires par atelier	Chiffre d'affaires ÷ ateliers
Taux de rebond	Ateliers obtenus ÷ ateliers animés

Le taux de rebond décide de l'avenir de l'agenda : avec quatre ateliers au départ, un rebond de 0,9 donne $4 + 3,6 + 3,24 =$

10,84 ateliers en trois mois, un rebond de 1,3 en donne $4 + 5,2 + 6,76 = 15,96$.

Atouts, limites et digitalisation

Atouts	Limites
Démonstration et conseil personnalisé, convivialité, relation de confiance	Forte rotation des vendeurs, activité irrégulière
Coûts fixes faibles : pas de magasin, rémunération à la commission	Image parfois associée au démarchage insistant
Recrutement de vendeurs parmi les clients satisfaits	Réglementation exigeante (vente hors établissement, prospection)

Les outils numériques prolongent l'atelier : invitations et rappels, boutique en ligne du vendeur pour les réassorts, ateliers en visioconférence, contenus sur les réseaux sociaux. Une commande passée à distance (visioconférence, site) relève de la vente à distance : délai de rétractation de 14 jours et, si la commande est passée sur un site ou une application, fonction de rétractation en ligne obligatoire depuis le 19 juin 2026.

À retenir

- La vente directe se fait hors magasin, en face à face ou en réunion, par des vendeurs souvent indépendants.
- Un atelier vise trois ventes : les produits, de nouveaux ateliers, de futurs vendeurs.
- Le taux de rebond (ateliers obtenus ÷ ateliers animés) doit dépasser 1 pour que l'activité se développe.
- Le multiniveau est licite s'il rémunère des ventes réelles ; la vente pyramidale est interdite.

Pour aller plus loin :

[Fiche ressource – Statut du VDI et droit de la vente directe](#)

[Fiche ressource – Recruter, former et accompagner des vendeurs](#)

[DGCCRF – contrats conclus hors établissement et démarchage à domicile \(FAQ\)](#)