

Comment vous faire payer par vos clients (en temps et en heure)

“L’enfer, c’est les mauvais payeurs.” La citation n’est pas signée Jean-Paul Sartre mais des milliers d’entrepreneurs qui rencontrent les pires difficultés à se faire payer par des clients toujours moins pressés de régler leurs factures. Avant d’envisager un long et coûteux recours à la justice, il existe des moyens de prévenir le fléau. Et des méthodes pour le guérir en douceur. Revue de détail.

Avant le début de la prestation

Contrôlez la solvabilité de votre client potentiel.

Si vous avez le moindre doute sur la capacité de votre prospect à vous payer ou si vous vous apprêtez à signer un contrat d’un montant particulièrement important, c’est une précaution qu’il peut être utile de prendre avant même d’accepter la prestation. Plusieurs sites comme [Societe.com](https://www.societe.com) ou [Infogreffe](https://www.infogreffe.fr) vous

permettent de chercher les derniers bilans financiers de l'entreprise. S'ils sont disponibles - ce qui n'est pas évident, étant donné que seules les entreprises cotées doivent rendre leurs comptes publics chaque année, ils peuvent vous fournir des indications précises de l'état des finances de votre client potentiel... et un avant-goût de ce qui vous attend. Si les voyants sont au vert, vous serez rassuré. Si, au contraire, sa solvabilité vous semble incertaine, rappelez-vous que les dettes les plus urgentes (loyer, dépenses énergétiques...) sont les premières à être réglées. Et que vous passerez donc toujours après.

Affinez vos conditions générales.

Elles établissent le cadre de vos collaborations, alors ne les négligez pas ! Vous pouvez ainsi y inclure la date d'échéance d'une facture et les indemnités dont votre client devra s'acquitter en cas de retard. Cela peut être une arme de dissuasion massive contre ceux qui auraient tendance à traîner un peu pour payer... Mieux vaut prévenir que guérir ! Si vous vendez des marchandises, vous pouvez également inclure dans vos conditions générales une clause de propriété qui stipule que vous resterez propriétaire des biens que vous vendez jusqu'à leur paiement intégral par votre client. Vous pourrez ainsi refuser de livrer ou d'envoyer les marchandises si celles-ci n'ont pas été réglées et ce, en toute légalité.

Vous pouvez également mentionner que les frais de recouvrement des sommes non versées seront à la charge du client. Cela peut paraître hostile mais la précision se révélera bien utile en temps voulu si jamais la relation s'envenime (voir plus bas).

Demandez un acompte.

De nombreux prestataires utilisent cette technique pour sécuriser la transaction. En exigeant le règlement d'une partie non négligeable de la prestation (de 20 à 50%) avant même qu'elle n'ait débuté, vous vous construisez un filet de sécurité. Présentez cela comme un gage de confiance des deux côtés : votre client a l'assurance que vous commencerez à travailler au plus tôt sur son dossier étant donné qu'une partie de la somme vous a déjà été réglée et, pour vous, c'est l'assurance que vous n'aurez pas à attendre des mois pour commencer à être payé, même en cas d'interminable processus de validation, par exemple.

Présentez une facture claire et détaillée

le plus rapidement possible.

Simple, basique... mais toujours utile ! *“Manque de temps quand l’activité bat son plein, absence de service dédié, toutes les entreprises ne disposent pas forcément des ressources internes nécessaires pour émettre rapidement leurs factures”*, rappelle Mathilde Roy, Responsable Lead Génération chez [Sellsy](#) dans un livre blanc sur les retards de paiement récemment publié par la startup de la Rochelle. Prenez le temps d’établir un devis puis une facture détaillés, facilement lisibles et compréhensibles par votre client et ce le plus rapidement possible - c’est d’autant plus facile avec une facture dématérialisée. Cela vous donnera une base de discussion saine pour la suite et vous évitera bien des ennuis au moment de réclamer votre dû - que certains clients s’empresseront de renégocier si vous n’avez pas établi de document précis sur le sujet.

Pendant la prestation

Étalez les paiements.

Après avoir obtenu votre acompte, étalez les paiements au fur et à mesure de votre prestation. Cela vous évitera d’avoir à recouvrir une part importante de la somme après le rendu final mais vous permettra également de mieux doser votre effort pendant la prestation : si votre client rechigne à vous payer alors même que vous travaillez sur son projet, vous pouvez très bien mettre celui-ci en pause pour vous focaliser sur d’autres clients. Par exemple, sur ceux qui vous règlent en temps et en heure.

Proposez différents moyens de paiement.

On ne vous parle pas (encore) d’éthers ou de tokens. Le paiement en ligne ou un simple virement bancaire vous éviteront les délais de dépôt et d’encaissement d’un chèque. *“Automatiser ses processus de paiement comme les virements ou cartes bancaires via des intégrations type Go Cardless, Paypal ou Stripe, c’est tout simplement l’assurance de générer automatiquement le règlement de vos factures avec un lien de paiement direct en ligne, en quelques clics”*, souligne Mathilde Roy. Un dispositif gagnant-gagnant puisque votre client y gagnera en simplicité mais aussi en temps passé à gérer sa comptabilité.

Relancez votre client.

Vous pouvez avoir à faire à un client particulièrement tête en l'air. De la même manière que certains oublient leur casserole sur le feu s'ils n'ont pas programmé de rappel sur leur portable afin de l'ôter à temps, d'autres ont besoin d'une piquêre de rappel quasi systématique pour déclencher un virement. La facture peut également s'être perdue sur le mauvais bureau. Commencez donc par relancer votre client par téléphone : plus convivial et moins formel, le coup de fil a également l'avantage de vous permettre d'échanger directement avec lui. S'il souhaite discuter des modalités, comme par exemple le nombre d'heures facturées, cela vous permettra de faire le point et de vous mettre d'accord. Dans ce cas, confirmez les termes de votre accord par écrit ensuite, même avec un simple mail. Si cela ne débloque pas la situation, envoyez deux ou trois rappels écrits - par mail, puis par courrier - avant de passer à l'artillerie lourde.

Appliquez les intérêts de retard...

C'est un vrai levier de négociation pour pouvoir régler la situation au plus vite et à l'amiable. Mais si vous menacez de les appliquer sans mettre à exécution vos projets alors que cela fait déjà bien trop longtemps que votre client ne s'est pas acquitté de sa facture, vous perdrez en crédibilité. Si vous les avez inclus dans vos conditions générales, n'y renoncez pas !

... et proposez un échelonnement des paiements.

Si cela peut vous permettre de recouvrer les sommes attendues plus rapidement, proposez à votre client d'échelonner ses paiements, surtout si le montant est conséquent. Cela lui montrera que vous prenez en compte ses problèmes de trésorerie et l'incitera en retour à faire preuve de bonne volonté. D'autre part, plus importante sera la somme que vous arriverez à récupérer, moins vous aurez à envisager de frapper fort pour obtenir le reste.

Envoyez une mise en demeure.

C'est la dernière étape avant les choses sérieuses. Une lettre recommandée avec accusé de réception fera l'affaire : indiquez précisément la somme qui vous reste due – pensez à inclure les indemnités de retard présentées dans vos conditions d'utilisation – et qu'elle doit vous être versée sur votre compte dans un délai bien précis – 5 jours ouvrables laissant le temps à votre client de s'organiser, sans quoi vous transmettez le dossier à une agence de recouvrement, un huissier ou un avocat dont les frais seront à la charge de votre interlocuteur (d'où l'importance de le mentionner dans les conditions générales). Et transmettez à votre interlocuteur l'ensemble des justificatifs – copie du contrat, de la facture et des différentes relances – vous permettant de réclamer les sommes dues. Si vous avez encore des marchandises à livrer, faites valoir votre clause de propriété pour repousser les envois.

Faites-vous aider si vous décidez de passer à l'offensive.

Vous aurez besoin de vous attacher les services de spécialistes pour la suite des opérations. Agence de recouvrement, huissier ou avocat pourront vous aider à légitimer votre action. Vous n'aurez peut-être pas besoin d'aller plus loin qu'une lettre signée par un avocat pour déclencher le paiement des sommes restant dues. Si rien ne se passe, vous avez à votre disposition trois procédures distinctes :

l'injonction de payer. Vous devez présenter une requête en injonction au juge (envoi d'[un formulaire Cerfa](#) ou demande dématérialisée depuis [le site des Greffes de tribunaux de commerce](#)) et fournir au juge les justificatifs des impayés. Celui-ci envoie ensuite à votre client une injonction de payer. Ce dernier dispose alors d'un mois pour s'acquitter de sa créance ou faire appel de l'injonction. Avantage : aucune des parties n'est appelée à se présenter au tribunal.

le référé-provision. Le juge appelle les deux parties à présenter leurs arguments et prend sa décision sur cette base. Si votre demande est retenue comme légitime, vous devrez notifier la décision du juge à votre client par l'intermédiaire d'un huissier.

l'assignation au fond. C'est la procédure la plus lourde. Sur la forme, c'est vous qui "traînez" votre client mauvais payeur devant le juge, ce qui est forcément la solution la plus hostile. Le juge prend ensuite sa décision en tenant compte non seulement des justificatifs que vous lui transmettez mais également de l'ensemble de la jurisprudence en la matière. Cette

décision est définitive et, qu'elle vous soit favorable ou non, met fin à la procédure.

Pour en savoir plus, vous pouvez aussi télécharger le livre blanc de Sellsy sur le sujet [ICI](#).

Maddyness, partenaire média de Sellsy

Article écrit par MADDYNESS, AVEC SELLSY