

FICHES PRATIQUES

Des réponses simples et concrètes à toutes vos questions

Comment se protéger contre les impayés

Parce que 25% des défaillances d'entreprises sont dues à des retards de paiement, se protéger contre les impayés, en amont et en aval des transactions, est crucial.



1. Evaluer le risque client pour se protéger contre les impayés en amont

Etudier la solvabilité des clients est une étape essentielle pour toute entreprise pour prévenir efficacement les impayés. Il s'agit de sélectionner les prospects et clients capables d'honorer leurs engagements. Cette démarche doit être entreprise en amont et tout au long de la relation commerciale pour évaluer et actualiser le risque client. Les sources d'informations sont multiples :

- analyse financière ;
- information commerciale ;
- information légale ;
- renseignements internes (services comptables, commerciaux).

A partir de ces éléments, l'entreprise établira une politique de crédit adaptée. Cette dernière permettra de suivre l'encours clients et d'anticiper les risques en cas de détérioration évidente des conditions du partenariat.

Les clients à risque feront ainsi l'objet d'une attention particulière :

- demande d'acompte ;
- demande de paiement comptant ;
- définition de garanties et de pénalités.

2. Les documents commerciaux : outil de protection contre les impayés

Les documents commerciaux sont essentiels à la prévention du risque d'impayés. Ils devront d'abord jalonner la transaction afin de matérialiser l'engagement du client et prévenir les contestations ultérieures (bon de commande, bon de livraison).

La signature des CGV servira de cadre légal pour prévoir certaines clauses commerciales dissuasives. Enfin, une facturation efficace diminuera les délais de paiement et d'accroître la crédibilité de l'entreprise.

3. Se protéger contre les impayés en aval : gestion des litiges et relance qualifiée

La détection et la gestion rapide des litiges clients sont primordiaux. L'entreprise identifiera et solutionnera les éventuels freins au paiement. L'enjeu : éviter les retards de paiement tout en assurant la satisfaction du client. La relance poursuivra les mêmes objectifs. Optimiser la relance, grâce à des mesures de recouvrement anticipatives, qualifiées et automatiques, permettra ainsi à l'entreprise de dégager du cash et de se protéger contre les impayés.

4. Assurer le risque client pour se couvrir contre les impayés

L'assurance-crédit est un des outils d'aide à la décision pour identifier et évaluer le risque impayé. Elle comprend une aide à la relance et une indemnisation au titre des créances garanties qui se retrouvent impayées. Cela permet, en outre, de bénéficier de l'expertise de professionnels du renseignement et du recouvrement.

Comment étudier la solvabilité des clients



1. Etudier la solvabilité des clients : enjeux en temps de crise

Le poste client est un actif majeur du bilan des entreprises. Etudier la solvabilité des clients et prospecter et sélectionner ceux capables d'honorer leurs engagements est essentiel pour se protéger contre les impayés, et donc, optimiser sa trésorerie.

La connaissance de la situation sensible d'un client ne va pas forcément mener à son éviction. Les documents commerciaux prévoient en effet des clauses commerciales dissuasives et des garanties et pénalités pour encadrer les délais de paiement.

2. Renseignements pertinents pour étudier la solvabilité des clients

Etudier la solvabilité d'un client implique de connaître sa situation :

- Economique ;
- Financière ;
- Juridique.

Diagnostiquer la santé financière du partenaire potentiel repose sur une analyse de ses résultats comptables :

- bilan
- compte de résultat
- etc.

Il est aussi essentiel d'anticiper une défaillance en prêtant attention à certains éléments tels que la présence d'impayés auprès de créanciers prioritaires comme le Trésor Public ou l'Urssaf. Il en est de même d'une situation de redressement ou de liquidation judiciaire.

3. Optimiser l'étude de solvabilité : sources de renseignements à privilégier

La collecte d'informations pour étudier la solvabilité des clients commence par le questionnement du client lui-même. Toute rétention d'informations sera suspecte.

En parallèle, les renseignements recueillis en interne ou sur le terrain par les commerciaux ne seront pas négligés.

Les pratiques de paiement d'un client (relances et/ou mises en demeure systématiques) sont ainsi évocatrices.

La banque est également susceptible d'alerter sur une éventuelle inscription du client sur les fichiers de la Banque de France.

Au titre des données officielles, certains fichiers permettent d'aller plus loin :

- fichiers du BODACC ;
- registre du commerce et des sociétés ;
- registre des inscriptions de privilèges ;
- infogreffe.fr mérite aussi une attention particulière dans la mesure où il collecte l'information légale : extraits K-bis ;
- comptes annuels ;
- procédures collectives en cours.

Ces démarches étant chronophages, elles peuvent être sous-traitées à des spécialistes pour étudier la solvabilité des clients.

4. Externaliser l'étude de solvabilité auprès de partenaires aguerris

Les sociétés spécialisées dans la connaissance interentreprises fourniront des informations et des avis actualisés sur chaque entreprise. Elles proposeront, par ailleurs, une mise sous surveillance des clients.

Certaines sociétés de renseignements, comme Altares, ou Coface, iront encore plus loin en bâtissant, pour un coût certes non négligeable, des enquêtes de solvabilité. Celles-ci intégreront données officielles et officieuses :

- analyse financière experte ;
- retour de fournisseurs ;
- sources bancaires.

Enfin, l'assureur-crédit étudiera lui-même la solvabilité des clients à garantir avant d'accepter ou non les risques clients en question.

Comment utiliser l'assurance-crédit



1. Utiliser l'assurance-crédit : le principe

En contrepartie de sa souscription, l'assureur-crédit s'engage à indemniser les créances impayées après un délai de carence, sur le marché domestique comme à l'export.

L'étendue de la couverture acquise et la prime qui en découle seront négociées.

Le taux de couverture d'abord désigne l'encours client que l'assureur-crédit accepte de garantir.

Ensuite, pour les clients couverts, la quotité d'indemnisation représente la part d'indemnité reçue en cas d'impayé.

Elle interviendra après un délai de carence plus ou moins long et variera selon qu'il s'agit d'un client dénommé ou non dénommé, de 50 % à 90 % généralement.

2. Assurance-crédit et étude de solvabilité des clients

D'abord, l'assureur-crédit va étudier la solvabilité des clients du portefeuille à garantir. Il proposera des outils d'aide à la décision : l'assuré saura, en effet, quels partenariats commerciaux privilégier pour prévenir le risque impayé.

Les clients dénommés sont ceux qui ont reçu un agrément personnalisé. En-dessous du seuil de non dénommé, l'assuré pourra travailler avec des clients sans demander l'autorisation de l'assureur.

3. Assurance-crédit et externalisation d'une partie des relances clients

Ensuite, en cas de retard de paiement de clients débiteurs, l'assureur-crédit se chargera du recouvrement des créances impayées garanties. Il se chargera, sur option, aussi du recouvrement des créances non garanties. L'assuré dispose en général d'un délai de 60 à 90 jours pour transmettre le dossier à son assureur-crédit.

En se déchargeant d'une partie des relances, mises en demeure et de la gestion du contentieux, l'assuré se concentre ainsi sur le développement commercial tout en réduisant son encours client.

4. Assurance-crédit : indemnisation des créances impayées

Enfin, après un délai de carence, l'assurance-crédit indemniser une quote-part de la créance impayée assurée. Dès lors, l'assureur est subrogé dans les droits de l'assuré pour récupérer les sommes dues.

Traditionnellement, l'assurance-crédit couvre le risque d'impayés dus à l'insolvabilité des clients. Sur option, l'assurance-crédit prend en charge les risques d'impayés dus aux éventuels litiges ou risques de fabrication.

Il est essentiel de choisir un interlocuteur qui connaît le secteur d'activité de l'entreprise assurée. A l'export, la garantie demande une expertise encore plus pointue et une connaissance des pratiques commerciales et juridiques de chaque zone géographique.

Avec l'assurance-crédit, l'entreprise dispose d'un filet de sécurité pour éviter l'effet domino en cas de défaillance d'un débiteur important.

Soigner les documents commerciaux



1. Documents commerciaux : matérialiser l'engagement du client

Les documents commerciaux forment le socle de la relation commerciale. A chaque étape de celle-ci correspondent des documents spécifiques. Le devis et le bon de commande, une fois signés, démontreront l'accord sur les modalités de la commande. Le bon de livraison prouve l'approbation de la prestation reçue. Si le client le signe sans réserve, il ne pourra plus émettre de contestation sur la livraison. En cas de défaut de paiement, la relance client sera facilitée. A noter que des documents commerciaux fiables, exhaustifs et signés des deux parties seront des justificatifs utiles à toute procédure de recouvrement.

2. CGV : encadrement du partenariat et des modalités de règlement

Une grande attention doit être accordée à la rédaction des conditions générales de vente ou CGV. Celles-ci seront obligatoirement communiquées au client qui en fait la demande. Elles comporteront un certain nombre de mentions obligatoires comme les conditions de paiement :

- Modalités ;
- conditions d'application ;
- taux d'intérêt des pénalités de retard ;
- etc.

Les CGV figureront soit au verso du devis ou du bon de commande ou sur un document séparé. Le client devra dans ce cas les signer au plus tard le jour de la livraison pour qu'elles lui soient opposables.

3. Rigueur dans le process de facturation

En tant que dernier document du circuit des documents commerciaux, la transmission de factures fiables est primordial pour le paiement. La facture comportera l'ensemble des mentions obligatoires, comme la date de règlement. Un traitement rigoureux de cette étape de facturation préviendra les contestations. Le point de départ du délai de paiement étant la date d'émission de la facture, celle-ci doit enfin être établie et adressée au client aussitôt après livraison.

4. Documents commerciaux : garanties et clauses commerciales dissuasives

En cas de doute sur la solvabilité ou la bonne foi de l'acheteur, les conditions particulières encadreront encore plus strictement le partenariat commercial. Il pourra s'agir de demandes d'acompte, de prises de garanties et de l'application de pénalités.

Les CGV pourront, en outre, prévoir certaines clauses commerciales pour dissuader les mauvais payeurs comme :

- la clause de déchéance du terme (qui consiste à exiger avant l'échéance prévue les créances) ;
- la clause de réserve de propriété (qui garantit au vendeur un titre de propriété sur le bien vendu jusqu'à ce que le paiement total ait été effectué).

Enfin, d'autres clauses pourront venir faciliter la gestion des litiges :

- limitation des délais de réclamation des clients ;

- clause attributive de compétence.

Comprendre les garanties et pénalités



1. Garanties et pénalités : deux types d'outils, un même objectif

Grâce à l'étude de la solvabilité des clients, la politique de crédit s'adaptera en fonction du risque.

Si l'entreprise veut poursuivre la relation commerciale, des garanties, prises par l'acheteur au profit du vendeur, sécuriseront la transaction. Les pénalités viseront à diminuer les délais de paiement.

2. Les garanties et avals bancaires

La garantie à première demande est sollicitée par le vendeur au moment de la négociation. Elle sera octroyée par la banque de l'acheteur. Cette dernière devra ainsi payer, en cas de défaut de paiement de son client, dès que le vendeur en fera la demande. Une banque refusera cependant souvent de garantir un client dont la situation est précaire. Avec la lettre de change avalisée, la garantie du banquier est adossée à un moyen de paiement. L'entreprise devra donc réitérer la demande pour chaque lettre de change émise.

3. Garantie maison mère ou délégation de paiement

La garantie maison mère permet à une filiale de profiter de la crédibilité du groupe auquel elle appartient. Elle prend la forme d'une lettre d'intention rédigée par la maison mère qui garantit la prise en charge des engagements de sa filiale. L'entreprise qui se retrouve face à ce type de garantie doit lui accorder une attention particulière afin de détecter des clauses suspensives ou conditionnelles. Ces dernières pourraient priver la lettre d'intention de sa portée et la transformer en une lettre de confort, sans véritable valeur juridique.

4. Garanties sur les biens du débiteur et cautionnements : les sûretés classiques

En cas d'impayés, gage, nantissement, droit de rétention et hypothèque permettent au créancier d'obtenir l'affectation du bien mis en garantie ou la vente de celui-ci.

Au contraire, le cautionnement est une sûreté personnelle : une personne s'engage par contrat à régler la dette d'autrui s'il y a défaut de paiement. Avec le cautionnement omnibus l'ensemble des dettes d'un débiteur auprès d'un créancier sont garanties dans le cadre de relations d'affaires suivies.

5. Les garanties à l'export

Les garanties à l'export sécurisent les créances d'une entreprise à l'international.

On citera la lettre de crédit standby. L'acheteur (importateur) demande à sa banque d'émettre celle-ci en faveur du vendeur (exportateur). La banque émettrice s'engage, en contrepartie de la remise des documents prévus, envers la banque de l'entreprise créancière à payer à la place de l'acheteur défaillant.

6. Prévoir des pénalités de retard

Les pénalités de retard agiront comme une sanction dissuasive contre les mauvais payeurs. Leur modalité d'application et leur taux seront notamment indiqués dans les CGV. Elles courent dès le jour suivant la date de règlement indiquée sur la facture. En outre, une indemnité pour frais de recouvrement, d'un montant forfaitaire fixé à 40 €³⁶⁴, est due à chaque retard de paiement.

La loi Hamon, dans la continuité de la loi LME, prévoit l'application par l'administration de sanctions lourdes, automatiques et dissuasives en cas de non-respect du plafonnement des délais légaux. L'effet de ces dispositions reste cependant encore mal connu.

Comment optimiser la relance client



1. Relancer pour diminuer les délais de paiement

Dans le climat économique actuel et malgré les mesures législatives dissuasives, les entreprises souffrent de la détérioration des délais de paiement. Optimiser la relance client constitue donc un enjeu stratégique :

- diminution des retards de paiement ;
- sécurisation de la trésorerie.

Mais, parce que préserver la relation client demeure une préoccupation majeure, optimiser la relance client implique de combiner fermeté et diplomatie.

2. Optimiser la relance : dissuasion en amont et relance anticipative

Etude de solvabilité, négociation de clauses commerciales dissuasives, signatures de documents commerciaux fiables. Voilà autant d'outils d'aide à la gestion du risque client en amont.

La relance sera en effet plus facile si le client a consenti à des garanties et pénalités qui sanctionnent les impayés ou limitent leurs effets. Par souci de crédibilité, encore faut-il être ferme et appliquer les mesures annoncées.

La relance anticipative, effectuée juste après l'émission de la facture, a pour objet de se protéger contre les impayés. Par un appel au client, l'entreprise s'assure de son degré de satisfaction pour identifier les freins au paiement. Gérer d'éventuels litiges clients permettra d'obtenir un engagement de paiement.

3. La relance automatique et qualifiée : adapter ses relances à la typologie clients

Une relance rapide, graduée et automatique constitue la continuité logique de la transaction commerciale en cas d'impayés. Les clients ainsi habitués auront tendance à anticiper l'échéance pour faire part d'éventuelles difficultés et trouver des solutions amiables.

Une analyse régulière de la balance âgée (document comptable permettant de suivre l'état des créances) offre une vision d'ensemble des factures impayées afin d'envisager rapidement des mesures différenciées et graduelles selon les tranches de retard et la typologie clients.

Un contact direct et personnalisé a statistiquement plus de chances d'aboutir à un paiement rapide. Ainsi, les partenaires importants feront l'objet de visites régulières des commerciaux et d'un appel quelques jours avant chaque échéance. Les créances moins cruciales feront l'objet de courriers types.

4. Externaliser la relance clients : avantages et inconvénients

Faire appel à l'expertise de professionnels du recouvrement, qu'il s'agisse de sociétés de recouvrement ou d'assureurs-crédit, est pertinent pour préserver la relation commerciale. Il conviendra généralement de faire une balance entre coût d'un tel prestataire et bénéfices (temps gagné et amélioration du taux de recouvrement). Rompus aux techniques de négociation et en raison de leur neutralité, ces professionnels seront souvent aptes à dépassionner et à régler le litige.

Comment gérer les litiges clients



1. Gérer les litiges : rendre la créance certaine pour éviter les retards de paiement

La gestion des litiges clients est primordiale : ceux-ci sont généralement la manifestation de dysfonctionnements au sein de l'entreprise. Non traités, ils entraînent une détérioration des partenariats commerciaux et une fragilisation du poste client, même en l'absence de problème de solvabilité.

En outre, ces litiges impliquent des retards de paiement néfastes pour la trésorerie.

Une créance litigieuse n'étant pas une créance certaine, le délai de paiement ne court qu'à partir de la date de résolution du contentieux, comme les intérêts et pénalités de retard.

2. Décloisonner l'entreprise : gestion transversale des litiges

La gestion des litiges clients implique une approche transversale des dysfonctionnements observés. Le but : se protéger des impayés tout en affirmant la crédibilité de l'entreprise.

En effet, les litiges clients peuvent concerner :

- des erreurs de facturation ;
- une livraison non conforme ;
- une contestation quant à la qualité des produits.

La gestion des litiges sera l'occasion d'un audit interne pour une amélioration du processus de commercialisation :

- collecte des détails du litige ;
- remontée d'informations ;
- résolution des points de contestation.

3. Les facteurs de réussite pour une gestion efficace du litige

Le souci de satisfaction du client doit transparaître dans la procédure de gestion du litige.

Les documents commerciaux, en validant chaque étape du processus, matérialiseront l'engagement réciproque des parties. Par exemple, il en est ainsi de la signature sans réserve du bon de livraison qui prévient les contestations ultérieures. De même, les conditions générales de vente encadreront la gestion d'un litige en prévoyant des clauses spécifiques.

Une relance client optimisée permettra d'anticiper les contestations éventuelles. Lever les freins au paiement signifiera éviter le risque impayé et le retard de paiement. C'est un préalable à la mise en place d'une stratégie de recouvrement efficace.

4. Modes de gestion amiables des litiges : la transaction

Le choix d'une gestion amiable des litiges est souvent préférable. Tout d'abord, la médiation inter-entreprises est un dispositif gouvernemental d'aide aux entreprises gratuit et rapide. Les parties pourront également, si elles partagent la

volonté de parvenir à une résolution du différend, choisir la transaction. Il devra alors y avoir concessions réciproques des parties.

Découvrir le monde du marketing et du commercial



La référence
des décideurs
La communauté
Marketing
& communication



Le média
cross canal
Ecommerçants
et commerce
connecté



Le média
orienté
100% client



Le service
d'information
des commerciaux
et des business
developers

Découvrir le monde de la finance et des achats



Le média référent
des acheteurs
privé / public



La solution
d'information
des directeurs
administratifs
et financiers

Découvrir le monde de l'entrepreneuriat



La source
d'information
des entrepreneurs
et
des dirigeants PME



Le magazine
des entreprises
artisanales



Le magazine
des entreprises
artisanales