

**FORMATION**

Honoraires, facturation et recouvrement : quand les bons comptes font les bons clients



Présenté par:  
Mme Véronique Beaulieu

Mai 2019 - 90 min

---

---

---

---

---

---

---

---

Une collaboration entre

Me Stéphane Pouliot  
et  
Mme Véronique Beaulieu



**PRINGLE**  
AVOCATS

THE HIGHEST STANDARDS OF EXCELLENCE  
IN REPRESENTATION IN FAMILY LAW

**CANICO**  
GESTION DE BUREAUX D'AVOCATS

---

---

---

---

---

---

---

---

**LES GRAND THÈMES DE LA FORMATION**

- Développer des méthodes de prévention pour éviter les mauvaises créances
- Identifier les clients à risque de devenir des mauvais payeurs
- Centraliser les informations financières du dossier
- Établir une bonne communication avec notre client
- Adopter des stratégies de traitement efficaces

---

---

---

---

---

---

---

---

## LES CLIENTS À ÉVITER

Certains indicateurs peuvent vous informer sur la capacité de payer du nouveau client.

Suivez votre instinct, faites quelques démarches et prenez des précautions.

Demandez-vous si ce nouveau mandat vaut le risque.

4

---

---

---

---

---

---

---

---

## LES CLIENTS À ÉVITER

### A) Les indicateurs

- Un client qui change souvent d'avocat
- Incapacité à payer une avance d'honoraires raisonnable en début de mandat
- Change d'adresse ou d'emploi fréquemment
- Entrepreneur en série, multiple litiges en action sur compte
- Promesses de paiement sans donner suite
- Réticences à signer une convention d'honoraires
- Propose immédiatement de payer « au noir »

5

---

---

---

---

---

---

---

---

## LES CLIENTS À ÉVITER

### B) Les démarches possibles

- S'informer auprès de l'ancien avocat sur des comptes impayés
- Demander le paiement de la première rencontre sur place
- Demander une avance d'honoraires dès l'ouverture du dossier
- Demander une nouvelle avance dès que les avances sont utilisées et au même moment que l'envoi de la note d'honoraires

6

---

---

---

---

---

---

---

---

## LES CLIENTS À ÉVITER

C) Quelques questions à se poser

- Quelles sont les chances de succès du mandat?
- Votre client a-t-il les bonnes motivations?
- Êtes-vous intéressés à faire du *pro bono*?
- Votre volume de mandats privés vous permet-il d'avoir quelques dossiers à risque?

7

---

---

---

---

---

---

---

---

## LA CUEILLETTE DES INFORMATIONS

Tan au niveau administratif qu'au niveau judiciaire, un dossier centralisé et informé vous assurera une gestion efficace.

Peu importe le type d'outil ou de système de gestion dont vous disposez, il faut cueillir toutes les informations nécessaires pour assurer le bon déroulement du dossier.

L'aspect financier du dossier n'en fait pas exception.

8

---

---

---

---

---

---

---

---

## LA CUEILLETTE DES INFORMATIONS

A) Les données financières du client

- Personne physique : qui est le payeur et qui est le client?
- Personne morale : responsable des comptes à payer ou département de comptabilité? Personnes en cc dans les envois?
- Coordonnées de facturation (adresse présente dans la note d'honoraires, adresse d'envoi papier et adresse courriel pour envoi électronique)

9

---

---

---

---

---

---

---

---

## LA CUEILLETTE DES INFORMATIONS

### A) Les données financières du client

- Nécessité de produire des factures sommaires et/ou détaillées?  
Restrictions au niveau de la confidentialité?
- Indications dans l'objet? (No de dossier, bon de commande ou période de facturation précise, etc.)
- Ententes spéciales concernant le paiement des déboursés ou la transmission des factures de déboursés originales?

10

---

---

---

---

---

---

---

---

## LA CUEILLETTE DES INFORMATIONS

### B) Les données financières du dossier

- Mode de tarification du dossier (de préférence, codifier le dossier en conséquence)
- Identifier le ou les taux horaires entendus dans la convention pour chacune des ressources travaillant au dossier
- Montant du forfait de la convention et services/étapes incluses dans le forfait
- Estimé fourni dans la convention ou autrement au client

11

---

---

---

---

---

---

---

---

## LA CONVENTION D'HONORAIRES

La convention, quoique non obligatoire, est un outil indispensable pour faciliter la communication entre l'avocat et le client.

L'avocat doit faire reconnaître au client qu'il a lu la convention d'honoraires, qu'il l'a compris, qu'il en accepte les modalités, que la convention lui a été expliquée et qu'il a pu poser toutes ses questions avant de signer.

12

---

---

---

---

---

---

---

---

## LA CONVENTION D'HONORAIRES

### A) Votre convention d'honoraires

- Nouveau modèle de convention disponible sur le site du Barreau
- Adapter la convention selon les particularités de votre cabinet
- Faire un modèle de convention par type de tarification/mandat
- Mettre à jour le modèle selon vos bonnes/mauvaises expériences

13

---

---

---

---

---

---

---

---

## LA CONVENTION D'HONORAIRES

### B) Les avantages de la convention

- Point de repère de l'information sur le mandat
- Faciliter la conversation et éviter les oublis
- Rappel des obligations des parties

14

---

---

---

---

---

---

---

---

## LA CONVENTION D'HONORAIRES

### B) Les avantages de la convention

- Fixer le taux d'intérêt
- Déterminer les faits connus du mandat
- Fixer les premiers devoirs du client (avances, transmission de documents, etc.)

15

---

---

---

---

---

---

---

---

## LA CONVENTION D'HONORAIRES

### C) Les aspects financiers du mandat

- Estimé des étapes d'exécution du mandat
- Éléments pouvant avoir un impact sur le cheminement du dossier
- Estimé des honoraires
- Choix du ou des modes de tarification et déterminer les conditions
- Motifs de changement du mode de tarification ou du taux horaire
- Nécessité d'engager des ressources externes
- Minimum facturable en temps
- Facturation des correspondances par téléphone et par courriel

16

---

---

---

---

---

---

---

---

## LA CONVENTION D'HONORAIRES

### C) Les aspects financiers du mandat

- Estimé des déboursés judiciaires et extrajudiciaires
- Explication et entente sur les déboursés assumés par le client
- Frais de déplacement et taux du kilomètre
- Déboursés judiciaires sujets à être remboursés selon 339 Cpc
- Fréquence de facturation
- Délai et modes de paiements
- Frais pour chèques sans fonds
- Avances d'honoraires et de débours demandés

17

---

---

---

---

---

---

---

---

## LA CONVENTION D'HONORAIRES

### D) Gérer les attentes de vos clients

- Vous n'avez pas d'obligation de résultat
- Vous prendrez les moyens nécessaires pour arriver à un résultat réalisable selon l'état du droit
- Vous avez des obligations selon le Cpc (proportionnalité, modes privés de règlement, etc.)

18

---

---

---

---

---

---

---

---

## LES STRATÉGIES DE COMMUNICATION

### A) Sur l'exécution du mandat

- Bien identifier les désirs du client
- Gérer les attentes tout au long du dossier
- Éduquer le client sur les ressources nécessaires pour atteindre les objectifs du mandat (travail d'analyse, temps de rédaction, temps de communication entre les différents intervenants)
- Expliquer la nature du travail intellectuel et la « plus value » de vos conseils juridiques

19

---

---

---

---

---

---

---

---

## LES AVANCES EN FIDÉICOMMIS

### A) Meilleures pratiques

- Demander une avance dès la première rencontre
- Éviter le paiement des déboursés directement à partir du compte en fidéicommis
- Demander immédiatement une nouvelle avance au client lors de l'envoi de la note d'honoraires
- Toujours afficher le paiement de la note d'honoraires par la fidéicommis sur votre modèle de facture
- Éviter de garder les avances pour le paiement des notes d'honoraires en retard

20

---

---

---

---

---

---

---

---

## LA FACTURATION

### A) Les trois objectifs d'un compte d'honoraires

- Communiquer au client ce que vous avez fait au cours de la période de facturation
- Vendre vos services et démontrer au client le bénéfice de votre travail
- Être payé pour son travail

21

---

---

---

---

---

---

---

---

## LA FACTURATION

### B) Les stratégies de facturation

- Éviter les systèmes de facturation manuels ou parallèles
- Incorporer la saisie du temps et des déboursés dans une routine disciplinée et régulière
- Faire la description détaillée des services rendus dans la saisie du temps

22

---

---

---

---

---

---

---

---

## LA FACTURATION

### B) Les stratégies de facturation

- Bien connaître les fonctions de facturation de votre outil de gestion et automatiser le plus possible les étapes
- Lorsque votre client a plusieurs dossiers, facturer dans un dossier « général » ou « administratif » afin de centraliser les transactions financières

23

---

---

---

---

---

---

---

---

## LA FACTURATION

### B) Les stratégies de facturation

- Choisir une date de facturation récurrente, mensuelle de préférence et mettre en place un moyen évident d'identifier les dossiers qui y font exception
- Établir une procédure en prévision de la date de facturation, afin de traiter les étapes préalables et postérieures à l'émission des notes d'honoraires

24

---

---

---

---

---

---

---

---

## LA FACTURATION

### B) Les stratégies de facturation

- Réviser les projets de facture pour les fautes, les éléments à retirer dans le détail, la confidentialité, ainsi que le temps et débours manquants
- Avant la plage de facturation, assurez-vous que la comptabilité (encaissements et dépôts/retraits en fidéicommis) est à jour

25

---

---

---

---

---

---

---

---

## LA FACTURATION

### B) Les stratégies de facturation

- Faire une vérification de la fiche financière du client/dossier avant d'envoyer un nouveau compte d'honoraires
- Indiquer la période de facturation lorsqu'elle ne peut être faite de façon récurrente (Pour services professionnels rendus du JJ-MM-AA au JJ-MM-AA)

26

---

---

---

---

---

---

---

---

## LA FACTURATION

### B) Les stratégies de facturation

- Profiter de l'envoi du nouveau compte d'honoraires pour avoir une discussion financière avec le client (rappel de compte précédent, demande d'avance en fidéicommis, changement dans l'estimé du mandat, etc.)
- Évitez les fonctions de « ajout du solde précédent » dans les comptes d'honoraires et optez plutôt pour l'envoi d'une nouvelle note d'honoraires et un état de compte

27

---

---

---

---

---

---

---

---

## LA FACTURATION

### B) Les stratégies de facturation

- Mettre une note au dossier à la date de l'envoi de la note d'honoraires, le numéro de la note, le destinataire et conserver le courriel d'envoi. Indiquer s'il y a également eu un rappel de compte
- Répondre rapidement aux courriels de question ou de contestation des clients

28

---

---

---

---

---

---

---

---

## LE TRAITEMENT DES COMPTES À RECEVOIR

### A) Les stratégies de traitement

- Fixer une plage de traitement récurrente pour faire les rappels de comptes
- Établir un processus de communication pour l'envoi des rappels de comptes et des messages automatisés (1<sup>er</sup> rappel, 2<sup>e</sup> rappel, dernier avis et mise en demeure)

29

---

---

---

---

---

---

---

---

## LE TRAITEMENT DES COMPTES À RECEVOIR

### A) Les stratégies de traitement

- Assurez-vous que tous les encaissements ont été entrés dans votre système de gestion
- Indiquer à chaque rappel de compte, dans le dossier, la date de l'envoi de l'avis au client

30

---

---

---

---

---

---

---

---

## LE TRAITEMENT DES COMPTES À RECEVOIR

### A) Les stratégies de traitement

- Aviser immédiatement toutes les ressources du dossier lorsqu'il devient à risque et communiquez immédiatement avec le client pour valider la poursuite du mandat et garantir le paiement des honoraires
- Toujours traiter la conversation financière avec votre client séparée du dossier juridique (courriels et appels)

31

---

---

---

---

---

---

---

---

## EXEMPLE D'UNE PROCÉDURE DE FACTURATION

- Correction du projet de facture
- Vérification de la fiche financière du dossier / client
- Émission de la facture selon les particularités
- Émission d'un état de compte, le cas échéant
- Vérification de la disponibilité des copies des déboursés

32

---

---

---

---

---

---

---

---

## EXEMPLE D'UNE PROCÉDURE DE FACTURATION

- Vérification des destinataires de la note d'honoraires
- Préparation du message d'envoi selon les circonstances
- Note au dossier de la date d'envoi de la facture
- Note de recouvrement pour l'envoi d'un rappel de compte
- Réponse aux courriels du client suite à l'envoi

33

---

---

---

---

---

---

---

---

## En conclusion

Les meilleures stratégies pour vous assurer d'être payé par vos clients doivent, à chaque étape, être appliquées au niveau de la prévention:

- « Flairer » les bon et mauvais clients/payeurs
- Utiliser la convention d'honoraires pour faciliter l'explication de vos services et d'avoir les traces écrites de votre entente
- Centraliser l'information financière du dossier et la garder à jour
- Rédiger des notes d'honoraires détaillées et établir une récurrence de facturation stable envers le client
- Suivre les rappels de comptes de façon récurrente et répondre aux questions des clients rapidement

34

---

---

---

---

---

---

---

---

## Des questions?

35

---

---

---

---

---

---

---

---