

CLAUDE PERIER

REUSSIR

ses

CONTRATS

et sa

CORRESPONDANCE
COMMERCIALE

GUIDE PRATIQUE

Savoir rédiger et lire un contrat, une note commerciale, une demande de devis...

Présentation, rédaction, classement du courrier commercial

Courrier de facturation, de réclamation, bons émargés, lettres de relance...

Avec des conseils pour rédiger un contrat commercial, un acte sous seing privé, un contrat de travail, un bail commercial...

AVEC PLUS DE 140 MODELES

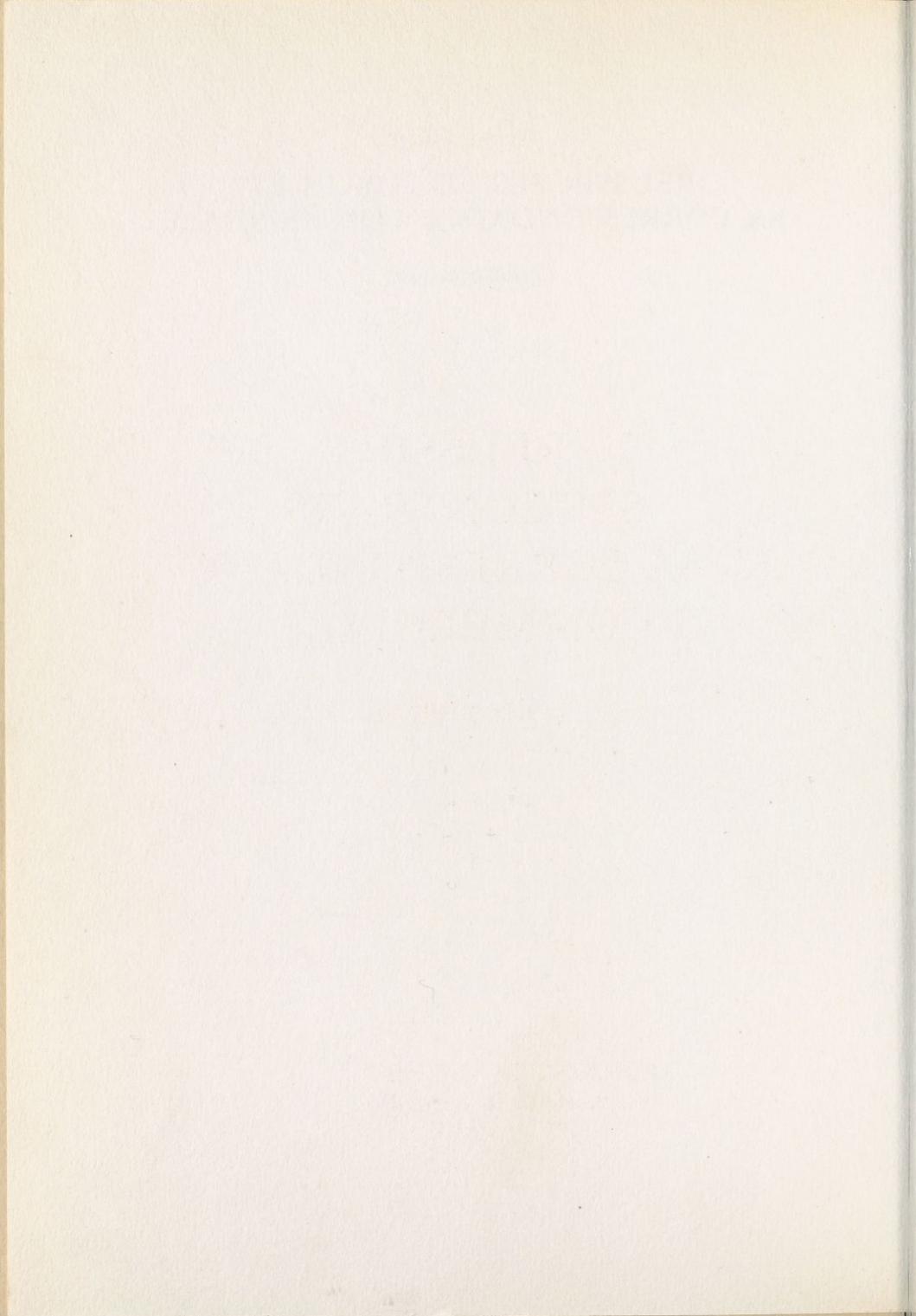
EDITIONS DE VECCHI

REUSSIR SES CONTRATS ET
SA CORRESPONDANCE COMMERCIALE

Guide pratique

16° V

21925



65

1795047

Claude Périer

REUSSIR
SES CONTRATS
ET SA CORRESPONDANCE
COMMERCIALE

Guide pratique

EDITIONS DE VECCHI S.A.
20, rue de la Trémoille
75008 PARIS

DL-10081994-22340

A Guillaume, Coralie, Benoît.

© 1994 Editions De Vecchi S.A. - Paris
Imprimé en Italie

La loi du 11 mars 1957 n'autorisant, aux termes des alinéas 2 et 3 de l'article 41, d'une part, que les «copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective» et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, «toute représentation ou reproduction intégrale, ou partielle, faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite» (alinéa 1^{er} de l'article 40). Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles 425 et suivants du Code Pénal.



AVERTISSEMENT

L'ouvrage que vous avez entre les mains a pour but de faire connaître au lecteur les nouvelles dispositions juridiques et les formalités pratiques relatives au sujet suivant : la rédaction de courriers et de contrats pour les PME-PMI. De nouvelles dispositions sont introduites continuellement dans les législations nationale, internationale et européenne concernant le droit civil, le droit commercial, le droit pénal, le droit du travail, le droit fiscal, etc. A ces réformes législatives s'ajoutent des modifications ponctuelles qui font que le « droit » est en perpétuelle évolution.

Nous informons les lecteurs que cet ouvrage prend en compte les lois et les aménagements administratifs promulgués à la date de remise du manuscrit par l'auteur en septembre 1993.

Il est conseillé, selon les problèmes spécifiques – et souvent uniques – de chaque lecteur, de prendre l'avis des personnes compétentes, hommes de loi, administrations, associations, etc., pour obtenir les renseignements les plus complets et les plus précis possible en fonction des possibles changements intervenus dans les textes en question. En effet, depuis la date de remise du manuscrit par l'auteur et la date de publication de cet ouvrage les textes et leur interprétation ont pu évoluer.

L'ÉDITEUR

Introduction

On ne mesure pas toujours la portée de ce que l'on écrit. Or, dès que l'on rédige un écrit dans le cadre professionnel, il faut toujours avoir présent à l'esprit la valeur juridique que pourrait avoir ce document, en cas de conflit. On doit être très prudent sur les termes employés, qui doivent être précis, et sur la tournure des phrases qui doit être sans ambiguïté.

La plupart du temps, un document bien écrit, que ce soit un courrier ou un contrat, avec les formules appropriées, permettra d'éviter les litiges et de faire prévaloir ses droits.

Ce livre est donc destiné à donner tous conseils utiles pour rédiger lettres et documents d'affaires. Il donne un large éventail de lettres types et de modèles d'actes adaptés à des situations diverses.

PREMIERE PARTIE

**LA CORRESPONDANCE
COMMERCIALE**

L'importance d'un courrier bien présenté et bien rédigé est souvent minimisée. Cependant, une entreprise, dans toute correspondance adressée à un tiers, véhicule non seulement le propos qui en fait l'objet, mais également une image de marque de la société. C'est la communication écrite de l'entreprise.

Aussi n'est-il pas suffisant de se faire bien comprendre, il faut également y mettre les formes : présentation et style sont pratiquement aussi importants que le fond.

Il est donc indispensable de connaître les règles régissant la correspondance commerciale et de bien les manier, afin de transmettre à son destinataire, au-delà du message proprement dit qu'on lui adresse, une image de sérieux, de courtoisie et d'honnêteté attachée autant à soi-même qu'à l'entreprise pour laquelle on travaille.

Outre cet aspect de la correspondance que l'on pourrait qualifier de publicitaire, il est indispensable d'évoquer également son importance au niveau juridique : en cas de litige, ce sont les écrits qui sont le plus souvent la seule preuve de l'entente qu'il y a eu entre les parties. D'où l'obligation de savoir rédiger une lettre d'affaires de manière claire et précise, sans équivoque.

Cette partie a donc pour but de conseiller toute personne qui est amenée à rédiger des courriers échangés dans le cadre de relations entre une entreprise et des tiers, afin d'utiliser au maximum le potentiel dont elle dispose pour communiquer efficacement dans ses relations d'affaires.

Présentation et rédaction d'une lettre commerciale : ce qu'il faut savoir

L'impression initiale apportée par une lettre à son destinataire est primordiale. De cette impression dépend souvent la suite qui lui est donnée. Or, une lettre bien présentée, bien écrite, propre, retiendra *a priori* plus l'attention qu'une lettre mal présentée, mal écrite et ressemblant à un brouillon.

Qu'entend-on par bien présentée et bien écrite ? Ce sera l'objet de ce chapitre, car dans la correspondance commerciale, il n'y a pas de place pour la fantaisie. Des usages et des règles ont été établis au fil du temps, afin de normaliser les échanges écrits et l'on se doit de s'y conformer.

LA PRESENTATION D'UNE LETTRE COMMERCIALE

LE PAPIER À LETTRES

Le format

La lettre commerciale doit, selon l'usage, être établie sur du papier de format 21 × 29,7 cm. On peut utiliser un papier de format différent si l'on veut se singulariser, mais il faut savoir que cela occasionne souvent une gêne pour le destinataire qui classe le plus souvent son courrier dans des classeurs ou dossiers de format usuel, dans lequel un courrier de format différent va soit dépasser, soit être difficile à retrouver.

ver lors de recherches. Il est donc fortement conseillé de se plier à l'usage d'un papier de format 21 × 29,7, qui a d'ailleurs l'avantage de se plier facilement en trois ou en quatre pour être glissé dans des enveloppes longues ou carrées usuelles.

L'EN-TÊTE DU PAPIER À LETTRES

Le papier à lettres d'une entreprise, de même que tous les documents commerciaux, doit obligatoirement porter :

- la dénomination de l'entreprise ;
- la forme de la société (S.A., S.A.R.L., S.N.C., etc.) ;
- le montant du capital de la société s'il s'agit d'une S.A.R.L. ou d'une S.A. ;
- le numéro d'immatriculation au registre du commerce et des sociétés (numéro SIREN) ;
- l'adresse de la société ;
- les numéros de téléphone, télex, fax ;
- éventuellement le nom de la ou des banques où l'entreprise a un compte.

LA DISPOSITION DU TEXTE

Dans la correspondance commerciale, on doit obligatoirement faire figurer sur la lettre :

- l'en-tête, qui indique tous les renseignements concernant l'expéditeur et qui est souvent pré-imprimé (voir ci-dessus) ;
- la suscription, qui indique le nom et l'adresse du destinataire ;
- l'appellation (Monsieur, Madame la Directrice, etc.) ;
- la ville de départ et la date, qui indiquent le point de départ et la date d'envoi, dont la mention est particulièrement importante en cas de litige ;

– la signature.

Seul le recto des feuilles doit être utilisé. Deux présentations sont possibles :

La présentation à la française, avec l'adresse à droite et des rentrés d'alinéas :

EN-TÊTE DE L'EXPÉDITEUR

*Monsieur J. LE BON
3, rue Castiglione
64000 - PAU*

Nantes, le 15 mai 19...

Monsieur,

Comme convenu, nous vous adressons ci-joint notre catalogue, auquel nous avons joint le tarif valable jusqu'au 1^{er} juin prochain.

Nous attirons notamment votre attention sur les lampes réf. 12546 qui sont actuellement en promotion et ce jusqu'au 15 février.

Nous vous en souhaitons bonne réception, et vous prions d'agréer, Monsieur, l'expression de nos salutations distinguées.

signature

La présentation à l'américaine, avec l'adresse du destinataire à la marge de gauche et sans rentré d'alinéas :

EN-TÊTE DE L'EXPÉDITEUR

Nantes, le 15 mai 19..

*Monsieur J. LE BON
3, rue Castiglione
64000 - PAU*

Monsieur,

Comme convenu, nous vous adressons ci-joint notre catalogue, auquel nous avons joint le tarif valable jusqu'au 1^{er} juin prochain.

Nous attirons notamment votre attention sur les lampes réf. 12546 qui sont actuellement en promotion et ce jusqu'au 15 février.

Nous vous en souhaitons bonne réception, et vous prions d'agréer, Monsieur, l'expression de nos salutations distinguées.

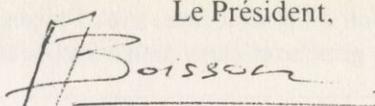
signature

Dans la pratique, la disposition des lettres commerciales résulte souvent d'un amalgame entre ces deux présentations, mais ne s'en écarte guère. Aussi ressort-il une certaine unité dans la présentation de la correspondance commerciale internationale.

LA SIGNATURE

Elle est en général située en bas, à droite de la lettre. On y précise, dactylographiquement, le titre et le nom du signataire. Deux dispositions se pratiquent couramment :

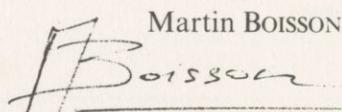
Le Président,



Martin BOISSON

ou

Martin BOISSON



PRÉSIDENT

Dans la présentation à l'américaine, la signature se trouve normalement à la marge de gauche, mais cette disposition est peu utilisée en France.

L'EMPLACEMENT DES MENTIONS NON OBLIGATOIRES

Il existe un certain nombre de mentions, très souvent utilisées en correspondance commerciale, bien que n'ayant aucun caractère obligatoire, et dont l'emplacement suit des normes.

Les références

Le plus souvent, le courrier commercial est référencé et numéroté pour permettre un classement chronologique et, par la suite, une recherche plus rapide. La référence permet également au correspondant, lors de sa réponse, d'indiquer avec précision à quel courrier il répond.

Les références s'inscrivent en haut et à gauche de la lettre, à peu près au niveau de la date, de la manière suivante :

N/réf. : 12345/HG/MOP
(nos références)

Référence du courrier que
l'on écrit

V/réf. : IL/KJ/435
(vos références)

Référence du courrier au-
quel on répond

Le destinataire

Lorsque le courrier est destiné à une personne en particulier on l'indique sous les références, à la marge de gauche :

A l'attention de Monsieur Guy Nayrat

L'objet

Il permet au destinataire, au premier regard, de savoir pourquoi on lui écrit. On le place juste avant la suscription, à la marge de gauche.

Objet : retour de marchandise

Monsieur,
.....

LES MARGES ET LES INTERLIGNES

Quelle que soit la présentation qui aura été retenue, il faut que le texte soit équilibré sur la feuille de papier, cet équilibre résultant des marges choisies.

En général, les marges de droite et de gauche doivent avoir environ 20 mm, la marge supérieure 30 à 50 mm pour

la première page, et 20 à 40 mm pour les autres, la marge du bas 20 à 40 mm.

Cependant, la mise en page d'un texte est fonction de sa longueur. Pour un texte court on pourra prendre des marges plus grandes, afin que le texte ne soit pas complètement ramassé en haut de la feuille. Tout est question de bon goût et d'harmonie.

Il est préférable d'utiliser un interlignage simple, sachant qu'alors l'interligne entre les paragraphes doit être doublé.

RAPPEL DE QUELQUES RÈGLES DACTYLOGRAPHIQUES

Une lettre d'affaires doit être obligatoirement dactylographiée, sous peine de ne pas être prise au sérieux. Il est donc important de connaître quelques règles dactylographiques fondamentales.

Les règles d'espacement

Il ne faut jamais mettre un espace avant ni après le trait d'union, le tiret de coupure de fin de ligne et la barre oblique.

On ne met pas d'espace avant les signes de ponctuation simples, les points de suspensions, les points de conduite, l'astérisque (*), les mesures d'angle (degré, minute et seconde), mais on met un espace après.

On met un espace avant et un espace après : les signes arithmétiques, les accolades, les symboles d'unité et de mesure, le &, les signes de ponctuation doubles, le pourcentage (%).

On met un espace avant mais pas d'espace après : les parenthèses ou les tirets remplaçant des parenthèses, les guillemets.

Les règles concernant les coupures de mots en fin de ligne

On doit couper un mot soit entre deux syllabes, soit entre deux consonnes doublées.

En revanche, on ne fait jamais de coupure : après une voyelle isolée, entre deux voyelles ou après un « y » assimilé à une consonne, sauf si la première voyelle appartient à un préfixe, juste avant ou juste après l'apostrophe, dans un mot composé ailleurs qu'au trait d'union, dans les verbes à la forme interrogative sauf après le « t » euphonique, dans un nom patronymique sauf s'il s'agit d'un nom composé, dans un sigle.

On ne coupe pas non plus une date écrite en chiffres, les nombres écrits en chiffres, l'initiale d'un prénom, les titres écrits en abrégé, et les symboles d'unité.

On évite également de couper sur plus de trois lignes successives, de même qu'il vaut mieux ne pas rejeter en début de ligne une syllabe muette.

Autres règles

- Si le texte ne tient pas tout entier dans une page, il ne faut jamais rejeter la seule formule de politesse et la signature sur la deuxième page, il faut également y porter une partie du texte en aérant si besoin la première page. Puis, pour annoncer au lecteur la page suivante, on frappe en bas de la première page, à 25 mm du bord droit de la feuille, le signe suivant : .../...

- Les nombres s'écrivent en les séparant par tranche de trois chiffres à partir de la virgule. La partie entière et la partie décimale sont séparées par une virgule sans espace avant ni après.

- Lorsque l'on écrit des dates en lettres, on ne met pas de majuscule aux noms de jour et de mois.

- Les abréviations (bd, dr, st, etc.) ne sont jamais suivies d'un point et ne portent par la marque du pluriel, sauf lorsque la lettre qui termine l'abréviation est la même que celle qui termine le mot écrit en toutes lettres (ex : Mesdemoiselles s'écrit M^{lles}). Les sigles s'écrivent en lettres majuscules sans point ni espace entre les lettres (PTT).

LA REDACTION DE LA LETTRE COMMERCIALE

LE PLAN

En dehors de toute notion de contenu, on peut dire qu'il existe deux grands types de courrier commercial :

Le courrier de prise de contact : c'est celui que l'on décide d'adresser à un tiers quelle qu'en soit la raison.

Les réponses à des courriers reçus : elles donnent les éléments demandés à la personne qui les a sollicités.

Dans l'un et l'autre cas, il est difficile d'établir un plan type, car il existe une variété infinie de sujets traités dans le monde des affaires, qui demanderaient chacun un développement particulier. Il est toutefois possible de définir un plan général correspondant à la trame de tout courrier commercial.

Le plan du courrier de prise de contact

Quel que soit le motif pour lequel le représentant d'une entreprise adresse un courrier à un tiers, il doit suivre le plan suivant :

- dans l'introduction, il expose brièvement le motif de la lettre ;
- dans le développement, il indique de façon précise la nature des informations que l'on veut obtenir ou que l'on veut donner ;

- dans la conclusion, il prend congé de l'interlocuteur en n'oubliant pas de lui faire savoir qu'il compte sur sa réponse.

La réponse à un courrier

La trame d'une réponse à un courrier, quel qu'il soit, ne varie guère :

- en introduction, on reprend les termes de la lettre reçue dont on rappelle la date et les références s'il y a lieu. Cela permet de donner un suivi à l'affaire dont il est question ;
- dans le développement, on donne les éléments de réponse au courrier du correspondant. Il est important de donner toutes les précisions qu'attend le demandeur, car c'est sur la base de cette réponse que se feront les contacts futurs ;
- on prend enfin congé en forme de conclusion.

LA RÉDACTION DE L'INTRODUCTION ET DE LA CONCLUSION

Il est bien connu que l'on se souvient le mieux de ce qu'on a lu en premier et de ce qu'on a lu en dernier. Il est donc nécessaire de soigner tout particulièrement l'introduction et la conclusion de la lettre. Toutefois, il est fréquent que, pour gagner du temps, et pour des courriers courants, on emploie des formules toutes faites dont nous allons donner ci-dessous quelques exemples :

Le début de lettre

- J'accuse réception de votre courrier en date du...
- Je vous remercie beaucoup pour votre courrier du ...
- En réponse à votre courrier du...
- J'accuse bonne réception de votre lettre référencée...

- Conformément à votre demande...
- Suivant les termes de votre courrier en date du...
- Nous avons le plaisir de vous informer que...
- Nous avons le regret de vous faire savoir que...
- Veuillez trouver ci-joint...
- Je suis surpris de...
- Nous vous confirmons les termes de notre entretien téléphonique du...

La conclusion de la lettre

Afin de ne pas terminer trop brusquement un courrier, il est d'usage d'employer des formules de transition avant la formule de politesse, dont voici les plus courantes :

- Vous en remerciant par avance...
- Vous en souhaitant bonne réception...
- Vous souhaitant bonne réception de la présente...
- Dans cette attente...
- Dans l'attente de vous lire...
- Nous vous serions reconnaissants de faire diligence...
- Avec tous nos regrets...
- Vous priant de bien vouloir nous excuser pour ce contre-temps...
- Nous vous saurions gré de bien vouloir nous communiquer votre réponse dans les meilleurs délais...
- Heureux d'avoir pu vous être agréable en cette circonstance...

FORMULES D'APPEL ET FORMULES DE POLITESSE

Les formules d'appel

D'une manière générale, on écrira en formule d'appel : « Mademoiselle », « Madame », « Monsieur » ou « Mesda-

mes», « Messieurs ». Si l'on connaît relativement bien le correspondant, on pourra écrire « Chère Madame » ou « Cher Monsieur », mais cela s'emploie rarement en affaires.

Mais, dans la formule d'appel, on n'écrit jamais « Mon cher Monsieur », ou « Ma chère Madame », et on ne met jamais d'abréviation (M., M^{me} ou M^{lle}). De plus, on ne fait jamais suivre « Monsieur », « Madame » ou « Mademoiselle » du nom de famille de la personne à qui l'on s'adresse (ainsi on n'écrit jamais : Monsieur Durand).

Si le destinataire a un titre, soit par sa fonction sociale, soit par sa profession, ce titre doit figurer dans la formule d'appel si l'on écrit dans le cadre de ses fonctions. S'il s'agit d'un titre de noblesse, il doit figurer obligatoirement dans la formule d'appel sauf s'il s'agit d'un intime que l'on appelle par son prénom.

Voici, récapitulées ci-dessous, un certain nombre de formules d'appel à utiliser suivant les différents types de destinataires :

Pour une entreprise, un organisme, une administration :
« Messieurs ».

A un couple : « Madame, Monsieur ». Si le mari a un titre, on mettra par exemple « Madame, Général ».

A un égal : « Monsieur », « Madame » ou, si on a de bonnes relations, « Cher Monsieur », « Chère Madame ». On peut éventuellement écrire « Cher collègue ».

A un supérieur : on le nomme en général par son titre « Monsieur le Président », « Monsieur le Directeur », etc.

A un subordonné : « Madame », « Monsieur » ou « Mademoiselle ».

A un confrère : « Cher confrère » ou « Mon cher confrère », ou, si l'on a des relations amicales, « Cher confrère et ami ».

A une personne ayant un titre corporatif :

• Les hommes de loi (avocats, notaires, huissiers de justice) : « Maître » ou « Cher Maître » si on le connaît bien.

- Pour un procureur de la République : « Monsieur le Procureur ».
- Pour un président de tribunal : « Monsieur le Président ».
- Pour un juge : « Monsieur le Juge ».
- Le milieu médical : « Monsieur » pour un docteur, « Madame » pour un médecin femme. Mais s'il est professeur de faculté on écrira « Monsieur le Professeur ».

A une personne exerçant une fonction électorale :

- Un chef d'Etat : « Monsieur le Président de la République ».
- Un maire : « Madame le Maire » ou « Monsieur le Maire ».
- Un conseiller général : « Monsieur le Conseiller général » ou « Madame le Conseiller général » et, pour le président, « Monsieur le Président du Conseil général ».
- Un député : « Monsieur le Député », « Madame le Député » et, pour le président, « Monsieur le Président de l'Assemblée ».
- Un sénateur : « Monsieur le Sénateur » et pour le président « Monsieur le Président du Sénat ».

Pour les membres du gouvernement et de la haute administration :

- Le Premier ministre : « Monsieur le Premier ministre » ou « Madame le Premier ministre ».
- Un ministre : « Monsieur le Ministre » ou « Madame le Ministre ».
- Le ministre de la Justice : « Monsieur le Garde des Sceaux » ou « Madame le Garde des Sceaux ».
- Un secrétaire d'Etat : « Monsieur le Ministre » ou « Madame le Ministre ».

– Réponse négative à une candidature consécutive à une annonce	page	85
– Déclaration d'embauche d'un nouveau salarié à la médecine du travail	»	86
Les relations avec le personnel	»	86
– Réponse à une demande de congé parental	»	86
– Lettre d'avertissement	»	87
– Mise à pied d'un salarié	»	87
Le licenciement	»	88
– Lettre de convocation en vue d'un licenciement	»	88
– Lettre de licenciement	»	89
– Lettre de licenciement pour cause économique	»	90
– Lettre pour mettre fin à une période d'essai	»	90
Les relations avec l'administration	»	91
Les impôts	»	92
– Demande d'un commerçant pour déduire de ses revenus des dépenses liées à son père à charge	»	92
– Demande de délais de paiement	»	93
– Réclamation	»	94
– Demande de remboursement à la suite de réclamation	»	95
L'URSSAF	»	96
– Demande de révision du taux d'accidents du travail	»	96
– Demande de délais de paiement	»	97
Les organismes de retraite	»	98
– Demande de rectification suite à une erreur dans l'imprimé de déclaration	»	98
La Direction du travail	»	98
– Demande concernant la législation du travail sur les installations sanitaires	»	98
– Notification de mise en conformité d'installations à la suite d'un contrôle	»	99
– Demande de renseignements pour bénéficier d'aides	»	99
La médecine du travail	»	100
– Déclaration d'embauche d'un salarié	»	100
La poste et les télécommunications	»	100
– Demande d'installation d'une ligne de fax	»	100
– Réclamation concernant la boîte postale	»	101
– Réclamation concernant une facture de téléphone jugée trop élevée	»	101
La correspondance avec les assureurs	»	102

– Déclaration de sinistre	page	102
– Contestation d'une exclusion de garantie	»	103
– Résiliation d'un contrat à l'échéance	»	104
– Déclaration de modifications du risque assuré	»	104
Relations publiques, réunions et déplacements	»	105
Les relations publiques	»	105
– Demande de rendez-vous d'un responsable des achats à un fournisseur	»	105
– Réponse	»	106
– Demande de rendez-vous d'un représentant à un responsable des achats	»	106
– Réponse	»	107
Les réunions	»	107
– Réservation d'une salle de réunion	»	107
– Convocation à une réunion de formation	»	108
– Organisation d'une réunion de cadres	»	108
Les déplacements	»	109
– Réservation auprès d'une agence de voyage pour un déplacement à l'étranger	»	109
– Demande d'indemnisation pour retard d'un avion	»	110
Renseignements commerciaux, recommandations	»	111
– Demande de renseignements sur des concurrents à une société de renseignements	»	111
– Demande de renseignements sur un éventuel client à une société de renseignements	»	112
– Lettres de recommandations	»	112
Les modèles de notes et de rapports	»	114
Les notes de service	»	114
Exemple de disposition	»	115
Les comptes rendus	»	116
Les rapports	»	116
Les procès-verbaux	»	117
Cas particulier : les assemblées générales de SARL (lettres, documents et procès-verbaux)	»	117
– La convocation	»	118
– Le pouvoir	»	119
– La feuille de présence	»	119
– Le procès-verbal d'une assemblée ordinaire SARL ..	»	120
Les lettres circulaires	»	122
– Lettre circulaire pour indiquer un changement d'adresse	»	123
– Changement d'interlocuteur	»	123
– Ouverture d'un nouveau point de vente	»	124