

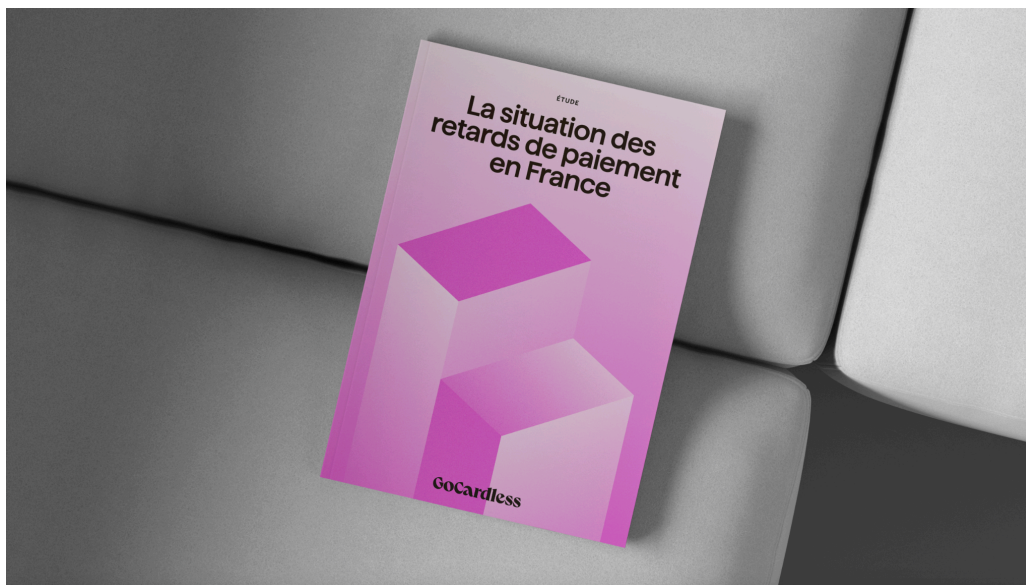
GoCardless

Communiqué de presse

Retards de paiement : près de deux dirigeants français sur trois redoutent une aggravation en 2026

Certaines entreprises se disent prêtes à sacrifier jusqu'à 20 % de leur chiffre d'affaires annuel pour éviter une conversation délicate avec leurs clients sur les retards de paiement.

Paris, 3 février 2026 – Les retards de paiement se sont imposés comme un frein structurel pour les entreprises françaises, pesant à la fois sur leur trésorerie, leur productivité et leur capacité de croissance. Selon une étude OpinionWay réalisée pour la société de paiement bancaire GoCardless, 65 % des chefs d'entreprise anticipent une aggravation des délais de paiement en 2026. Une inquiétude qui s'inscrit dans un contexte économique toujours sous tension, marqué par une inflation persistante et des coûts de financement élevés.



Un phénomène généralisé... et coûteux

Les retards de paiement ne sont plus l'exception, mais la norme. Près de neuf entreprises sur dix (94 %) déclarent perdre de l'argent chaque mois du fait de paiements tardifs, et 91 % y consacrent du temps de recouvrement, faisant de cette activité une charge opérationnelle à part entière.

Si 32 % des entreprises citent les retards de paiement comme l'un de leurs principaux irritants en matière de paiement, la pression n'est pas répartie de manière uniforme. 27 % des entreprises de plus de 5 000 employés perdent plus de 10 000 euros par mois en raison des retards de paiement.

Quand la trésorerie se tend, la croissance s'essouffle

Les retards de paiement ne fragilisent pas seulement les flux de trésorerie, elles pèsent directement sur les choix stratégiques des entreprises, les forçant à adopter des mesures défensives : 27 % ont augmenté leurs prix, avec un impact direct sur des consommateurs déjà affectés par le coût de la vie; 22 % ont reporté le lancement de nouveaux produits et 19 % ont gelé les recrutements. Le phénomène est particulièrement prégnant dans la banque et la finance, où près de la moitié des acteurs (46 %) ont différé leurs projets d'embauche en raison des retards de paiement, affaiblissant encore la dynamique économique globale.

Dernière la résignation, l'inquiétude demeure

Les entreprises ont largement intégré les retards de paiement dans leur fonctionnement quotidien, les percevant comme un coût quasi inévitable de leur activité (73 %). Pour autant, cette forme de résignation ne rime pas avec indifférence. Près des trois quarts d'entre elles demeurent préoccupées par leurs effets (72 %), et deux tiers estiment que les retards de paiement freinent directement leurs ambitions et leurs projets de croissance (66 %). S'ils sont désormais « acceptés », les retards de paiement continuent de peser lourdement sur la confiance des entreprises et les décisions à long terme.

Jusqu'à 20 % du chiffre d'affaires sacrifié pour éviter le sujet

Malgré une inquiétude largement partagée, les retards de paiement demeurent tabou dans de nombreuses relations commerciales. Au cours des douze derniers mois, plus de la moitié des entreprises (52 %) ont évité d'aborder la question avec leurs clients. Mais le silence a un prix : 80 % des entreprises seraient prêtes à renoncer jusqu'à 20 % de leur chiffre d'affaires annuel pour ne plus avoir à gérer ces situations. Un chiffre qui illustre la tension entre pragmatisme économique et lassitude opérationnelle.

Clémentine Destrez, Sales Manager, Emerging and Corporate chez GoCardless :

« Cette étude montre que les retards de paiement ne relèvent plus d'un simple aléa de trésorerie, mais constituent désormais un frein structurel à l'économie française. Ce qui frappe particulièrement, c'est le niveau de résignation : de nombreuses organisations ont appris à composer avec ces retards, tout en mesurant pleinement leurs effets délétères sur la croissance, l'emploi et l'investissement. Lorsque certaines préfèrent absorber des pertes plutôt que d'ouvrir le dialogue avec leurs clients, cela révèle à quel point le problème est désormais profondément installé ».

Notes aux rédacteurs

Toute publication, totale ou partielle, doit inclure la référence complète suivante : « Enquête OpinionWay pour GoCardless » et aucune partie de l'enquête ne peut être reproduite sans cette référence.
Les tris croisés sont disponibles sur simple demande.

Pour plus d'informations, veuillez contacter :

MORENO CONSEIL

Clara Moreno - 06 12 56 70 07 - clara@morenoconseil.com

Sonia Lawson - 06 11 46 69 36 - sonia@morenoconseil.com

Méthodologie

Étude OpinionWay pour GoCardless réalisée auprès de 440 entreprises privées françaises de 10 salariés ou plus, interrogées en ligne entre le 24 novembre et le 8 décembre 2025. Méthode des quotas appliquée par taille d'entreprise et secteur d'activité. Marge d'erreur maximale : $\pm 4,7$ points. Étude réalisée conformément aux normes ISO 20252.

Sur GoCardless

[GoCardless](#) est une société mondiale de paiement bancaire. Près de 100 000 entreprises, des start-ups aux grands comptes, utilisent GoCardless pour collecter et envoyer des paiements par le biais du prélèvement automatique, des paiements en temps réel et de l'open banking.

GoCardless traite plus de 130 milliards de dollars de paiements par an dans plus de 30 pays, aidant les clients à collecter et à envoyer des paiements récurrents et ponctuels, sans tracas, stress ou frais coûteux. Nous utilisons des données et des informations pour améliorer le taux de succès des paiements, réduire la fraude et, avec une connectivité bancaire ouverte à plus de 2 500 banques, pour aider nos clients à prendre des décisions plus rapides et plus éclairées.

Notre siège social se trouve au Royaume-Uni et nous avons des bureaux en Australie, en France, en Irlande, en Lettonie et aux États-Unis. Pour plus d'informations, retrouvez-nous sur www.gocardless.com et suivez-nous sur LinkedIn @GoCardless.

© 2025 GoCardless Ltd. Tous droits réservés. GoCardless est une marque déposée de GoCardless Ltd dans plusieurs pays. Les marques de tiers mentionnées ci-dessus sont la propriété de leurs sociétés respectives. A moins d'être explicitement identifié comme tel, rien dans ce communiqué de presse ne doit être interprété comme une approbation, un soutien ou un parrainage par des tiers de GoCardless Ltd. ou de tout aspect de ce communiqué de presse.