

MARCHANDS

Facturation par abonnement : les règles des réseaux pour les essais, les renouvellements et les résiliations

Publié le 15 septembre 2026

Visa et Mastercard fixent des règles pour les paiements récurrents, et la plupart des contestations d'abonnement viennent de leur non-respect. Ce qu'il faut annoncer, quand rappeler et comment la résiliation doit fonctionner.

Les abonnements produisent plus de contestations par carte que toute autre façon de vendre. Le client oublie qu'il s'est inscrit, n'a pas compris qu'un essai deviendrait payant ou ne trouve pas comment résilier. Les réseaux de cartes ont répondu par des règles précises, et le marchand qui les suit supprime la plupart des raisons qu'a un abonné d'appeler sa banque.

Ce qu'exigent les réseaux

Les détails diffèrent entre Visa et Mastercard et évoluent de temps à autre : prenez ce qui suit comme l'ossature des règles et faites confirmer le texte en vigueur par votre prestataire.

À l'inscription

- **Annoncez les conditions avant de recueillir les données de carte.** Le prix, la fréquence des prélèvements et ce qui se passe à la fin d'un essai ou d'un prix de lancement.
- **Obtenez un consentement exprès.** Le client doit accepter activement le prélèvement récurrent. Une case précochée ou des conditions enfouies derrière un lien ne valent pas consentement.
- **Envoyez une confirmation.** Une copie des conditions acceptées, avec la marche à suivre pour résilier, envoyée au moment de l'inscription.

Pendant un essai

- **Rappelez avant le premier prélèvement complet.** Visa exige un rappel avant la fin d'un essai ou d'une offre de lancement, au moins sept jours à l'avance, indiquant ce qui sera prélevé et comment résilier.

- **Rendez le libellé honnête.** Le débit sur le relevé doit être reconnaissable et, selon les règles de Visa, un débit lié à un essai doit le mentionner.

À chaque prélèvement

- **Envoyez un reçu.** Mastercard exige un reçu à chaque facturation du client, avec des instructions claires de résiliation.
- **Ne prélevez que ce qui a été convenu.** Un changement de prix ou de fréquence suppose une information préalable et, en pratique, un nouveau consentement.

La résiliation

- **Proposez la résiliation en ligne.** Les deux réseaux attendent qu'un client puisse résilier par le site web ou par e-mail, pas seulement par téléphone, quelle que soit la façon dont il s'est inscrit.
- **Arrêtez immédiatement.** Un prélèvement postérieur à une demande de résiliation est la contestation la plus facile à gagner pour un client.

Pourquoi ces règles comptent pour le compte

Une contestation pour paiement récurrent résilié a son propre code motif, et le marchand n'a guère de défense si le client avait demandé à résilier. Les entreprises d'abonnement ont donc des taux de chargebacks plus élevés que la plupart, et un prestataire qui en analyse une regarde de près comment la facturation est conduite.

Les essais gratuits qui se transforment en formule payante, ce qu'on appelle le negative option billing, sont traités comme un modèle à haut risque à part entière. Mastercard impose l'enregistrement des marchands qui l'utilisent pour des biens physiques, et de nombreux prestataires refusent purement et simplement ce modèle.

Ce que vérifie un analyste

1. **La page de paiement.** Le prix récurrent figure-t-il à côté du bouton, dans la même taille que le reste ?
2. **Le consentement.** Y a-t-il une action du client qui porte clairement sur l'abonnement ?
3. **Le parcours de résiliation.** Le trouve-t-on depuis la page du compte en un ou deux clics ?
4. **Les e-mails.** Confirmation, rappel et reçu, avec les conditions et le moyen de résilier dans chacun.
5. **Les chiffres.** Le taux de conversion d'essai en payant, le taux de remboursement et la part des contestations codées comme récurrent résilié.

Au-delà des règles

Les réseaux fixent un minimum. Ce qui suit va plus loin et coûte peu :

- **Rappelez avant chaque renouvellement pour les formules annuelles.** Un prélèvement annuel est celui que le client a le plus complètement oublié.
- **Remboursez sans discuter dans les premiers jours suivant un renouvellement.** Un remboursement coûte la vente. Un chargeback coûte la vente, des frais et une marque sur le taux.
- **Proposez la pause en plus de la résiliation.** Certains clients qui auraient résilié choisiront de suspendre.
- **Utilisez avec discernement les services de mise à jour des cartes.** Ils maintiennent en service les cartes expirées, ce qui réduit les échecs de paiement, et prélèvent parfois un client qui comptait laisser sa carte expirer. Un rappel règle la question.
- **Adhérez aux services d'alerte de contestation.** Un client qui s'adresse d'abord à sa banque peut encore être remboursé avant que cela ne devienne un chargeback.

Le test

Inscrivez-vous à votre propre produit avec une carte personnelle, laissez l'essai se terminer, puis résiliez. Chaque moment où vous avez été surpris, ou avez dû chercher, est un moment où un client conteste à la place.

Sources

- [Stripe : les changements 2020 des exigences Visa pour les essais d'abonnement](#) (en anglais)
- [Qualpay : exigences Visa pour les marchands d'abonnement proposant des essais gratuits](#) (en anglais)
- [Chargebee : règles Mastercard](#) (en anglais)
- [Nets : règles marchandes pour les paiements récurrents et d'abonnement](#) (en anglais)

Lire en ligne : <https://payments-marketplace.com/fr-FR/insights/subscription-billing-rules/>

Payments Marketplace Ltd

Registered in England & Wales No. 17424288
Garden Ctg, Dereham Road, Dereham, Norfolk, NR19 2PW, UK
connect@payments-marketplace.com · +44 1366 727140