

RÉPONSES PRINT'STORY ÉPISODE 5

Mais au fait :

Quels délais doit respecter un client avant de rompre une relation commerciale ?

La liberté du commerce et de l'industrie est un principe général de droit et le secteur de l'imprimerie n'y échappe pas. Certes, plusieurs spécificités contractuelles sont intégrées dans nos usages professionnels (préavis de rupture pour les périodiques notamment).

Les temps ayant bien changé, ce qui caractérisait naguère le pacte de confiance entre l'imprimerie et les donneurs d'ordre se résume aujourd'hui à des relations prestataires acheteurs avec une exigence de contrat formalisé.

Qui dit droit, dit encadrement de tout abus de droit, c'est pourquoi l'article L- 442-6-1-5 du code de commerce édicte une véritable obligation de loyauté à la charge du client lorsque nous sommes face à des « relations commerciales établies ».

Que faut-il entendre par relations commerciales établies ? La jurisprudence est très précise et très large à la fois. Cette notion couvre indifféremment une relation contractuelle ou extracontractuelle et cette jurisprudence, désormais constante, est venue préciser qu'il fallait tenir compte de l'intensité de la relation, de sa durée et de sa stabilité.

Le texte vise bien-sûr avant tout les ruptures dites « brutales ». Est brutale une rupture qui ne respecte pas un préavis écrit tenant compte de la durée de la relation commerciale.

Ainsi un éditeur de périodiques qui se contenterait de respecter les usages professionnels verrait sa responsabilité engagée si la durée de la relation et les investissements consentis par l'imprimeur étaient des déterminants de la relation (cf. [tableaux Délais de préavis de rupture des contrats de périodiques](#) et [Méthodes de calcul](#)).

Quelles indemnités vous doit-il et comment sont-elles calculées ?

Si les conditions sont réunies, l'auteur de la rupture engage sa responsabilité pour faute et s'engage donc à réparer le préjudice.

La réparation du préjudice dépend de la durée et de l'importance de la relation. Elle peut prendre la forme d'un délai de préavis supplémentaire ou d'une indemnité fondée sur la perte de marge brute qui sera valorisée en fonction de la durée de la relation commerciale.

Chaque cas doit être replacé dans son contexte mais la jurisprudence donne quelques points de repères basés sur une moyenne de un demi à un mois de marge brute par année d'ancienneté de la relation commerciale.

Quels sont les recours et par quelles voies ?

Les recours sont de deux ordres :

- le premier transite par la médiation interentreprises avec l'appui juridique de l'UNIIC ;
- le second relève du contentieux devant le tribunal de commerce pour brusque rupture de relations commerciales établies.

Ces deux voies sont ouvertes aux adhérents de l'UNIIC et nous nous employons à les accompagner pour les restaurer dans leurs droits.

Peut-on vous reprocher d'avoir accepté trop de CA d'un même client?

La réponse est positive. Si un donneur d'ordre avertit depuis plusieurs années l'imprimeur qu'il représente un pourcentage trop important de son CA, il est fondé à se désengager et à lancer un appel d'offre ouvert. Toutefois, selon les conditions de la rupture, cela se traduira par une réduction de la compensation exigée mais pas par son abandon.

Il est fréquent de constater chez les donneurs d'ordre un comportement habile qui consiste à réduire progressivement la part des marchés confiés à l'imprimeur en s'abritant derrière cette notion et en changeant les modes opératoires contractuels (par un appel d'offre sur un lot par exemple), le résultat de l'appel d'offre valant déréférencement de l'imprimeur.

Cette pratique se généralise et l'UNIIC accompagne les entreprises dans les réponses juridiques à apporter à ce type de comportement.

Réponses élaborées par Pascal BOVERO, Délégué Général de l'UNIIC
pascal.bovero@uniic.org