

Contrat d'agence : le transfert de clientèle en question

Auteur : Xavier Champagne Chef de rubrique

Dans une note qu'il nous a communiquée, Patrice Mihailov, avocat spécialisé dans la distribution automobile, envisage les conséquences, immédiates et futures, de la cession de clientèle du concessionnaire à son constructeur dans le cadre du passage à un contrat d'agence.

Outre, la dépréciation instantanée de la valeur de la concession devenue agence, *"le transfert de clientèle à titre gratuit emporte également un risque fiscal qu'il ne faut pas négliger"*, souligne Patrice Mihailov.

Dans le cadre des nouveaux contrats d'agents, les distributeurs vont-ils céder leur clientèle et vont-ils le faire gratuitement ? Maître Patrice Mihailov, avocat spécialisé dans la distribution automobile, vient de publier une note juridique visant à *"mettre en lumière la nature et les conséquences du processus mis en œuvre"*, même si reconnaît-il, *"il n'est pas, ni précisément, ni définitivement, connu à ce stade et sera peut-être finalement proposé dans un modèle différent"*.

Le groupe Volkswagen, qui a fait le choix d'un modèle hybride, avec le contrat d'agent *"non genuine"*, se défend d'ailleurs de prendre possession de la clientèle de ses distributeurs : *"Il n'y a pas de transfert de propriété avec le contrat d'agent, le réseau continuera d'exploiter sa base de données clients comme avant"*, affirmait ainsi Xavier Chardon, président de Volkswagen Group France, lors d'une table ronde organisée par Autoactu.com.

"La question n'est plus de savoir si la donnée client appartient au distributeur ou au constructeur, c'est une notion qui est dépassée, disait-il. Un client achète avant tout une marque et est satisfait du service que lui apporte son distributeur. Quoi qu'il en soit, nous sommes déjà dans une logique de partage de l'information avec notre réseau dans le but commun de fidéliser le client".

Il n'en reste pas moins, rappelle Maître Mihailov, que *"la clientèle est un objet juridique"*, *"qu'elle est un élément essentiel du fonds de commerce"* et *"qu'en principe, l'agent n'a pas le statut de commerçant et n'est pas titulaire d'une clientèle"*.

Alors qu'en tant que concessionnaire, il est bien propriétaire de sa clientèle, dès lors qu'elle est directement produite par son action, selon la jurisprudence citée par l'avocat : *"Si une clientèle est au plan national attachée à la notoriété de la marque du concédant, la clientèle locale n'existe que par les moyens mis en œuvre par le concessionnaire, parmi lesquels les éléments corporels de son fonds de commerce et l'élément incorporel que constitue le bail ; que, par ailleurs, cette clientèle fait elle-même partie du fonds de commerce du concessionnaire puisque, même si celui-ci n'est pas propriétaire de la marque et de l'enseigne mises à sa disposition pendant l'exécution du contrat de concession, elle est créée par son activité"*.

Les constructeurs ne semblent pas envisager de dédommagement dans le cadre du transfert de clientèle. *"Il est même envisagé par certains constructeurs de manière occulte, sans respect d'aucun formalisme. Outre, la dépréciation instantanée de la valeur de la concession devenue agence, ce transfert à titre gratuit emporte également un risque fiscal qu'il ne faut pas négliger"*, dit-il.

Enfin, souligne-t-il, *"il doit être bien clair, et c'est probablement l'un des objectifs poursuivis, que la clientèle cédée est en général définitivement indisponible, qu'il s'agisse de son exploitation dans le cadre de la commercialisation de véhicules neufs ou dans le cadre d'activités accessoires - le véhicule d'occasion, le financement, la location, par exemple - qui ont d'ailleurs vocation à entrer dans le périmètre du contrat"*.