

BIBLIOTHÈQUE DE DROIT PRIVÉ

sous la direction de

HENRY SOLUS

Professeur à la Faculté de Droit et des Sciences Économiques de Paris

TOME LV

LES CLIENTÈLES ATTACHÉES A LA PERSONNE

PAR

PIERRE LECLERCQ

Docteur en Droit
Auditeur de Justice
Ancien Assistant à la Faculté de Droit
et des Sciences Économiques de Grenoble

Préface de

PIERRE CATALA

Professeur à la Faculté de Droit
et des Sciences Économiques de Montpellier

Ouvrage honoré d'une subvention du Ministère
de l'Éducation Nationale et couronné par la
Faculté de Droit et des Sciences Économiques
de Grenoble

P A R I S

LIBRAIRIE GÉNÉRALE DE DROIT ET DE JURISPRUDENCE

R. PICHON ET R. DURAND-AUZIAS

20, Rue Soufflot, 20

—
1965

	N ^{os}	Pages
§ 2. L'apport de la clientèle, apport en industrie	106	113
§ 3. Les avantages individuels d'une clientèle commune	107	115
CONCLUSION DE LA SECTION I	108	117
<i>Section II.</i> — La valeur des clientèles appropriées par un professionnel soumis à un pouvoir de nomination	109	119
§ 1. Le droit à la valeur de l'office ministériel	110	120
§ 2. Les cessions d'agences générales d'assurances	114	126
§ 3. Le portefeuille de représentation commerciale	117	129
A. — Les « cartes » de V.R.P.	118	130
a) Réglementation de l'indemnité de clientèle		130
b) Nature de l'indemnité de clientèle	119	133
B. — Le portefeuille de l'agent commercial	120	134
CONCLUSION DU CHAPITRE III ET DE LA PREMIÈRE PARTIE	122	136

DEUXIÈME PARTIE

LES CLIENTELES DANS LES REGLEMENTS D'INTERETS FAMILIAUX	123	140
CHAPITRE PREMIER. — <i>La survivance de la clientèle à son titulaire</i>	124	148
<i>Section I.</i> — La perpétuation de la clientèle par une autorité supérieure	125	144
A. — Liquidation d'une société professionnelle	126	144
B. — Les offices ministériels et charges assimilées	127	146
C. — La valeur de la clientèle laissée par une entreprise à l'un de ses membres	130	151
1. Le portefeuille de l'agent d'assurances	130	151
2. Le portefeuille de représentation commerciale	131	152
<i>Section II.</i> — La transmissibilité de la maîtrise de la clientèle aux héritiers d'un professionnel pleinement indépendant	133	154
§ 1. Les contrats conclus par les héritiers en vue d'établir un successeur	134	156
1. — Validité des contrats	135	157
2. — Contenu des contrats	141	164
1° La transmission des éléments matériels	141	164
2° La présentation d'un successeur	143	166
3° Limitation des possibilités offertes aux héritiers ..	145	169
§ 2. La nature de la valeur patrimoniale transmise aux héritiers .	146	170
1. — Pluralité des causes de la survivance de la clientèle .	146	170
2. — Distinction entre les clientèles des héritiers et celle de leur auteur	147	171
§ 3. La clientèle dans le partage successoral	150	174
§ 4. Prévisibilité de la maîtrise des héritiers sur la clientèle	151	176
CONCLUSION		179
CHAPITRE II. — <i>La clientèle dans les régimes matrimoniaux</i>	153	181
<i>Section I.</i> — Controverses sur l'inclusion de la clientèle dans la masse commune	155	183



	N°	Pages
b) Nature des services offerts	35	34
c) L'évolution du principe d'indépendance	36	35
2. Les autres professions de « relations humaines » ..	37	36
B. — Le jeu de la concurrence	41	40
Sous-section II. — La protection de la clientèle	43	42
§ 1. La protection juridique	43	42
A. — L'action en concurrence déloyale	43	43
B. — La concurrence illicite	45	45
C. Clientèle et monopole	45	47
§ 2. La continuité de la clientèle par la continuité de l'exploit- tation	46	47
CONCLUSION	49	48
CHAPITRE II. — <i>L'irréductibilité de la clientèle à un objet</i>	50	51
Section I. — Clientèle et fonds de commerce	52	53
Sous-section I. — L'universalité du fonds de commerce	53	53
Sous-section II. — Indivisibilité de la clientèle et de l'achalandage dans le fonds de commerce	58	59
A. — Le contexte de l'opération de transmission	59	60
B. — Caractère cumulatif de l'achalandage et de la clientèle ..	61	61
Sous-section III. — Les limites de la notion de fonds de commerce ..	62	63
§ 1. L'inéluctable attachement à la personne	63	63
§ 2. Insuffisance des biens pouvant soutenir la valeur de la clien- tèle	66	66
Section II. — Clientèle et entreprise	73	75
§ 1. La cellule sociale de l'entreprise, support de la fidélité de la clientèle	74	76
§ 2. L'existence d'entreprises civiles	76	78
A. — La prééminence du chef d'entreprise civile	78	78
B. — La clientèle attachée à la personne d'un subordonné ..	77	79
CONCLUSION	81	83
CHAPITRE III. — <i>L'installation d'un successeur par le titulaire d'une clientèle civile</i>	85	87
Section I. — La transmission des clientèles des professions stricte- ment indépendantes	86	89
Sous-section I. — Le contrat dit de « cession » de clientèle	87	89
§ 1. La validité du contrat	87	89
§ 2. Le contenu du contrat dit de « cession » de clientèle	93	96
A. — Le transport des éléments matériels	95	98
B. — Le « double engagement » du cédant	97	100
1. L'obligation de ne pas concurrencer le successeur ..	97	100
2. L'organisation active de la succession entre deux professionnels	99	103
§ 3. Nature du contrat	101	106
Sous-section II. — La mise en société de la clientèle	104	110
§ 1. Généralités sur les sociétés professionnelles	104	110

	N ^{os}	Pages
§ 1. L'inclusion dans la masse commune de la somme obtenue lors de la transmission de la clientèle	156	184
§ 2. L'inclusion dans la masse commune de la valeur « virtuelle » de la clientèle	159	189
A. — Les doutes sur la stabilité de la valeur de la clientèle .	160	191
1. La stabilité des clientèles garantie par une autorité tutélaire	160	191
a) La valeur patrimoniale des clientèles exploitées en société		191
b) La valeur des « charges » des professionnels soumis à un pouvoir de nomination		191
2. La stabilité des clientèles attachées à un professionnel strictement indépendant	161	192
B. — La difficulté pour détacher de son titulaire la valeur de la clientèle	162	193
<i>Section II. — Principe jurisprudentiel de l'inclusion de la clientèle dans la masse commune</i>	<i>164</i>	<i>196</i>
<i>Sous-section I. — Le principe jurisprudentiel de l'inclusion de la communauté légale</i>		<i>196</i>
§ 1. Les offices ministériels, charges assimilées et portefeuilles .	164	196
A. — Les offices ministériels et charges assimilées		196
B. — Les portefeuilles	165	197
§ 2. Les clientèles des professions libérales	166	199
A. — Evolution jurisprudentielle		199
B. — Les arrêts des 29 avril 1954 et 7 mars 1956	169	201
C. — Portée de la nouvelle jurisprudence	171	204
1. Existence de clientèles sans valeur patrimoniale ..		204
2. La clientèle, bien incorporel indépendant de ses appuis	172	205
<i>Sous-section II. — Le sort de la clientèle dans les régimes conventionnels</i>	<i>173</i>	<i>206</i>
<i>Sous-section III. — Les pouvoirs des époux pendant le mariage</i>	<i>174</i>	<i>208</i>
<i>Section III. — La liquidation de la masse commune comprenant une clientèle attachée à la personne</i>	<i>177</i>	<i>211</i>
<i>Sous-section I. — L'attribution de la clientèle</i>	<i>178</i>	<i>212</i>
§ 1. La distinction entre le « titre » et la « finance »	178	212
§ 2. L'attribution préférentielle des éléments matériels	180	215
§ 3. L'attribution préférentielle des fonds de commerce	181	216
<i>Sous-section II. — Etablissement des comptes de liquidation</i>	<i>182</i>	<i>218</i>
§ 1. Administration du bien pendant l'indivision	182	218
§ 2. Evaluation des clientèles	183	219
A. — Distinction de la « consistance » et de la « valeur pécuniaire »	183	219
B. — Bases d'estimation des clientèles		221
§ 3. Le paiement de la valeur	186	222
CONCLUSION DE LA SECONDE PARTIE	188	224
CONCLUSION GÉNÉRALE	189	226
ANNEXES		231
BIBLIOGRAPHIE		243
INDEX ALPHABÉTIQUE DES MATIÈRES		250