

LETTRÉ D'INFORMATION

Kutscher-Puis **Rechtsanwälte Avocats Düsseldorf**

L'indemnité de clientèle du distributeur en droit allemand

Le droit de la distribution allemand prévoit, depuis 1953, qu'une indemnité de fin de contrat est versée à l'agent commercial qui transfère à son mandant la clientèle qu'il a créée. Une application analogue de cette règle, contenue à l'article 89b du Code de commerce allemand, est effectuée par les juges allemands, en faveur des distributeurs dont les missions s'apparentent à celles des agents commerciaux¹. Comment la jurisprudence allemande règlemente-t-elle cette obligation ?

1. Conditions de l'indemnité de clientèle

Afin de pouvoir prétendre à une indemnité de clientèle, le distributeur doit remplir **deux conditions** essentielles.

- a) D'une part, il doit être **intégré au réseau de distribution du fabricant**, à l'image d'un agent commercial. Cela signifie qu'il doit accomplir les missions caractéristiques d'un agent commercial et qu'il est soumis au contrôle du fournisseur.

- b) D'autre part, **le distributeur doit communiquer les noms et les coordonnées de ses clients au fournisseur**, afin que celui-ci puisse immédiatement exploiter le fichier client. Cette obligation est de nature contractuelle² mais n'a pas à être expressément prévue dans le contrat. Elle peut, en effet, être constituée implicitement, c'est-à-dire par des demandes de communication du fabricant, auxquelles le distributeur se conforme sans base écrite³.

¹ À titre d'exemple, Cour fédérale de Justice (*Bundesgerichtshof*), arrêt du 16.02.2011 – VIII 226/07, BGH NJW-RR 2011, 614.

² Cour fédérale de Justice, arrêt du 13.06.2007 – VIII ZR 352/04, BB 2007, 1586.

³ Cour fédérale de Justice, arrêt du 12.01.2000 – VIII ZR 19/99, VersR 2000, 487.

Le distributeur peut prétendre au bénéfice d'une indemnité de clientèle, **dès lors que le fournisseur a mis un terme au contrat.**

Par principe, une indemnité sera octroyée au distributeur si le fournisseur tire un **avantage conséquent** de l'exploitation de la liste des clients transmise.

2. Mode de calcul de l'indemnité

Si les conditions précitées sont remplies, le distributeur est en droit de réclamer une indemnité de clientèle.

- a) Il n'existe pas, en droit allemand, de disposition légale qui fixe de manière générale le montant de l'indemnité de clientèle. La Cour fédérale de justice allemande se fonde, dans de nombreuses décisions, sur la méthode d'appréciation de **la marge brute du distributeur**⁴.

Les chiffres utilisés pour calculer cette marge sont ceux des douze mois précédant la fin du contrat, sauf si ceux-ci ne sont pas représentatifs du chiffre d'affaires moyen du distributeur. C'est uniquement le chiffre d'affaires réalisé avec les nouveaux clients prospectés par le distributeur qui est pris en compte.

Il convient de déduire du montant correspondant à la marge brute les soi-disant « frais typiques du distributeur », c'est-à-dire les frais qui ne seraient pas normalement à la charge d'un agent commercial.

C'est à partir de ce montant que l'indemnité est calculée. L'objectif d'une telle indemnité est de compenser les pertes de revenus que le distributeur va subir. Ces pertes sont calculées sur quatre ou cinq ans.

La valeur des pertes calculées doit être réduite, d'une part pour tenir compte des intérêts que le distributeur économise en percevant tout de suite l'indemnité et, d'autre part, pour tenir compte de la valeur de la marque distribuée.

⁴ Cour fédérale de Justice, arrêt du 19.01.2011 – VIII ZR 168/09, BeckRS 2011, 03879.

Pour des raisons d'équité, les juges allemands prennent en considération toutes les circonstances qui ont entouré la vie du contrat de distribution, lorsqu'ils déterminent le montant de l'indemnité.

- b) Le droit allemand fixe toutefois un **plafond maximum d'indemnisation**. Il correspond au montant annuel de la marge brute moyenne du distributeur appréciée sur les cinq dernières années, auquel les frais typiques de ce dernier sont retranchés.

3. Délais applicables

Le distributeur dispose d'un **délai d'une année**, à compter de la fin du contrat, pour faire valoir son droit à indemnité auprès du fabricant.

Le **délai de prescription** d'une action judiciaire en demande d'indemnité de clientèle d'un distributeur est de trois ans. Il court à compter de la fin de l'année durant laquelle l'indemnité est exigible, c'est-à-dire à la fin de l'année qui suit le terme de la relation contractuelle entre le fabricant et le distributeur⁵.

Les juges allemands appliquent, de façon récurrente, certaines règles du Code de commerce allemand relatives à l'agent commercial, à des situations impliquant un distributeur. Ce raisonnement s'explique par l'absence de normes aussi précises et structurées concernant les distributeurs. Ainsi, l'Allemagne garantit à ces derniers une protection réglementée et efficace, à l'image de ce que prévoient les régimes juridiques suisse et espagnol. Ces deux Etats-membres de l'Union européenne sont en effet les seuls, avec l'Allemagne, à octroyer au distributeur une indemnité de clientèle.

Septembre 2017
Fabienne Kutscher-Puis, *docteur en droit*
Avocat aux Barreaux de Düsseldorf et Paris
fkp@kutscher-puis.com
www.kutscher-puis.com

⁵ Articles 195 et 199 du Code civil allemand (*Bürgerliches Gesetzbuch*).