

# Cession de clientèle : quelques conseils !

La **reprise d'un cabinet médical** est intéressante à la fois pour le jeune médecin ou praticien, et pour le **cédant**. En effet, la fiscalité attachée aux cessions de clientèle est désormais avantageuse puisque dans le cas d'un départ en retraite, les **plus-values professionnelles sont exonérées d'imposition**. En outre, cette solution bénéficie également aux patients puisqu'elle permet d'assurer une **continuité de soins** vis-à-vis d'eux. **Voici donc quelques conseils pour faciliter la transmission de votre cabinet médical ou paramédical :**

## Deux points législatifs à respecter impérativement

Aujourd'hui, on peut **acheter ou vendre une clientèle médicale** à « la condition que soit sauvegardée la liberté de choix du patient ». Il en découle donc deux points législatifs qui doivent obligatoirement être respectés par le cédant :

- **Liberté du choix du patient** : les rendez-vous entre le cédant et l'acquéreur ne peuvent être transférés de façon automatique et sans que le patient en soit informé. Ces derniers devront choisir s'ils souhaitent ou non poursuivre leurs soins avec le nouvel arrivant,
- **Cession d'un fond libéral** : le cédant doit s'engager à **remettre le droit au bail** (droit de prendre la suite du cédant dans le contrat de bail...), ainsi que **l'ensemble des biens mobiliers ou immobiliers**. **A noter, la location-gérance est proscrite pour les professionnels de santé.**

## 1- Etablir un contrat de cession

La rédaction d'un **contrat de présentation à la clientèle** est **obligatoire** entre les deux parties puisqu'elle suppose la matérialisation de l'accord. Pour ce faire, il est conseillé de prendre conseil auprès de professionnels du Droit (avocats, notaires ou juristes spécialisés) ou après du Conseil départemental de l'Ordre. Sachez également qu'il existe des **contrats « type » de cession**, ([Modèle de contrat de cession de clientèle \(PDF\)](#)) comme celui proposé le **Conseil National de l'Ordre des Médecins**. Toutefois, ce contrat doit être adapté à chaque situation, même si certains points restent inchangés : notamment **présenter son successeur à sa future clientèle et ne pas le concurrencer après son départ**.

De surcroît, il est souhaitable que le **vendeur présente le nouvel arrivant à son réseau professionnel environnant (pharmaciens, médecins, autres infirmiers libéraux, réseau de soins, kinésithérapeutes...)**.

Donc, une **promesse de cession** peut être établie avant la signature d'actes définitifs et notamment dans le cas de la cession de droit de présentation à clientèle.

Pour le cédant, cela permet d'arrêter la recherche d'autres candidats tandis que le futur acquéreur a enfin trouvé le cabinet qu'il cherchait.

Pour éviter toute contestation ultérieure, la promesse de cession devra inclure les termes du contrat définitif et **prévoir les éventuelles conditions d'annulation**.

Certains engagements peuvent être **soumis à des conditions dites suspensives**, qui doivent être réalisées pour que la cession puisse avoir lieu : obtention d'un prêt, soutenance d'une thèse, accord du propriétaire, autorisation préfectorale, agrément des associés pour l'intégration dans une SCM...

Au moment de la signature de la promesse, une somme généralement fixée à 10 % du prix de cession est demandée au futur successeur. Pour conforter sa validité sur le plan civil en lui donnant date et valeur certaine, la promesse de cession devra être enregistrée dans les dix jours à la recette des impôts.

Ainsi, si à la date de prise de possession, le successeur n'a pas fait connaître par lettre recommandée avec accusé de réception son intention d'acquérir la clientèle, la somme qu'il aura versée au titulaire du cabinet restera acquise à ce dernier.

En revanche, si le futur acquéreur a levé l'option, il devra régulariser la cession au plus tard le mois suivant la levée de l'option.

Un contrat de droit de présentation à clientèle devra être signé.

Il n'est pas obligatoire de passer devant un notaire pour la rédaction d'un tel contrat. Mais il peut être utile de faire appel à un juriste spécialisé.

## 2 - Présenter son successeur à sa patientèle

Une période de **remplacement préalable** ou de **collaboration temporaire** est sinon indispensable, du moins souhaitable, pour le candidat à la reprise. Le cédant doit également **discuter avec sa patientèle de ce changement, la rassurer et l'engager à avoir confiance dans son successeur, tout en respectant sa liberté de choix**. Il devra également **remettre le fichier - patients en totalité**.

## 3- Evaluer sa clientèle en fixant un prix

*Vendre sa patientèle est une démarche habituelle dans les professions médicales. C'est à la fois la reconnaissance de l'entreprise libérale, c'est-à-dire des années de travail qu'il a fallu pour construire et fidéliser une patientèle, mais également un acte de transmission entre professionnels pour continuer à prendre soin des patients. Il est donc primordial de bien mûrir son projet de cession de cabinet et de choisir avec le plus grand soin son successeur.*

- **Avant** : Le secteur médical calcule traditionnellement le **prix d'une clientèle ou patientèle** en se basant sur la **moyenne du chiffre d'affaires des trois dernières années**, moyenne calculée à l'aide des documents comptables. Puis, un **prix de vente égal à un pourcentage de cette moyenne (entre 10 à 50 %)** est fixé en fonction de la profession, de la région, l'ancienneté du cabinet, la demande, l'âge moyen de la clientèle et sa fidélité, la concurrence, la réputation du cabinet, la diversité ou non de pathologies de soins ou encore la quantité de patients... Ces critères permettent d'[évaluer concrètement la clientèle](#).

## 4- Aujourd'hui, peut-on céder gratuitement sa patientèle ?

Sachez que rien ne vous interdit de **céder votre clientèle à titre gratuit**.

Cette cession s'apparente alors fiscalement à **une donation entre tiers** et seront dus des droits de Mutation à titre gratuit basés sur la valeur vénale de la clientèle.

Toutefois, en application des dispositions de l'article 787 C du CGI, sont exonérés de droits de mutation à titre gratuit, à concurrence de 75 % de leur valeur, les donations en pleine propriété des biens meubles et immeubles, corporels et incorporels, affectés à l'exploitation d'une entreprise individuelle ayant une activité industrielle, commerciale, artisanale, agricole **ou libérale**.

Le donateur doit détenir l'entreprise depuis au moins deux ans. Le donataire doit, d'une part, prendre dans l'acte de donation l'engagement de conserver pendant quatre ans à compter de la transmission les biens affectés à l'exploitation et doit, d'autre part, poursuivre effectivement pendant trois ans l'exploitation de l'entreprise.

Toutefois, **la loi du 30 décembre 2005** a prévu deux nouveaux dispositifs d'exonération extrêmement favorables en matière de cession d'activité professionnelle :

◆ **L'exonération prévue dans le cadre d'un départ à la retraite (article 151 septies A du CGI) ;**

Les plus-values réalisées pourront dans ce cas être exonérées si :

- l'activité a été exercée pendant au moins 5 ans ;
- la cession réalisée à titre onéreux porte sur l'intégralité de l'exploitation (hors biens immobiliers bâtis ou non bâtis)
- le cédant n'exerce pas, directement ou indirectement, un contrôle sur l'entreprise ou la société cessionnaires.

Seules les contributions sociales de 11% seront exigibles.

◆ **L'exonération prévue dans le cadre des transmissions d'entreprises (article 238 quindecies du CGI) ;**

Le cédant ne sera redevable d'aucune plus-value sur la cession de son cabinet médical dans la mesure où la valeur du fonds libéral n'excède pas 300 000 euros. Au-delà, la plus-value sera partiellement exonérée. Les conditions pour bénéficier de cette seconde exonération :

- l'activité a été exercée pendant au moins 5 ans ;

- la cession réalisée à titre onéreux porte sur l'intégralité de l'exploitation (hors biens immobiliers bâtis ou non bâtis) ;
- le cédant n'exerce pas, directement ou indirectement, un contrôle sur l'entreprise ou la société cessionnaire.

**Donc, en cas de cession à titre gratuit**, ceci équivaut fiscalement, à une **donation entre tiers**.

Et donc implique des **droits de mutation de 60 % de la valeur de la clientèle**, à payer par l'acquéreur.

L'administration fiscale estime en général la valeur de la clientèle à 50% de chiffre d'affaires annuel ou en regardant les cessions de clientèle de la même zone géographique.

Il s'ensuit donc que pour l'acquéreur, il vaut mieux PAYER la clientèle (même un peu), avec des droits de mutation de 7%, à une valeur qui fera qu'au final, le prix à payer sera moins élevé.

Dans le cas d'une clientèle cédée gratuitement, le fisc a 3 ans pour réclamer les droits de mutation. Au-delà de ce délai, il y a prescription.

**Donc bien se renseigner avant.**