



# L'évaluation de la valeur locative des boutiques en 2000

par **Michel MARX**

L'Actualité juridique - Droit Immobilier, 10 décembre 1999 p.1201

Plan :

## Introduction

### I - LES LOYERS DES LOCATIONS NOUVELLES

F Le mécanisme de formation du prix

F Le taux de marge brute

F Le loyer, quote part de la marge brute de l'exploitant

F Une quote part majorée lors de l'acquisition des parts de marché

F L'arrivée des enseignes constitue-t-elle une modification des facteurs locaux de commercialité ?

F La traduction en prix de marché du loyer accepté par l'enseigne

F Le "loyer en capital"

F Décapitaliser le loyer en capital pour retrouver le prix du marché

### II - LA VALEUR LOCATIVE EN RENOUVELLEMENT

#### II - LA VALEUR LOCATIVE EN RENOUVELLEMENT

F Les correctifs des articles 23-3 et 23-2 du décret du 30 septembre 1953

La valeur locative des boutiques doit être recherchée par comparaison avec des locaux équivalents. La difficulté réside dans le prix unitaire à retenir.

Les articles 23-5 et 23-3 alinéa 4 du décret du 30 septembre 1953 fixent les modalités de recherche du prix. L'article 23-5 impose de retenir les loyers du voisinage, alors que la valeur locative de la partie habitation comprise dans un bail commercial doit, en vertu de l'article 23-1, être appréciée par comparaison avec les loyers pratiqués dans les locations nouvelles. Les loyers du voisinage se scindent en deux catégories principales : les prix des locations nouvelles issus du marché et les loyers de baux renouvelés hors plafonnement.

L'article 23-3 alinéa 4 complète le dispositif en prenant en compte les modalités de fixation du loyer d'origine.

### **I - LES LOYERS DES LOCATIONS NOUVELLES**

**F Le mécanisme de formation du prix**

Alors qu'un propriétaire se réfère aux exemples dont il a connaissance sur le marché en les corrigeant à la hausse lorsque le marché est soutenu, à la baisse dans le cas contraire, le preneur a une approche plus économique et ne se réfère au marché que dans un second temps.

Ainsi, un preneur, enseigne nationale ou commerçant indépendant, détermine la surface maximale d'aire de vente qu'il pourra aménager dans le local proposé, apprécie le chiffre d'affaires rapporté à la surface de vente que son concept va lui permettre de réaliser pour l'emplacement proposé, et connaît son taux de marge brute

**F Le taux de marge brute**

Le taux de marge est essentiel dans la détermination du prix. Il est égal au rapport entre la différence du chiffre d'affaires et des achats corrigée des variations sur stocks, et le chiffre d'affaires.

Ce taux atteint le plus souvent :

- 40% pour les indépendants
- 50 à 60% pour les enseignes nationales
- 70 à 80% pour les enseignes qui fabriquent leur permettant de vendre de gros volumes.

Ces pourcentages expliquent d'une part, le remplacement progressif des indépendants par des enseignes nationales, d'autre part, la hausse mécanique des loyers, les taux de marge brute élevés des enseignes permettant d'affecter des sommes plus importantes au poste loyer.

### **F Le loyer, quote part de la marge brute de l'exploitant**

Un exploitant peut consacrer 20 à 25% de sa marge brute au loyer.

Ainsi, pour un local d'une surface de 250m<sup>2</sup> pouvant être aménagé en 200m<sup>2</sup> d'aire de vente, le surplus étant affecté en réserves et sanitaires, l'enseigne qui sait réaliser un chiffre d'affaires de 50.000 F le m<sup>2</sup> d'aire de vente avec une marge à 50% pourra accepter un loyer maximal de  $200\text{m}^2 \times 50.000 \text{ F} \times 50\% \times 25\% = 1.250.000 \text{ F}$ .

### **F Une quote part majorée lors de l'acquisition des parts de marché**

Dans les emplacements exceptionnels, l'enseigne peut affecter non pas le quart mais le tiers voire 40% de sa marge brute au poste loyer. Elle alourdit alors son compte de résultats mais sa décision a deux origines : prendre des parts de marché à ses concurrents et accroître sa notoriété.

Ainsi en s'installant sur la principale artère de la ville, l'enseigne espère accroître le chiffre d'affaires de ses autres points de vente compensant par là l'effort qu'elle fait en acquérant des parts de marché.

### **F L'arrivée des enseignes constitue-t-elle une modification des facteurs locaux de commercialité ?**

La commercialité est le flux d'argent passant devant une boutique.

L'enseigne ou le commerçant indépendant transforme en chiffre d'affaires ce flux constitué par des chalands et la quantité d'argent que ceux-ci sont prêts à dépenser pour le produit ou le concept qui leur est proposé.

La variation des facteurs locaux de commercialité, c'est la perturbation de ce flux.

Il est à peu près impossible de mesurer un flux monétaire ou une variation de ce flux sur une voie commerçante. La mesure ne peut être qu'indirecte en recherchant les nouvelles constructions habitées par une clientèle plus aisée, l'augmentation des prix de cession, la variation de fréquentation des transports publics, des monuments etc...

Mais ce n'est certainement pas l'acquisition de parts de marché par les enseignes qui entraînent une variation du flux d'argent.

Le flux d'argent ne peut varier que postérieurement à l'installation de l'enseigne, peut-être deux ou trois années plus tard lorsqu'elle a pu imposer son concept ou ses produits.

### **F La traduction en prix de marché du loyer accepté par l'enseigne**

Pour s'abstraire de la configuration du local, il est d'usage de pondérer les superficies des locaux donnés en location. La pondération des surfaces a été codifiée par le Comité d'Application de la Charte de l'Expertise.

Les normes sont les suivantes :

- rez de chaussée :

zone d'angle 1,25

zone 1 sur les 5 premiers mètres 1

zone 2 sur les 5m suivants 0,75

zone 3 sur 10m 0,50

zone 4 au-delà 0,35

- sous-sol relié 0,25

- 1er étage 0,40 porté à 0,50 dans la bande des 5m de façade

Si les 250m<sup>2</sup> de la boutique précédente sont pondérés à 150m<sup>2</sup>, l'expert retiendra un prix unitaire de 1.250.000 F : 150m<sup>2</sup> p. = 8.300 F/m<sup>2</sup> p. (nr), mais aussi un loyer représentant 1.250.000 F : 200m<sup>2</sup> d'aire de vente x 50.000 F/m<sup>2</sup> = 12,50% du chiffre d'affaires.

Ces éléments réducteurs ne sont cependant pas représentatifs du marché parce que, dans un second temps, l'enseigne se réfère au marché dont le niveau de prix est inférieur puisque, à l'origine, il a été établi par des commerçants indépendants dont les marges étaient plus faibles.

Aujourd'hui, les loyers variables se situent le plus souvent entre 7 et 10% du chiffre d'affaires. Le résultat précédent de 12,50% du chiffre d'affaires montre qu'il existe un potentiel important de revalorisation des prix de marché.

### **F Le "loyer en capital"**

S'il est proposé à l'enseigne un loyer réduit, inférieur à la valeur locative du marché, elle acceptera de payer un droit d'entrée ou d'acquiescer le droit au bail d'un locataire déjà en place à un niveau de prix constitué par la capitalisation de la différence entre la valeur locative de marché et le loyer. C'est en quelque sorte un "loyer en capital" qui compense l'insuffisance du loyer périodique du bail, celui qui est payé périodiquement au propriétaire.

### **F Décapitaliser le loyer en capital pour retrouver le prix du marché**

Tout capital peut être décapitalisé. C'est le travail d'un établissement bancaire lorsqu'il consent un prêt.

Le coefficient de décapitalisation est-il pour autant un coefficient financier ?

L'enseigne n'acquiesce pas uniquement la capitalisation financière d'une insuffisance de loyer. Ce qui la détermine à acquiescer un droit au bail à un emplacement de qualité, c'est la possibilité d'accroître le chiffre d'affaires, de pratiquer les meilleurs prix et d'obtenir un bon taux de marge. C'est aussi la volonté d'améliorer son image, son positionnement sur le marché par rapport aux enseignes concurrentes, voire d'acquiescer des parts de marché.

Réduire toute une action économique et stratégique à un simple taux d'intérêt n'est pas réaliste. L'utilisation des coefficients financiers, tels que 5,76, 5,99 ou 6,24, obtenus par application sur neuf années d'un taux d'intérêt de 10, 9 ou 8% ne conduit pas à des résultats satisfaisants en ce sens que les valeurs calculées ne correspondent pas à celles du marché.

Comment calculer ce coefficient composé de nombreux éléments impossibles à quantifier avec une précision acceptable ? Par l'observation des prix de cession et l'application d'un principe intangible : le prix décapitalisé doit correspondre à la valeur locative du marché observée dans les locations nouvelles.

L'analyse systématique des prix de cession des boutiques montre que ce coefficient varie dans le temps et est lié non à l'emplacement mais à la valeur locative du marché.

Là réside toute la difficulté. Il convient en effet pour trouver le prix du marché, de déterminer un coefficient qui est lui-même lié à ce prix de marché. Cela oblige l'expérimentateur à agir par tâtonnements en introduisant successivement dans son calcul, des coefficients différents jusqu'à ce qu'il aboutisse à des prix de marché cohérents.

L'informatique permet, par un programme simple, de résoudre la difficulté sous réserve d'y introduire l'image du marché au moment de la transaction.

Lorsque le calcul conduit à une image floue, c'est que le marché a changé. Il n'y a plus augmentation mais accélération du prix de marché et des coefficients.

Régulièrement apparaissent des ruptures du marché, la dernière semble s'être produite au milieu de l'année 1999.

Actuellement, les coefficients de décapitalisation issus du marché parisien sont les suivants :

coefficient	emplacement
0 à 3	mauvais
5	catégorie 3
6	2 : début de l'avenue Victor Hugo
7	1 <i>bis</i> : rue de Passy
8	1 : rue de Rennes, rue de Rivoli
10	1 top : Champs Elysées, Haussmann grands-magasins

Ces coefficients qui permettent de retrouver le marché réel sont ceux qui s'appliqueront dans le calcul inverse permettant la détermination du droit au bail.

## II - LA VALEUR LOCATIVE EN RENOUVELLEMENT

L'observation des prix en renouvellement de bail et notamment des fixations judiciaires, fait apparaître un écart très variable et souvent important avec les prix issus du marché :

À insignifiant lorsque la commercialité est très faible

À de 20 à 30% dans les emplacements 2 et 3

À de 50% dans les emplacements 1 et 1 *bis*

À de 65% dans les emplacements 1 top

À de 75% sur les voies de haute commercialité en province.

Ce loyer en renouvellement apparaît d'autant plus sous-évalué que l'emplacement est bon et inversement. Cette sous évaluation du loyer en renouvellement explique les fortes valeurs de droit au bail payées par les enseignes qui ne manquent par ailleurs pas de s'interroger sur la pérennité de leurs valeurs de droit au bail.

### F Les correctifs des articles 23-3 et 23-2 du décret du 30 septembre 1953

La valeur locative en renouvellement de bail déterminée en retenant les prix du marché et les loyers en renouvellement (article 23-5) mais aussi en prenant en compte les modalités de fixation d'origine du loyer (article 23-3 alinéa 4), peut subir plusieurs correctifs :

- Lorsque les obligations (article 23-3) du bail à renouveler sont différentes de celles des baux comparatifs. La mise à la charge du locataire de l'impôt foncier, de l'assurance incendie de l'immeuble, des grosses réparations, du remboursement des frais de gestion immobilière... est susceptible d'entraîner des déductions lorsqu'on peut les quantifier, des abattements dans le cas contraire. Ces correctifs sont toutefois limités par les charges imposées dans les baux de comparaison. En effet, si ces derniers supportent les mêmes charges que le bail venant à renouvellement, il ne peut y avoir abattement ou déduction

- Selon la destination du bail (article 23-2) : le prix de marché, c'est le meilleur prix possible, le plus cher, le loyer pour un bail tous commerces ou presque.

Le loyer en renouvellement doit tenir compte de la destination du bail permettant d'exercer un commerce qui n'est

peut-être plus porteur pour l'emplacement ou tout au moins qu'on n'installerait plus à un tel emplacement si le loyer devait correspondre au prix du marché.

C'est le cas de très nombreux commerces. Les cafés par exemple ne s'installent plus dans les beaux emplacements parce que le chiffre d'affaires rapporté à leur surface de vente plus réduite que pour d'autres commerces en raison de la nécessité d'y installer des locaux annexes, ne peut être réalisé dans le même délai que pour d'autres commerces.

Il devrait en être tenu compte en vertu de l'article 23-2 du décret. Ce n'est pourtant à peu près jamais le cas, peut être en raison de la trop grande décote du loyer en renouvellement par rapport au prix du marché.

\*

\* \*

La volonté d'une application plus stricte du décret du 30 septembre 1953 n'est pas du domaine de l'expert ni même de l'avocat, mais des juridictions.