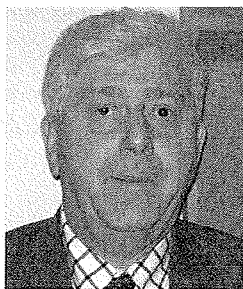


Superficie du local

L'éventuelle incidence de l'activité sur la pondération

Le calcul de la valeur locative s'effectue à l'aide du loyer unitaire et de la surface pondérée, dès lors cette dernière est indispensable pour évaluer la valeur locative. La surface pondérée reflétant l'utilité des différentes parties des locaux, elle semble devoir également tenir compte des réalités économiques liées à l'activité. Est-ce toujours le cas ?



Par Serge FRUCHTER
Expert près la cour d'appel de Paris

En préambule, nous tenons à rappeler que ces quelques réflexions s'inscrivent dans la continuité d'analyses antérieures (1).

Notre propos n'est pas de remettre en cause les usages existants en matière de pondération résultant de la pratique et des travaux de nos prédécesseurs.

Toutefois, au regard de l'évolution de la distribution, de l'émergence de nouveaux types de commerces, il apparaît que l'expert peut parfois être confronté à des situations où les « instruments d'appréciation » ne sont plus adaptés à la nouvelle réalité.

Bien entendu, pour l'instant, il ne s'agit que de cas d'épèce, car dans la plupart des situations les principes de pondération établis demeurent parfaitement en phase avec les surfaces traitées.

Dès lors, il conviendra en premier lieu de rappeler brièvement les principes de pondération et leur justification (I) et, en second lieu, d'illustrer ces analyses et interrogations à l'aide de cas pratiques (II).

(1) Cet article complète l'intervention faite par Serge Fruchter lors de la réunion de la sous-commission des baux commerciaux du 15 juin 2011 à la Maison du barreau et s'inscrit dans la continuité d'analyses antérieures, notamment celle publiée à la *Gazette du Palais* en 2006 (M. Cornaton et S. Fruchter, « La pondération des surfaces en matière de locaux commerciaux », *Gaz. Pal.* 17 juin 2006, p. 3, G1187) et, antérieurement, à l'AJDI (« Le point sur la pondération des surfaces », par la Cie des experts en estimation de fonds de commerce et d'industrie et de valeur locative près la cour d'appel de Paris, AJDI déc. 1999).

I. ÉTAT DES LIEUX

Tous les praticiens le savent, la pondération en matière de locaux commerciaux permet d'effectuer des comparaisons entre locaux présentant des configurations différentes.

Rappelons les fondamentaux : la qualité commerciale d'un local résulte de son emplacement, de sa configuration et de sa superficie. Cette dernière détermine le type de pondération applicable, laquelle se décline en quatre catégories.

• Boutiques traditionnelles (jusqu'à 100 m² de surface de vente)

Rez-de-chaussée

Boutique		
- zone d'angle	1,10 à 1,20	sur 5 mètres de côté (triangle isocèle)
- 1 ^{re} zone	1	sur les 5 premiers mètres depuis façade
- 2 ^e zone	0,70 à 0,80	sur les 5 mètres suivants
- arrière-boutique et annexes	0,40 à 0,50	selon l'éclairage et l'agencement, locaux sans réception de clientèle

Sous-sol

Cave indépendante	0,10 à 0,15	sol terre battue ou cimenté, accès par les parties communes de l'immeuble
Cave reliée	0,15 à 0,20	accès facile ou non
Sous-sol aménagé	0,25 à 0,40	selon l'utilisation qui en est faite

1 ^{er} étage	m ² réels	marché locatif ; sauf si le logement est uniquement accessible par les locaux du rez-de-chaussée, il est possible de retenir une pondération (0,40)
-----------------------	----------------------	---

Logement Réserve	0,20 à 0,30	
------------------	-------------	--

• Boutiques de surface importante (entre 100 et 300 m² de surface de vente)

Rez-de-chaussée

Boutique

- Zone 1 : 5 mètres de profondeur	1
- Zone 2 : 5 mètres de profondeur	0,70 à 0,80
- Zone 3 : 10 mètres de profondeur	0,50 à 0,60
- Zone 4 : au-delà de 20 mètres	0,25 à 0,35
- Zone d'angle : triangle isocèle de 5 mètres ou plus selon configuration du local	1,10 à 1,25

1^{er} étage

- Espace vente éclairé par vitrines, zone sur 5 mètres de profondeur (effet bandeau)	0,50
- Espace vente	0,40
- Réserves	0,20 à 0,25

2^e étage

- Espace vente	0,25 à 0,30
- Réserves	0,10 à 0,15

3^e étage et suivants

0,10 à 0,20

Sous-sol

- Espace vente selon accès et configuration	0,20 à 0,30
- Réserves	0,10 à 0,15

Mezzanine

- Surface de vente visible du rez-de-chaussée	0,35
- Surface de vente de faible hauteur sous plafond et non visible du rez-de-chaussée ou réserve	0,20

• Grandes surfaces (de 300 à 1 500 m² de surface de vente)

Rez-de-chaussée

- Surface de vente	1
- Réserves, laboratoires, préparation	0,30
- Annexes, débarras, chaufferie, locaux techniques	0

Sous-sol

- Surface de vente selon configuration, accès, hauteur, sous-plafond	0,40 à 0,60
- Réserves selon accès et configuration	0,10 à 0,25
- Locaux techniques	0

Étages

- Surface de vente selon configuration, accès, hauteur, sous-plafond, selon niveau	0,30 à 0,60
- Réserves selon niveau	0,10 à 0,25
- Locaux techniques	0
- Bureaux	m ² réels

• « Hyper ou Méga surfaces » (plus de 1 500 m² de surface de vente)

Prise en compte de la seule surface de vente : m² réels.

Ceci met en exergue les principes suivants :

• La taille de la surface de vente accessible à la clientèle détermine le choix de l'une des grilles de pondération applicable aux locaux :

- surfaces inférieures à 300 m² (boutiques et boutiques de surface importante), le linéaire de vitrine constitue l'élément essentiel de la valorisation du local puisqu'il détermine le « zonage » et le découpage de la surface de vente ;

- surfaces supérieures à 300 m², seule la taille de la surface de vente d'un seul tenant importe, le linéaire de vitrine n'étant plus un critère d'appréciation des locaux ;

• Le coefficient de pondération applicable est déterminé par l'affectation contractuelle ou fonctionnelle des différentes parties d'un local ou, à défaut, par ses caractéristiques physiques propres.

Dès lors, dans le cas d'une boulangerie comprenant, en première zone, la boutique, le laboratoire et la réserve, l'application d'une pondération purement immobilière reviendrait à apprécier l'ensemble de la surface en zone 1, alors que l'application combinée de la désignation du bail et de la fonctionnalité des locaux conduisent à différencier la surface de vente accessible à la clientèle des autres surfaces ;

• La notion de surface doit également être explicitée. Il s'agit, semble-t-il, de l'ensemble des surfaces, propriété du bailleur et données en location à la preneuse. Dès lors, la diminution de la surface louée résultant d'aménagements entrepris par la preneuse ne paraît pas devoir être prise en compte.

Cependant, le transfert de propriété des aménagements résultant de la clause d'accession pourrait avoir des effets sur la surface réelle des locaux.

Ainsi, prenons l'exemple d'une agence bancaire qui louerait un local et procéderait à l'installation d'une salle de coffres. Celle-ci nécessitant un doublage très important des parois entraînera une diminution de la surface exploitable. Il conviendrait, dans ce cas, de préciser la superficie à prendre en compte au regard des effets éventuels de la clause d'accession.

II. CAS PRATIQUES

A. Linéaire de vitrine et importance de la surface de vente de plain-pied

Pour les locaux commerciaux d'une surface de vente de moins de 300 m², le linéaire de vitrine constitue, avec la localisation, le critère de référence pour une activité commerciale traditionnelle.

Toutefois, pour certaines activités et modes d'exploitation, on observe une quasi-indifférence à cette notion.

« Il semble que la stricte application de la limite de 300 m² pour différencier « boutiques » et « grandes surfaces » ne soit pas toujours pertinente »

Ainsi, dans le cas d'une supérette de centre-ville, une grande partie des vitrines seront neutralisées de manière à pouvoir y installer des gondoles de vente. Paradoxalement, pour ce type d'activité, le linéaire de vitrine devient donc un critère secondaire d'appréciation des locaux, alors même que la surface de vente demeure inférieure à 300 m². *A contrario*, si l'on devait procéder à l'évaluation de la surface pondérée d'un célèbre épicier du centre de la capitale, et bien que sa surface de vente excède 300 m², le linéaire de vitrine constituerait un critère déterminant d'appréciation.

Il semble donc que la stricte application de la limite de 300 m² pour différencier « boutiques » et « grandes surfaces » ne soit pas toujours pertinente.

Dans cet esprit, prenons l'exemple d'un magasin de chaussures de 280 m² de surface de vente et 100 m² d'arrière-boutique et de réserve. À la suite d'un changement de concept entraînant la suppression de la réserve au profit de la surface de vente (vente en libre service se substituant à la vente assistée), la répartition des surfaces serait désormais de 330 m² de surface de vente et 50 m² d'arrière-boutique. Dans ce cas, l'évolution du mode d'exploitation obligerait à revoir intégralement la logique de pondération bien que le linéaire de vitrine et la surface globale demeurent inchangés.

Dès lors, en complément à la taille de la surface de vente, un autre critère résultant de l'activité pourrait être pris en compte aboutissant, dans des cas d'espèce, à recommander une double approche de pondération. Bien entendu, l'approche qui valorise au mieux les locaux serait retenue.

Désignation		Approche grandes surfaces		Approche boutiques			
Grandes surfaces	Boutiques	Surface réelle en m ²	Coefficient de pondération	Surface pondérée en m ² GS	Surface réelle en m ²	Coefficient de pondération	Surface pondérée en m ² BS
Surface de vente	Zone 1	50,00	1,00	50,00	50,00	1,00	50,00
Surface de vente	Zone 2	50,00	1,00	50,00	50,00	0,20	40,00
Surface de vente	Zone 3	50,00	1,00	50,00	50,00	0,60	30,00
Surface de vente	Réserve	100,00	1,00	100,00	100,00	0,40	40,00
Sanitaire, vestiaire	Sanitaire, vestiaire	10,00	0,20	2,00	10,00	0,30	0,60
Surface totale		260,00	Coefficient moyen de pondération : 96 %	252,00	260,00	Coefficient moyen de pondération : 64 %	160,00

Cette problématique de la pondération dépendant de l'activité et du linéaire de vitrine peut être illustrée par le tableau ci-après.

Surfaces de vente	IMPORTANTANCE DU LINEAIRE DE VITRINE AU REGARD DE L'ACTIVITE	
	ESSENTIELLE	SECONDAIRE
Inférieure à 100 m ²	Pondération boutique	
entre 100 et 300 m ²	Pondération boutique	Pondération grande surface
entre 300 et 500 à 600 m ²	Pondération grande surface	
entre 500 à 1 500 m ²	Pondération grande surface	

S'agissant des surfaces de vente excédant 1 500 m² qui génèrent leur propre attractivité commerciale, l'ensemble des critères évoqués ci-dessus devient inopérant.

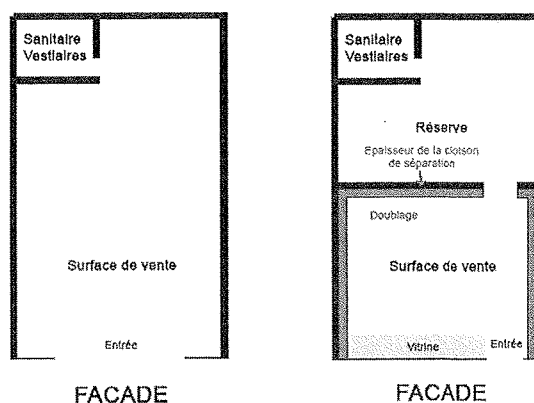
Enfin, lors de la valorisation et dans un souci de cohérence, les termes de comparaison retenus devront refléter le type de pondération appliquée.

B. Définition de la surface louée

Le principe selon lequel la surface louée résulte habituellement de la désignation figurant dans le bail semble devoir être nuancé en fonction d'éléments résultant de la problématique suivante.

Prenons l'exemple de deux magasins de chaussures :

- le premier, dans lequel sont vendus des produits « haut de gamme » nécessite des aménagements particuliers imposant l'habillage des murs, le cloisonnement des surfaces afin de différencier « surface de vente » et « réserves ». Ces différents aménagements vont affecter la surface exploitable des locaux dans des proportions non négligeables ;
- le second dans lequel sont vendus des produits « bon marché », de surcroît en libre service, ne nécessite aucun aménagement particulier et, dans ce contexte, la surface louée correspond intégralement à la surface exploitable.



Ainsi, lors de la valorisation du loyer se poseront trois questions :

- le type de surface à prendre en compte :
 - surface réelle correspondant à celle de la prise à bail ;
 - surface réelle hors épaisseur des différents cloisons ;
 - surface réelle hors épaisseur des différents doublages des murs.
- le coefficient de pondération à appliquer :
 - pondération de la surface occupée par les cloisons, par analogie à celle utilisée pour l'activité ou à celle considérée comme surface accessoire ;
 - pondération de la surface occupée par le doublage des murs, par analogie à celle d'une surface de vente ou au contraire d'un local technique ;
 - la propriété de ces aménagements, à la date de la valorisation, notamment au regard de la clause d'accession. Leur qualification juridique ne relevant pas de la compétence de l'expert.

Le tableau, ci-après, illustre l'incidence des doublages et des cloisonnements sur l'appréciation de la surface pondérée.

Incidence sur la surface pondérée du doublage des murs et du cloisonnement (pour un doublage et une cloison de 0,3 m d'épaisseur)							
Boutiques : Doublage des murs et cloisonnement		Avec prise en compte du doublage et du cloisonnement			Sans prise en compte du doublage et du cloisonnement		
		Surface réelle en m ²	Coefficient de pondération	Surface pondérée en m ² p	Surface réelle en m ²	Coefficient de pondération	Surface pondérée en m ² p
Zone 1	Surface de vente libre	47,00	1,00	47,00	50,00	1,00	50,00
	Surface du doublage	3,00	0,05	0,15			
Zone 2	Surface de vente libre	47,00	0,80	37,60	50,00	0,80	40,00
	Surface du doublage	3,00	0,05	0,15			
Zone 3	Surface de vente libre	44,00	0,60	26,40	50,00	0,60	30,00
	Surface du doublage	6,00	0,05	0,30			
Réserve	Surface libre	98,00	0,40	39,20	100,00	0,40	40,00
	Surface de la cloison	3,00	0,05	0,15			
	Sanitaire, vestiaire	10,00	0,30	3,00			
Surface totale		261,00		193,95	260,00		163,00
Soit une baisse de la surface pondérée résultant de la prise en compte du doublage et du cloisonnement de :							9,05 m ²

C. Pondération des différents niveaux et incidence du mode d'exploitation

L'existence de différents niveaux conduit les experts à appliquer des décotes importantes (50 à 75 %) sur la surface réelle d'un étage ou d'un sous-sol.

Ces coefficients sont censés refléter la perte d'utilité et la moindre fonctionnalité de ces surfaces.

Or, de nouvelles méthodes d'exploitation sont apparues permettant de s'exonérer, dans une large mesure, des effets pénalisants liés à la présence de différents niveaux.

Il y a quelques années, une étude parue dans *Sites commerciaux* ⁽²⁾ mettait en exergue la capacité de certaines enseignes à générer du chiffre d'affaires, abstraction faite des niveaux. Ainsi, Séphora, Zara et Courir annonçaient des chiffres d'affaires inférieurs de 30 à 70 % en étage ou en sous-sol alors que la FNAC, comme naguère Marks & Spencer, estimait négligeable les déperditions de chiffres d'affaires recensés dans les niveaux inférieurs ou supérieurs.

Cela résulte des nouveaux modes d'exploitation (mono-produits et multi-produits), les premiers conservant à l'aménagement de leurs surfaces un « esprit boutique », alors que les seconds s'inspirent ouvertement des méthodes de la grande distribution en découpant la surface de vente en univers thématiques, parfois qualifiés de *concept store* (étage librairie, étage disques et films, étage alimentaire, etc.).

A contrario, on constate que les supérettes et supermarchés implantés en centre-ville acceptent de prendre à bail des locaux dont le sous-sol et le premier étage ne pourront qu'être sous-utilisés.

“ La pondération immobilière ne risque-t-elle pas de faire resurgir le problème d'adéquation entre la charge locative et le chiffre d'affaires généré ? ”

Quelle doit être la pondération applicable de ces surfaces « délaissées » au regard du mode d'exploitation, alors même que celles-ci font effectivement partie du périmètre du bail et ont constitué dans le passé un avantage réel pour d'autres activités ?

On pourrait considérer que le bailleur n'a pas à subir les effets de l'activité de son locataire sur la surface pondérée et donc sur la valorisation du loyer.

Mais, n'est-ce pas oublier la destination contractuelle des locaux, acceptée par le bailleur, qui, dans les faits, conditionne le mode d'utilisation d'un magasin et donc la fonctionnalité de ses différentes surfaces ?

Ainsi, la fonction d'une surface en étage n'est évidemment pas identique pour un restaurant et pour une cordonnerie. Pour le premier, la quasi-intégralité de sa clientèle peut être canalisée vers l'étage alors que pour le second, le premier étage sera, selon toute vraisemblance, utilisé comme réserve.

Peut-on considérer que l'utilité des différentes parties d'un local commercial puisse s'apprécier en faisant abstraction de l'activité exercée dans les lieux loués ?

(2) « Le chiffre d'affaires est dans les étages », *Sites commerciaux*, juill.-août 1998.

Les deux tableaux suivants illustrent les particularités des surfaces louées en fonction de l'activité et leurs effets sur la pondération.

RESTAURANT				
Désignation		Surface réelle en m ²	Coefficient de pondération	Surface pondérée en m ² P
Rez-de-chaussée	Salle zone 1	20,00	1,00	20,00
	Salle zone 2	10,00	0,80	8,00
	Arrière boutique ou cuisine	10,00	0,50	5,00
Surface totale du niveau		40,00		33,00
1 ^{er} étage	Salle	35,00	0,50	17,50
	Sanitaire	5,00	0,35	1,75
	Surface totale du niveau		40,00	
Surface totale		80,00	Coefficient moyen de pondération 66%	52,25

CORDONNERIE				
Désignation		Surface réelle en m ²	Coefficient de pondération	Surface pondérée en m ² P
Rez-de-chaussée	Surface zone 1	20,00	1,00	20,00
	Surface zone 2	10,00	0,80	8,00
	Arrière boutique	10,00	0,50	5,00
Surface totale du niveau		40,00		33,00
1 ^{er} étage	Surface utilisée comme réserve	35,00	0,30	10,50
	Sanitaire	5,00	0,25	1,25
	Surface totale du niveau		40,00	
Surface totale		80,00	Coefficient moyen de pondération 56%	44,75

Ainsi, on constate, à surface réelle inchangée, un gain de surface pondérée d'environ 7 m², soit une hausse d'environ 15 % résultant uniquement du changement d'activité et donc de l'utilité des surfaces du premier étage.

* *
*

Au terme de cet exposé, on ne peut qu'être frappé par la complexité des différents critères d'appréciation tant juridiques qu'économiques pesant sur la pondération.

Plusieurs questions peuvent être formulées.

– Face aux nouvelles réalités commerciales, l'application « mécanique » des principes de pondération pourrait-elle s'avérer inadaptée dans certains cas ?

– Si la mise en œuvre d'une pondération immobilière permet de faire abstraction de la fonctionnalité des locaux en se basant uniquement sur leurs caractéristiques immobilières propres, ne risque-t-on pas ainsi de passer outre la réalité économique et de faire resurgir, à terme, le problème d'adéquation entre la charge locative et le chiffre d'affaires généré ?

– L'avenir se dessine sous nos yeux : évolution des méthodes de ventes, des logiques commerciales, apparition de nouveaux concepts de magasins. Pour l'instant, il ne s'agit que de cas d'espèce.

– Les principes de pondération pourront-ils, dans ces conditions, rester immuables ?

– Ne doivent-ils pas nous inciter à nous interroger sur les adaptations à apporter à nos futures méthodes d'analyse ?

Les praticiens des baux commerciaux n'ont donc pas d'inquiétude à avoir sur l'avenir de leur profession : nul doute que chacun aura à cœur d'apporter sa pierre à l'édifice... ●