

Pascal H. Lambert
Conseil en Franchise
www.conseil-franchise.com

CONDITIONS DE PRIX DU LOCAL COMMERCIAL

Pour lancer votre projet de franchise en distribution vous allez devoir chercher, trouver et négocier un local commercial.

La recherche d'emplacements commerciaux est une affaire difficile. En effet il faut trouver le bon local, au bon endroit et au bon prix :

- ✓ Le bon local, celui qui répond aux normes du concept en termes de surface de vente, de réserve, de linéaire de vitrine, de possibilité de mise aux normes d'agencement et d'identification.
- ✓ Le bon endroit, c'est-à-dire la localisation qui convient en termes d'environnement architectural, urbain, démographique, sociologique, commercial et concurrentiel, et aussi en termes d'accès piéton et/ou automobile, de parking et de transports en commun.
- ✓ Le bon prix, celui qui satisfait aux normes d'exploitation du concept, niveau de loyer, coût immobilier total, coût de l'outil.

Mais comment s'exprime le prix d'un local commercial et quels sont les éléments qui le composent ?

La notion de valeur locative

Pour un local commercial, la valeur d'usage s'exprime en valeur locative au m² annuel hors taxes et hors charges.

La valeur locative représente le prix que le marché affecte à un local commercial en considération de ses caractéristiques notamment de localisation. Elle correspond donc à un loyer au prix du marché (et non du bail) et intègre tout versement en capital effectué, soit au locataire précédent (droit au bail) soit au propriétaire (pas de porte, droit d'entrée, indemnité de changement d'activité).

La valeur locative d'un local se calcule sommairement en additionnant 10% du montant de la cession (droit au bail ou pas de porte) au loyer annuel et en divisant la valeur obtenue par la surface pondérée de façon à obtenir une valeur exprimée au m².

Pour les surfaces commerciales implantées en centre ville et en périphérie sur des rues ou dans des zones d'activités passantes, c'est la commercialité qui justifie la valeur locative. Pour les centres commerciaux on retiendra d'abord le chiffre d'affaires potentiel de la surface commerciale considérée.

Les valeurs commerciales hautes et basses des rues commerçantes des principales villes françaises sont recensées par le groupe immobilier Atisreal - Auguste Thouard.

Quelques exemples de variation de la valeur locative en fonction de la commercialité :

- Rue de rennes à Paris. La valeur locative passe de 1 200 €/m²/an au milieu de la rue à 5 000 €/m²/an en haut de la rue pour la partie comprise entre la rue Saint placide et la tour Montparnasse, à proximité de la Fnac Montparnasse.
- Boulevard Haussmann : de 5 000 €/m²/an auprès des grands magasins, la valeur locative tombe à 1 000 €/m²/an à 200 m de ceux-ci.

En fait d'autres facteurs influencent à des degrés divers le fonctionnement du marché en particulier les prix de l'immobilier commercial. Un propriétaire cherchera souvent un rendement de 10 % l'an, c'est-à-dire que le montant du loyer annuel devra représenter 10 % de la valeur vénale du bien.

Commercialité

La commercialité a été définie par la Cour d'Appel de Paris dans un arrêt du 23/11/1993 comme "l'aptitude d'un secteur (urbain) de générer du chiffre d'affaires pour le commerçant considéré".

Les principaux facteurs de commercialité pourront être selon les cas : le flux de passants, l'ensoleillement, l'angle de rue, la facilité d'accès, la desserte du site par les transports en commun, les facilités de stationnement, l'environnement commercial et la proximité de grandes enseignes, l'urbanisme et la voirie (axes de circulation automobile, voie piétonne).

On peut débattre sur l'incidence réelle de tel élément de commercialité sur un commerce considéré ou le périmètre d'influence de cet élément, il n'empêche que la commercialité se traduit par un potentiel de clients et donc de chiffre d'affaires, qui est valorisé par la valeur locative.

Pondération de la valeur locative

Si l'on considère les différentes parties d'un local commercial, on peut convenir que toutes n'ont pas la même utilité commerciale dans la mesure où elles ne concourent pas à l'activité du magasin avec la même efficacité.

C'est pourquoi il convient de pondérer la surface du local en fonction de la contribution de chacune de ses parties.

Par exemple un sous sol ou un premier étage à usage de vente n'ont pas la valeur commerciale d'un rez-de-chaussée et sont pondérés à 30 % (ou application d'un coefficient 0.30) pour un magasin de centre ville tandis que la réserve en sous-sol ou en étage est pondérée à 10 %.

Par contre la surface correspondant au triangle isocèle formé par une vitrine d'angle sera surpondérée à 25 % (coefficient 1.25).

Le bail commercial

Le bail commercial est communément appelé "3/6/9" parce qu'il garantit au preneur au moins 9 années de bail. Dans les centres commerciaux il est généralement de 12 ans.

Le bail commercial assure la protection de l'activité commerciale en garantissant au locataire commerçant le renouvellement du bail à son issue ou, à défaut, une indemnité d'éviction.

D'autre part le bail fixe le loyer qui est plafonné aux indices Insee du coût de la construction, plafonnement qui s'applique au bail reconduit. Tous les trois ans la révision du bail permet au propriétaire d'augmenter le loyer mais dans les limites du plafonnement.

Il n'existe que trois événements qui permettent de sortir du plafonnement en cours de bail ou au moment du renouvellement : une modification significative des facteurs de commercialité, une modification des conditions du bail pendant le cours de celui-ci, et la modification de la consistance des locaux.

L'acquisition d'un bail commercial permet donc d'accéder à un emplacement commercial dans un contexte de coûts immobiliers stabilisés à moyen terme.

Droit au bail

Le droit au bail correspond à un versement en capital que le tenant du bail exige de percevoir pour la cession de son bail et la jouissance de l'emplacement commercial correspondant. Pourquoi ?

Parce que le montant du droit au bail comble l'écart entre le loyer actuel et la valeur locative de l'emplacement.

A chaque fois que la valeur locative a augmenté plus vite que les loyers (qui sont indexés), le locataire bénéficie d'une prime en ce sens qu'il jouit d'un loyer inférieur au prix du marché.

Le montant du droit d'entrée tend à annuler ce gain pour le preneur du bail. Car le cédant, à travers la somme demandée au preneur, récupère la différence entre le prix du marché, la valeur locative, et le prix réel du loyer.

Exemple de calcul de la valeur théorique du droit au bail pour une surface de 80 m² avec un loyer de 150 € annuel/m², valeur locative de la zone à 210 € annuel/m², bail 3/6/9, durée restant à courir 7 ans :

Prime de loyer = 210 € – 150 € = 60 €/m²/an

Prime annuelle après pondération de la surface = 60 € * 60 m² = 3 600 €

Valeur théorique du droit au bail = prime annuelle * 7 ans
= 3 600 € * 7 = 25 200 €

Une destination des locaux tous commerces valorisera le résultat.

Le pas de porte

Le pas de porte est une somme qui est demandée par le propriétaire au preneur au début du bail.

De ce fait le propriétaire renonce à un loyer fort (loyer dit "à l'américaine" c'est-à-dire à la valeur locative) pendant toute la durée du bail, préférant encaisser immédiatement, sous forme de versement en capital, une partie de ses loyers futurs.

La hausse des valeurs locatives

Depuis plusieurs années, on constate une hausse constante des valeurs locatives, soit par l'augmentation des droits au bail, soit par des hausses de loyers à l'initiative des propriétaires lors du renouvellement des baux commerciaux.

Cette hausse vaut pour les emplacements en zones n° 1 et 1 bis tandis que les prix des zones n° 2 s'affaissent.

La conséquence de ce mouvement de hausse est que les emplacements en zone n° 1 sont désormais réservés à des activités commerciales à très fortes marges, capables de supporter des coûts immobilier qui vont parfois être le premier poste de charge du magasin, et/ou disposant de ressources leur permettant de financer un droit au bail important.

Attention donc à bien cerner ces deux points avant de poursuivre votre projet.