

Valeur locative des concessions automobiles

Le secteur automobile a connu lui aussi sa révolution et la concession d'hier n'est plus celle d'aujourd'hui et n'est déjà plus celle de demain.

La concentration de la localisation des marques et de leurs distributeurs, l'image des constructeurs, la répartition des activités et la nécessité d'une exposition commerciale ont profondément modifié et spécialisé les lieux de distribution et de réparation des véhicules.

A cette fin, nous proposons de nous attarder sur les particularités propres à ces locaux en vous présentant l'activité au travers du filtre de l'immobilier.

I - Les concessions et les usages

1) Activité de vente non soumise à autorisation d'exploitation commerciale

L'activité de concession/réparation automobile est classée au sein de la Nomenclature d'Activités Française (NAF), dans la section G et la division 45. Cette dernière comprend le

« commerce de gros et de détail (vente sans transformation) de tout type de marchandises et la prestation de services liés à la vente de marchandises » mais aussi la « réparation de véhicules automobiles et de motocycles ».

L'activité de concession automobile se définit par sa dominante commerciale, les activités de réparation, entretien et location étant considé-

rées comme accessoires, même si elles sont encore déterminantes à la rentabilité d'un centre autonome de profits.

Le paradoxe avec cette classification est qu'une concession fait parties des « professions » qui dérogent aux demandes d'autorisation d'exploitation commerciale (Article L752-1 du Code de commerce, modifié par loi n°2014-366 du 24 mars 2014 - art. 129 - VD). Le

législateur a estimé que cette dernière n'a pas à être régulée.

Les concessions automobiles sont des réseaux de revente au public de véhicules automobiles neufs ou d'occasion essentiellement destinés à la consommation des particuliers ou des ménages. Le concessionnaire vend les voitures de la marque avec qui il a signé un contrat, c'est-à-dire le concédant. Les réseaux de vente de véhicules neufs sont en quelque sorte « gérés » par les constructeurs. La grande majorité des concessionnaires (hors centre-ville) ont des activités annexes comme la vente de véhicules d'occasion et le service après-vente (vente de pièces, entretien des véhicules, etc). L'offre de service étendu crée des synergies.

2) Une utilisation particulière non monovalente des locaux

Certaines concessions automobiles présentent de telles particularités physiques et



techniques que plusieurs d'entre elles pourraient presque être considérées comme « mono-valentes ». C'est le cas des locaux construits ou lourdement aménagés en vue de cette seule utilisation, de telle manière qu'un changement d'utilisation est exclu sans de profondes modifications. Dans la grande majorité des cas, la spécificité des locaux et des aménagements d'exploitation permet d'envisager une autre activité moyennant quelques transformations.

Quels sont les aménagements spécifiques liés à cette activité ? Une concession automobile est à la fois une boutique, un local d'activités avec ses bureaux d'accompagnement et un local de stockage. Cette agrégation, subtilement dosée, mélangée à des prestations techniques particulières (pont élévateur, rampe de parking, cabines de peinture, laboratoire, cuves, fosses, équipements sous pression, portes automatiques) caractérise les concessions.

La tendance actuelle incite les locaux commerciaux à être de plus en plus flexibles. Ce phénomène touche aussi les concessions et contribue à diminuer le nombre de locaux mono-valents. Les prestations

techniques qui étaient attachées à l'immeuble deviennent « démontables » (ponts élévateurs, cabines de peinture...). Les espaces peuvent être réaménagés (cloisons amovibles, mezzanines démontables...).

Contrairement aux autres activités, les concessions ne disposent pas de « surfaces de vente » à proprement dit mais plutôt d'un « show-room » (terme plus souvent utilisé et plus approprié). Les automobiles ne sont pas des articles installés « en rayon » mais des produits d'exposition qui présentent aussi l'avantage de pouvoir être exposés en extérieur. Le show-room est principalement un lieu d'accueil du client avec des espaces conçus pour le recevoir (prestations de type bureaux). Tous les véhicules à la vente ne sont pas exposés ou stockés sur place (contrairement aux produits dans les magasins traditionnels).

3) Les méthodes d'évaluation par la comparaison et le taux d'effort

La méthode principalement retenue pour évaluer une valeur locative est celle « par comparaison » définie notamment dans la Charte en Expertise en Evaluation Immobilière. Elle

se base sur une analyse des transactions réalisées sur des biens présentant des caractéristiques et une localisation comparables à celle de l'actif expertisé, complétée éventuellement par celle des offres et demandes exposées sur le marché. Il s'agit, de se référer à des transactions locatives de biens similaires ou approchant, à une date la plus proche possible de celle de l'expertise. Les termes de comparaison sont sélectionnés en fonction de quatre critères principaux :

- ✓ la situation géographique et la commercialité du site,
- ✓ les caractéristiques physiques des locaux,
- ✓ les conditions de fixation des loyers,
- ✓ les clauses et conditions locatives notamment la nature des activités exercées.

Dans les Hauts de France on constate des prix au m² variant de 80 à 140 € HT hors charges/m²/an pour une concession existante distribuant entre 500 et 800 véhicules neufs par an.

En l'état, les tribunaux privilégient la méthode par comparaison. La méthode professionnelle du taux d'effort, souvent retenue pour les locaux mono-valents, peut cependant être employée

comme méthode de recoupement, notamment dans un contexte de poursuite d'usage et sur des biens peu flexibles. Elle se base sur le potentiel de chiffre d'affaires qui peut être réalisé dans les locaux pour définir la valeur locative. Le loyer étant le résultat d'un pourcentage sur recettes. Cette méthode est utilisée par les développeurs d'enseignes / exploitants / preneurs, moins par les bailleurs. Approche plus économique car liée aux éléments d'exploitation, elle analyse la capacité du locataire à supporter un loyer traduisant un certain taux d'effort. Les benchmarks retenus pour appréhender la performance de la concession sont :

- ✓ le chiffre d'affaires,
- ✓ le nombre de véhicules vendus (neufs et/ou d'occasion),
- ✓ le nombre de véhicules réparés.

Ces données annuelles sont ensuite traduites en mètre carré (plusieurs unités sont possibles : surface utile / surface de vente / surface pondérée).

Habituellement on constate un taux d'effort de 1 à 2 % du chiffre d'affaires. Ce taux varie en fonction de la typologie des véhicules vendus (haut de gamme, low-cost, citadines, berlines...- le taux de marge est différent selon les produits) et du volume de vente (en règle générale, plus il est important plus la rentabilité est bonne).

II - L'analyse des facteurs de la valeur locative propres à une concession

1) Des localisations variées et un emplacement commercial déterminant

Situées en entrée de ville, en zone urbaine, dans les centres commerciaux, dans les zones d'activités économiques ou commerciales et en secteurs



isolés, les concessions présentent des localisations très variées. Les caractéristiques physiques et les valeurs locatives unitaires diffèrent suivant leurs situations. On est en présence de marchés différents. Implantée dans une zone urbaine dense ou une zone rurale, la zone de chalandise se contracte ou s'étire. Il faut donc adapter l'analyse de l'environnement en fonction de la typologie de l'emplacement.

L'importance de l'accessibilité par voie routière et le besoin en parking est plus forte en zone rurale qu'en zone urbaine. Le besoin en véhicule en est plus conséquent.

En centre-ville, nous focaliserons notre attention sur le temps de trajet plus que la distance (le secteur est-il souvent embouteillé ? – analyse géomarketing) et sur les facilités d'accès en transport en commun (métropolitain, bus...). En zone rurale et dans les petites communes, les accès par les transports en commun sont la plupart du temps presque inexistantes.

L'évaluateur appréciera aussi si la concession est située dans un secteur mixte, une zone d'habitation (pavillonnaire et/ou habitat

collectif), une zone d'emploi, une zone commerciale... L'appréciation du pouvoir d'achat d'une petite commune de moins de 15 000 habitants qui accueille une zone commerciale à l'attractivité régionale et située au sein d'une grande agglomération (comme Roncq dans la métropole Lilloise) est insuffisant. La zone de chalandise, dans ce cas-là, s'étend bien au-delà des limites communales.

Les concessions sont situées le plus souvent en « deuxième ligne » d'un pôle commercial ou sur l'axe de circulation majeure d'une zone d'activité. Contrairement à d'autres activités, les concessions n'ont pas nécessairement besoin d'être à proximité d'une locomotive commerciale. La clientèle est autonome. Nous observons toutefois que les concessions ont tendance à se rassembler dans un même secteur, ce qui laisse penser que ces regroupements créent des synergies. Plus l'offre de véhicules est abondante et diversifiée, plus les établissements seraient performants.

Les concessions implantées dans les emplacements n°1 répondent plus à une démarche du constructeur que de celle d'un exploitant. Il s'agit

alors davantage d'une vitrine commerciale que d'un lieu d'exploitation. Ces concessions s'accompagnent plus rarement d'ateliers de réparation mais peuvent proposer d'autres articles à la vente (produits dérivés de la marque : poivrier, portes clefs, bagagerie), voire d'un service de restauration (Renault et le Motorvillage du groupe Fiat disposent d'un restaurant).

C'est le cas notamment des « flag ship » sur les Champs Élysées. Toutefois, cette artère prestigieuse surnommée autrefois « avenue de l'automobile » n'a plus autant la cote. Mercedes et Toyota ont quitté les lieux en 2017 et Citroën qui occupait le site depuis 1927 a fermé son showroom C42 (42, avenue des Champs-Élysées) le 31 décembre dernier. Il ne reste désormais plus que trois groupes sur les Champs.

2) Caractéristiques physiques, focus sur les critères importants

L'activité principale d'une concession étant la vente, la visibilité de l'enseigne et la mise en « vitrine » des produits est un critère important. Pour les locaux à l'extérieur des zones urbaines denses, cela se

traduit par l'aménagement des linéaires de façade, la mise en place d'une signalétique avec l'installation d'enseignes bandeaux et/ou en drapeau, ainsi que de totems. Les clients potentiels viennent principalement en voiture et les locaux sont le long de voies rapides.

Ces aménagements sont conçus pour être visibles de loin. Dans ce type de cas, l'emprise du terrain le long de la voie rapide est aussi importante que la dimension du linéaire de façade. Si la construction est trop en retrait, cachée par les arbres, clôtures ou panneaux publicitaires, l'expert l'appréciera comme un facteur négatif et en tiendra compte dans son évaluation. Dans les centres urbains denses, l'exposition de l'enseigne est traitée différemment. L'expert appréciera alors la dimension du linéaire de vitrine « pur » ou « discontinu » et les éventuels effets « bandeau » (vitrine sur 2 niveaux).

L'accès aux locaux (au site et au bâtiment) est un autre critère à appréhender.

Les terrains étant généralement clos (pour des raisons de sécurité) et le long de voies rapides, les accès aux sites sont limités. L'impact sur la valeur sera positif si les flux piétons et automobiles sont bien gérés (accès nombreux et/ou efficaces en nombre ou en dimension). L'accès à la construction est aussi analysé. En règle générale, il existe plusieurs entrées dans le bâtiment suivant l'usage : celui ou ceux de l'atelier, de la réserve, du show-room et du personnel. L'expert appréciera la qualité des prestations (taille des ouvertures, portes battantes et/ou automatiques coulissantes, portes sectionnelles manuelles ou motorisée, etc..) et le nombre d'accès en fonction de la taille du bâti.

Les espaces extérieurs présentent



une grande importance (hors centre-ville). Ils sont nécessaires pour le stockage des véhicules de réparation, l'accueil des visiteurs et l'exposition des véhicules en extérieur (neufs ou d'occasion).

Le ratio entre la surface terrain et les mètres carrés bâtis est plus importante que dans les autres activités (cf. tableau). Un écueil courant lors d'une évaluation en poursuite d'usage est de considérer trop rapidement un terrain excédentaire pour ce type d'exploitation alors que ce dernier est

nécessaire et le ratio courant/normal. Les cas rencontrés concernent des expertises amiables (à caractère confidentiel) où l'expert de la partie adverse a retenu une plus-value pour terrain excédentaire alors qu'il s'agissait d'un ratio normal pour exploitation. Il est aussi justifié de retenir comme facteur de moins-value le nombre insuffisant de parkings et/ou d'espaces extérieurs.

L'analyse de la configuration des locaux permet de déterminer le capacitaire potentiel (nombre de véhicules poten-

tiellement exposés dans le show-room / nombre de ponts qui peuvent être installés dans l'atelier) et de juger si ces locaux sont bien adaptés à l'activité. Plus les ratios entre espaces de stockage, espaces de vente, ateliers, parkings, bureaux et locaux sont justes, plus l'exploitation sera performante. Une surface de bureau trop importante peut être considérée comme un critère de moins-value. La tendance actuelle est à la diminution des mètres carrés de locaux de stockage par rapport aux

autres surfaces. La logistique et ses réseaux de distribution ayant beaucoup évolué ces dernières années, les exploitants stockent moins de pièces qu'avant. Les locaux conçus selon d'anciennes normes ne sont donc plus parfaitement adaptés aux besoins des exploitations actuelles.

Parmi les autres critères essentiels, nous signalons la résistance au sol, la hauteur sous plafond et les volumes intérieurs qui déterminent notamment la capacité d'accueil des véhicules. Le sol d'une concession

Tableau des ratios entre surface terrain et bâtie

Commune	Activités		Show-room		Bureaux et annexes		Surface utile hors parking	Surface terrain	Ratio
Roncq	412,70 m ²	26,31 %	1 013,60 m ²	64,61 %	142,50 m ²	9,08 %	1 568,80 m ²	4 966 m ²	31,59 %
Hazebrouck	1 210 m ²	52,72 %	995 m ²	43,36 %	90 m ²	3,92 %	2 295 m ²	9 394 m ²	24,43 %
Meaux	370 m ²	24,14 %	713 m ²	46,51 %	450 m ²	29,35 %	1 533 m ²	5 235 m ²	29,28 %
Rivery	600 m ²	55,25 %	216 m ²	19,89 %	270 m ²	24,86 %	1 086 m ²	3 330 m ²	32,61 %
Montmorillon	907 m ²	78,87 %	108 m ²	9,39 %	135 m ²	11,74 %	1 150 m ²	6 455 m ²	17,82 %
Englos	1 109 m ²	69,82 %	263 m ²	16,56 %	216,41 m ²	13,62 %	1 588,41 m ²	6 554 m ²	24,24 %
Villeneuve d'Ascq	588 m ²	42,70 %	640 m ²	46,48 %	149 m ²	10,82 %	1 377 m ²	3 029 m ²	45,46 %
Rivery	600 m ²	55,25 %	216 m ²	19,89 %	270 m ²	24,86 %	1 086 m ²	3 330 m ²	32,61 %
Châlons en Champagne	1 995 m ²	55,77 %	700 m ²	19,57 %	882 m ²	24,66 %	3 577 m ²	12 654 m ²	28,27 %
Avignon	3 223 m ²	61,29 %	1 803 m ²	34,28 %	233 m ²	4,43 %	5 259 m ²	14 465 m ²	36,36 %
Orange	1 610 m ²	45,26 %	1 781 m ²	50,07 %	166 m ²	4,67 %	3 557 m ²	13 330 m ²	26,68 %

doit supporter des charges importantes et le revêtement doit être adapté à l'usage. Les espaces doivent présenter des hauteurs sous plafond suffisantes pour accueillir des utilitaires, des ponts élévateurs dans les ateliers, les machines. Les espaces intérieurs en « open-space » et présentant de beaux volumes permettent de manœuvrer et stocker plusieurs véhicules (de plus ou moins grande taille). Les poteaux, les poutres, les espaces étroits sont quant à eux des éléments contraignants. Dans la plupart des cas, les prestations techniques en dehors du show-room et des bureaux restent simples. Les éléments de confort (climatisation, premier jour, éclairage, acoustique, esthétique...) sont présents essentiellement dans les zones de réception clientèle et dans une moindre mesure, dans les bureaux et locaux sociaux.

3) Les obligations sécuritaires, environnementales et urbanistiques

Les commerces de véhicules automobiles ou de motocycles échappent à la réglementation

en matière d'urbanisme commercial mais sont soumis à d'autres obligations issues des règles de sécurité, des normes environnementales et des documents d'urbanisme.

Les concessions sont soumises à la réglementation des Etablissements Reçevant du Public (type T - article T1§2) contrairement aux garages de réparation automobile qui sont eux des ERT (Etablissement recevant des travailleurs) qui peuvent être classé ICPE (Installation Classée pour la Protection de l'Environnement) sous la rubrique 2930 si leur surface est supérieure à 2 000 m² ou/et s'ils utilisent une cabine de peinture dont la quantité est supérieure à 10kg/jour (cf. tableau ICPE ci-après).

Un des principaux facteurs de risque pour l'activité de concessions sont les inondations qui, en plus de causer des dégâts matériels importants, sont susceptibles d'entraîner de graves pollutions. Il est donc nécessaire d'analyser les Plans de Prévention des Risques Naturels (PPRN) ou Technologiques (PPRT) et d'impacter la valeur locative en conséquence. Au même titre, la nature du sol peut avoir un impact non né-

gligeable, en augmentant les coûts de travaux et d'entretien. Un sol argileux, par exemple, présente un risque de réfection des sols et des voiries, plus important.

Les obligations d'urbanisme peuvent aussi avoir un impact sur la valeur locative. Elles obligent les propriétaires à réaliser des aménagements paysagers et à les conserver. Pour le preneur, cela revient à entretenir des arbres à haute tige qui endommagent les voiries, des espaces verts qui réduisent les zones de parkings et le stockage de véhicules. Ces réglementations positives pour l'environnement sont contraignantes pour l'exploitant.

4) Les conditions d'occupation

En raison de leur activité, les concessions sont soumises au statut des baux commerciaux (articles L145-1 et suivants du Code de commerce) qui régit les rapports entre bailleurs et preneurs.

L'analyse et l'appréciation de l'économie du bail est essentielle dans la détermination de la valeur locative. Le contrat fixe le loyer annuel initial, ses évolutions (indexation/ révision) et les conditions de ses

éventuels renouvellements. Il fixe aussi qui supporte la charge des taxes, de l'entretien, des gros travaux, des mises aux normes et définit les conditions d'accès des travaux. Il offre à l'exploitant des modalités d'occupation plus ou moins flexibles. Les clauses de destination (activités autorisées au bail à titre principal et éventuellement accessoires), d'autorisation de sous-location, de location gérance et/ou de cessions du droit au bail, de réalisation de travaux... influencent la valeur locative.

En règle générale, une concession automobile bénéficie de la règle de plafonnement du loyer (article L145-34 du Code de commerce). Même si les locaux présentent les caractéristiques de la monovalence, l'existence de plusieurs activités distinctes dans les locaux loués fait échec à son application. Dans le cas présent, l'activité de garage/réparation peut être différenciée de celle de vente de véhicules automobiles.

La valeur locative s'entend comme la contrepartie financière annuelle susceptible d'être obtenue sur le marché de l'usage d'un bien immobilier dans le cadre d'un contrat de location.

Réglementation des installations classées pour la protection de l'environnement

N° Rubrique	Description de l'activité	Modalités d'application
2930	Ateliers de réparation et d'entretien de véhicules et engins à moteurs, y compris les activités de carrosserie et de tôlerie	<p>Réparation et entretien de véhicules et engins à moteur</p> <p>a) La surface de l'atelier étant supérieure à 5 000 m² → Autorisation</p> <p>b) La surface de l'atelier étant comprise entre 2 000 et 5 000 m² → Déclaration</p> <p>c) La surface de l'atelier étant inférieure à 2 000 m² → Non soumis ICPE</p> <p>Vernis, peinture, apprêt (application, cuisson, séchage de) sur véhicules et engins à moteurs</p> <p>a) Si la quantité maximale de produits susceptible d'être utilisée est supérieure à 100 kg/j → Autorisation</p> <p>b) Si la quantité maximale de produits susceptible d'être utilisée est supérieure à 10 kg/j ou si la quantité annuelle de solvant contenus dans les produits susceptible d'être utilisée est supérieure à 0,5 t, sans que la quantité de produits susceptible d'être utilisée dépasse 100 kg/j → Déclaration</p> <p>c) Si la quantité maximale de produits susceptible d'être utilisée est inférieure aux seuils → Non soumis ICPE</p>

Il existe plusieurs définitions de la valeur locative (statutaire, contractuelle...). Dans la majorité des cas, la rédaction des baux des concessions reste simple et ne déroge pas aux conditions statutaires. La valeur locative en renouvellement (défini à l'article L145-33 du Code de commerce) s'applique alors en cas de motif de déplafonnement ou si elle est inférieure au loyer plafonné.

La valeur locative en renouvellement est déterminée suivant l'activité autorisée au bail. Dans certains cas, une modification de la destination peut entraîner une augmentation de la valeur locative estimée. Il s'agit alors d'une déspecialisation partielle ou plénière. Les clauses de destination sont plus ou moins limitatives ou précises. Le bail peut obliger le locataire à vendre uniquement des voitures neuves et d'un certain standing...

En pratique il est rare d'observer des restrictions dans les baux des concessions. Ordinairement, plus les activités autorisées au bail sont étendues, plus la valeur locative est importante. Toutefois, une clause de destination large au sein d'un petit local difficilement modulable ne permet pas toujours au preneur d'adapter son activité aux évolutions du marché. A notre avis, il n'est pas justifié de majorer significativement et systématiquement le loyer en présence d'une clause de destination large. Il faut apprécier :

- si les locaux présentent des aménagements spécifiques ne permettant pas d'accueillir d'autres activités que celle effectivement exercée sans de lourds travaux,
- si la ou les activités complémentaires ou additionnelles présentent un réel intérêt économique pour l'exploitant.

III - En conclusion

Le marché de l'automobile se porte plutôt bien si l'on en croit les statistiques des immatriculations des voitures neuves pour 2017, il en est de même pour les véhicules d'occasion.

Pour autant le nombre de points de vente a baissé en Europe de 12 % soit 48 000 points de distribution et de 10 % pour la France pour s'établir à 6 000.

L'évolution des besoins, l'évolution du marché, la digitalisation des points de vente et les exigences des constructeurs vont inciter le regroupement des distributeurs et la construction de nouvelles concessions (rénover coûte parfois plus cher que construire), ce qui contribuera à faire baisser la valeur des loyers de renouvellement des concessions existantes. Le coût d'une concession neuve

est d'environ 1 300 € HT/m² et dépasse régulièrement 5 M€ d'investissement.

L'avènement des voitures électriques devrait également modifier la configuration des concessions du futur et la stratégie omnicanal devrait optimiser les différents canaux de distribution.

En conclusion, l'évaluation d'une concession automobile est un exercice technique et délicat mais tout à fait à la portée des Experts Fonciers.

Caroline VARRY, MRICS,
Experte Immobilier

Jean-Jacques MARTEL,
Docteur en droit
Agrégé par la Cour de Cassation
(Union Nord)

Marie LEPERS
(Union Nord)

