

Les goûters de l'évaluation | 3ème édition : les effets impactant la valeur locative(L.145-33, Code com.)



Intervenant : **Philippe FAVRE-REGUILLON**, MRICS, REV by TEGoVA, CFEI®, expert en estimations immobilières C.18 1 à 4 et ingénierie foncière A.1.5 près les Cours d'appel et administrative d'appel de Lyon, expert foncier et agricole.



SOMMAIRE

Les effets impactant la valeur locative (L.145-33, Code com)

Effet bonbonnière

Effet terrasse

Autres effets

- ▶ Effet d'enseigne
- ▶ Effet synergie
- ▶ Effet d'ouverture
- ▶ Effet bandeau
- ▶ Effet d'angle
- ▶ Effet d'échelle
- ▶ Effet couloir
- ▶ Effet entonnoir
- ▶ Effet volume

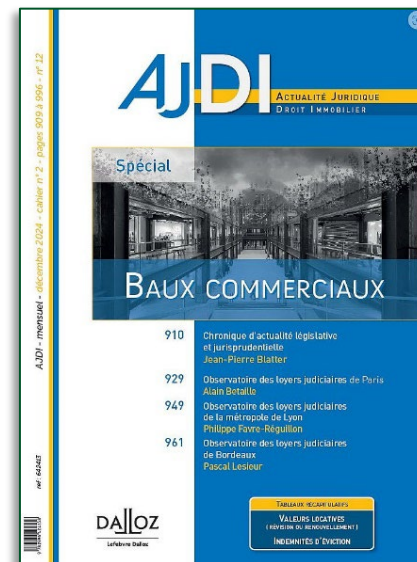
Pour en savoir +



La valeur locative de renouvellement, statutaire¹ ou judiciaire peut être adaptée en fonction de critères² susceptibles de la faire varier à la hausse comme à la baisse, admis par la jurisprudence de longue date.

L'étude livrée en pièce jointe et avec l'aimable autorisation des éditions Dalloz (AJDI) fait état des facteurs de majoration puis de minoration de la charge locative couramment recensés.

(Obs. Loyers Commerciaux 2024)



1. Notamment rappelé par TJ Paris, 11 juillet 2024, n° 20/04605, « Or, la 5ème édition de la charte de l'expertise en évaluation immobilière éditée au mois de mars 2017 rappelle que la valeur locative statutaire se distingue de la valeur locative de marché en ce sens qu'elle tient compte non seulement des caractéristiques du local, de notions de destination contractuelle, de charges annuelles inhabituelles, mais aussi d'éventuels facteurs de minoration ou de majoration du loyer et de l'historique entre bailleur et preneur, alors que la valeur locative de marché correspond au montant qui pourrait être obtenu d'un locataire désirant disposer de l'usage d'un bien dans le cadre d'un bail nouveau, aux conditions usuelles d'occupation pour la catégorie d'immeuble concernée en tenant compte notamment de la libre volonté du locataire et du propriétaire et d'une libre négociation préalablement à la conclusion du contrat, ce qui n'est pas le cas en l'occurrence ».

2. Philippe Favre-Régulation, « Effet bonbonnière : mystère et boule de gomme ? », AJDI Dalloz juillet-août 2020, p. 500 ; Philippe Favre-Régulation et Mathieu Hercberg, « Droit de terrasse (effet terrasse) et majoration de la valeur locative – Réflexion sur l'arrêt Civ. 3ème , 13 octobre 2021, n° 20-12.901 », AJDI Dalloz, p.411 et suiv., juin 2022 ; Philippe Favre-Régulation, « Petit lexique des effets impactant la valeur locative – Art. R. 145-3, Code com., effet bonbonnière suite », AJDI Dalloz, p.101 et suiv., février 2022.

Certaines majorations ou minorations de la valeur locative de renouvellement, appréciées au visa de l'article R. 145-3, Code com., à savoir concernant les caractéristiques des locaux, sont complexes à apprécier : **effet bonbonnière**, **effet terrasse**, **autres effets**.

Formulation : prise en compte de majoration ou d'abattement sur la valeur locative

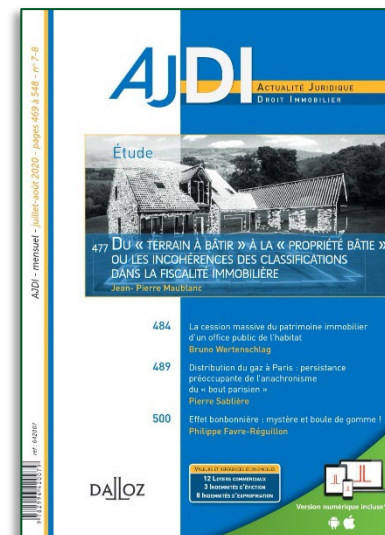
Valeur locative corrigée = valeur locative x (100 % +/- correction en %)

Effet bonbonnière

Une surface réduite génère un **effet bonbonnière**³ lorsque les locaux sont le plus souvent inférieurs à 20/30 m² : c'est un facteur de renchérissement de la valeur locative métrique.

✓ Les critères d'appréciation de cet effet sont multiples et reposent aussi bien sur la **surface**, la **configuration**, la **rentabilité métrique** que la **destination** : c'est bien le cumul des éléments qui accentue l'effet.

✓ (v. AJDI juillet / août 2020).



³. Philippe Favre-Régulation, « Effet bonbonnière : mystère et boule de gomme ? », AJDI juillet-août 2020, p. 500 ; TGI Paris, 4 juin 2013, n° 10/06831 ; TGI Paris, 20 novembre 2014, n° 11/16080 ; TGI Paris, 19 mai 2015, n° 12/06090 ; TGI Paris, 10 septembre 2009, n° 08/04257 ; TGI Paris, 12 janvier 2018, n° 15/16006 ; TGI Paris, 2 juin 2010, n° 07/09870 confirmé par CA Paris, 28 mars 2012, n° 10/14245 ; TGI Paris, 6 avril 2018, n° 15/17501 ; TGI Paris, 17 mai 2011, n° 09/18494

L'appréciation **surfacique (1)** du local à évaluer est un point clé car la majoration due à « ***l'effet bonbonnière*** »

valorise les locaux de petite taille dont le m² pondéré, rapporté à la taille de la boutique est traditionnellement plus élevé, la commercialité n'étant pas strictement proportionnelle à la superficie.⁴

Le déclenchement de « ***l'effet bonbonnière*** » n'est nullement systématique en deca d'une surface de 30m²⁵, 20m²⁶ ou plus petite encore⁷ : **la seule notion de petitesse des surfaces ne suffit pas.**

⁴. CA Montpellier, 29 novembre 2022, n° 20/01596 ; CA Paris, 28 mars 2012, n° 10/14245 ; CA Montpellier, 8 septembre 2015, n° 12/03379, rappelant la définition qu'en donne l'expert judiciaire dans son rapport et notamment le fait que « le loyer d'un petit local est proportionnellement beaucoup plus important que celui d'une surface plus grande » ; Françoise Maigné-Gaborit et André Guillemain, « Au renouvellement... est la destination », AJDI 2000, p.1096.

⁵. TGI de Paris, 26 février 2013, n° 11/12659, retenant une majoration de la valeur locative au titre de l'effet bonbonnière, à hauteur de 20 % et ce, pour un local pondéré à 24m² ; Cour d'appel de Paris, refusant l'emploi de l'effet bonbonnière pour une surface pondérée de 21,5m² ; TGI de Paris, 21 octobre 2008, n° 06/04568 pour une majoration de 10 % concernant la valeur locative d'un local de 25m² p.

⁶. TGI de Paris, 8 mars 2017, n° 12/01257 concernant une surface pondérée de 18m² pour laquelle est retenue une majoration de 10 % ; TGI de Paris, 21 novembre 2013, n° 11/11478 pour un local de 17,88m² et une majoration de 10 %

⁷. TGI de Paris, 8 avril 2014, n° 11/02023, « « La surface étant supérieure à 20 mètres carrés, il n'y a pas lieu de retenir une majoration pour 'effet bonbonnière' » ; TGI de Paris, 22 avril 2013, n° 10/14812, « ne s'agissant pas d'une boutique de petites dimensions (21,50m²), aucune majoration pour « effet bonbonnière » ne peut être pratiquée sur la valeur locative ».

Encore faut-il que **la configuration (2)** des lieux soit favorable à l'activité exercée⁸.

Plusieurs surfaces supérieures à 30m²⁹ se sont vu attribuer le bénéfice de « ***l'effet bonbonnière*** », conduisant à les « ***survaloriser au regard de boutiques de plus grandes dimensions*** »¹⁰. Par exemple, lorsque les articles sont « ***visibles et palpables dans un rayon très limité*** » ou encore « ***pour (des) locaux commerciaux ayant une faible surface et situés dans les secteurs ayant une commercialité importante*** ».



⁸ TGI de Paris, 25 octobre 2013, n° 10/16781.

⁹ Cour d'appel de Lyon, 22 novembre 2018, n° 17/03376, pour une surface pondérée de 33m² justifiant d'une majoration de 15 % ; TGI de Paris, 14 avril 2016, n° 13/07947, concernant une surface pondérée de 31,22m² et une majoration de 5 % ; Cour d'appel de Lyon, 7 mars 2019, n° 17/05702, concernant au cas d'espèce une surface de 38m² pondérés ; TGI de Paris, 8 mars 2012, n° 10/14556, pour une surface pondérée de 37m².

¹⁰ *Ibid*, TGI de Paris, 2ème section, 8 mars 2012, n° 10/14556.



La **capacité productive (3)** est un autre facteur d'appréciation de « ***l'effet bonbonnière*** »¹¹.

Une petite surface ne permet pas systématiquement de renchérir la valeur locative car de nombreuses activités s'accommodent parfaitement d'espaces contraints : galeries marchandes de métro, gares, etc.

¹¹. TGI de Paris, 12 janvier 2018, n° 15/16006, « (...) soit une dimension réduite qui permet au commerçant de développer une rentabilité particulière sur l'ensemble des m² qu'il loue, et l'activité de la société X limitée à des produits autour de la rose, ce qui lui permet de déployer son commerce sans avoir besoin d'un espace aussi étendue qu'un fleuriste offrant à la vente diverses variétés de fleurs, plantes ou arbustes », justifiant là d'un effet bonbonnière renchérissant la valeur locative de 15 % ; Lire également sur le sujet « Bail commercial et évaluation », par Françoise Maigné- Gaborit, Annales des loyers, n°10, octobre 2003.



La **destination (4)** portée au bail revêt une réelle importance et l'« **effet bonbonnière** » a pu être rejeté au motif que « **la petite surface des locaux doit être considérée comme un handicap plutôt qu'un avantage** »¹² et ce, à l'examen d'une destination portée au bail peu encline à majorer la valeur métrique.

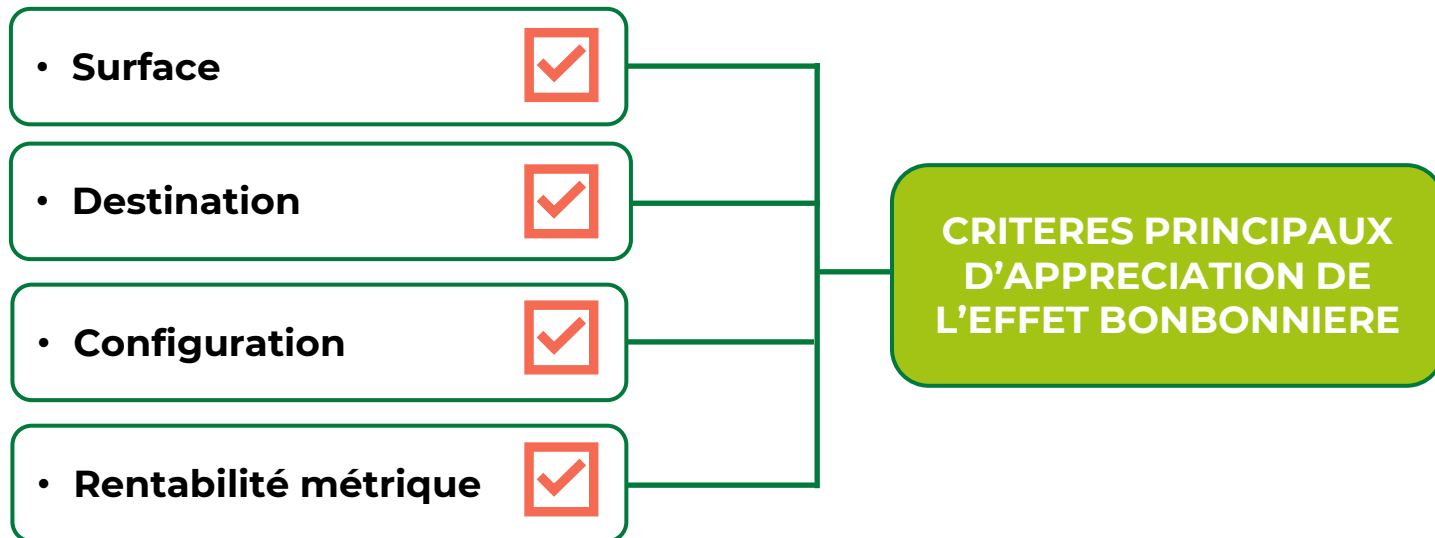
A l'opposé, une affaire¹³ retient une majoration de la valeur locative de 20 % pour une surface de 11,35m² p., à destination d'horlogerie et bijouterie qui tirait « **le meilleur profit de l'exigüité des lieux** ».

Tout est affaire d'espèce !

¹². Cour d'appel de Versailles, 1er mars 2016, n° 14/01787.

¹³. Cour d'appel de Paris, 2 juillet 2014, n° 12/14974, confirmant TGI de Paris, 22 juin 2012, n° 10/10541.

1. Effet bonbonnière (art. R. 145-3, Code com.)



Effet terrasse

Le droit de terrasse¹⁴ (« **effet terrasse** »¹⁵) est un point d'appréciation majeur de la valeur locative de renouvellement¹⁶ (**v. AJDI juin 2022 | Etude corédigée avec M. Hercberg**).

La terrasse est la matérialisation de l'occupation commerciale privative du domaine public, contre la façade du local (ou déportée) et sur laquelle sont disposés des tables, chaises et éventuellement des équipements de commerce et des accessoires¹⁷.



¹⁴. CA Toulouse, 6 février 2024, n° 19/05355 ; TJ Paris, 15 décembre 2023, n° 21/11526 ; CA Paris, 30 novembre 2022, n° 20/02478 ; CA Paris, 2 février 2022, n° 20/01017 ; TGI Paris, 8 mars 2012, n° 09/14746 ; TGI Paris, 22 mars 2012, n° 09/14673 ; TGI Paris, 15 mars 2007, n° 04/09148 ; TGI Paris, 8 avril 2010, n° 08/03610.

¹⁵ Philippe Favre-Régouillon et Mathieu Hercberg, « Droit de terrasse (effet terrasse) et majoration de la valeur locative – Réflexion sur l'arrêt Civ. 3ème, 13 octobre 2021, n° 20-12.901 », AJDI Dalloz, p.411 et suiv., juin 2022 ; Serge Fruchter, Alain Betaille, Michel Cornaton, « Douzième édition de l'observatoire des loyers judiciaires, Paris 2009-2023 », AJDI, décembre 2023, p.903 et suiv.

¹⁶. Bastien Brignon, « L'examen du bail commercial, clause par clause : la clause de durée », Les annales des loyers, novembre 2023.

¹⁷. Notamment, « Réglementation des occupations commerciales du domaine public », ville de Lyon.

Pour exemple, la ville de Paris¹⁸ en distingue trois catégories¹⁹ : **la terrasse fermée, la terrasse ouverte et la contre-terrasse**²⁰ (séparée de la façade du commerce par un trottoir ou tout ou partie d'une voie de circulation piétonne ou automobile).

Le **droit de terrasse** n'est pas celui d'**étalage**²¹ qui ne permet pas de créer des places assises pour la clientèle et ne justifie, sauf exception, aucune majoration²².



¹⁸. Bulletin officiel de la ville de Paris, 18 juin 2021, p.2884 et suiv.

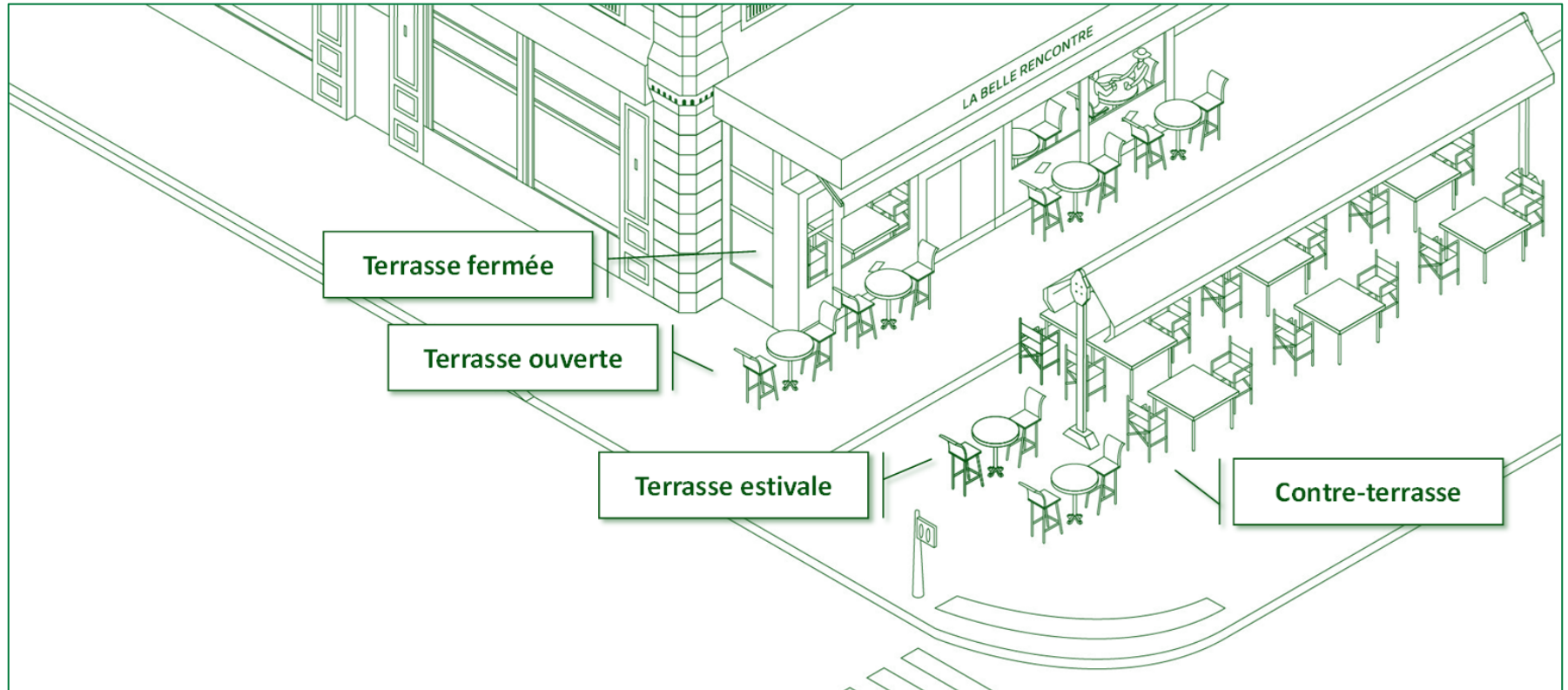
¹⁹. Ibid, Philippe Favre-Régouillon et Mathieu Hercberg, « Droit de terrasse (effet terrasse) et majoration de la valeur locative – Réflexion sur l'arrêt Civ. 3ème , 13 octobre 2021, n° 20-12.901 », AJDI Dalloz, p.411 et suiv., juin 2022.

²⁰. TGI Paris, 19 janvier 2012, n° 11/15702.

²¹. Not. pour étalage des fruits et légumes, produits manufacturés, etc.

²². CA Paris, 20 décembre 2007, n° 07/02459.

2. Les différentes terrasses



En matière d'évaluation de l'apport éventuel d'une terrasse au fonds de commerce et, par voie de conséquence, à la charge locative dont il s'acquitte, il est nécessaire d'en mesurer prioritairement l'amplitude d'exploitation²³ : **terrasses saisonnières, terrasses annuelles** ou encore **terrasses sur stationnement**.

Les possibilités d'occupation du domaine public sont délivrées à titre personnel²⁴ et ne peuvent être ni cédées, ni louées : précaires et accordées pour une durée déterminée, elles peuvent être retirées à tout moment pour motif d'intérêt général et sont soumises à redevance²⁵.



²³. Exemple de la ville de Lyon, 2021.

²⁴. Cerfa n° 14023*01.

²⁵. Notamment l'article L. 2125-1 du Code générale de la propriété des personnes publiques qui énonce que toute occupation ou utilisation du domaine public d'une personne publique mentionnée à l'article L. 1 donne lieu au paiement d'une redevance..

Rappel : la terrasse, et le droit y accordé, n'est pas un élément constitutif du fonds de commerce quand bien même, force est de le constater, le prix de cession tient nécessairement compte de la partie de résultat liée à l'exploitation économique sur le domaine public²⁶.

C'est au visa de l'article R. 145-3, qui vise pourtant « **les caractéristiques propres du local** », que s'apprécie souvent cette surface hors de l'assiette du bail²⁷. L'article **R. 145-6** du même code qui vise lui les **facteurs locaux de commercialité**, a également pu permettre l'appréciation de l'attrait particulier de l'emplacement et la commercialité additionnelle qu'octroie la terrasse.

²⁶. RTD Com. 2014, p.305, « Le droit de terrasse n'est pas un élément constitutif du fonds de commerce », par Bertrand Saintourens ; Réponse ministérielle à question écrite n° 36869 (M. de Rugy) (JOAN Q 4 janvier 2014, p.79) ; Bastien Brignon, échange avec l'auteur lors des universités d'automne de la CNEJI, septembre 2023.

²⁷. CA Aix-en-Provence, 8 janvier 2015, n° 13/10696.

Pour autant, si la pratique de la majoration pour « **effet terrasse** » est observée quasi systématique à Paris intra-muros²⁸, elle est à contrario quasi systématiquement rejetée en Province²⁹.

Le droit de terrasse³⁰ peut ne pas constituer un élément de majoration puisqu'il s'agit d'un emplacement sur le domaine public, extérieur aux lieux loués et pour lequel est réglée une redevance annuelle qui constitue - en elle-même - une charge d'exploitation additionnelle, assimilable à un complément de loyer³¹.



²⁸. TJ Paris, 15 décembre 2023, n° 21/11526.

²⁹. TJ Nîmes, 6 juillet 2023, n° 21/00007.

³⁰. CA Paris, 16 juin 2010, n° 09/01838 ; CA Saint-Denis de la Réunion, 16 mars 2018, n° 16/00958.

³¹. CA Toulouse, 6 février 2024, n° 19/05355 ; TGI Paris, 7 décembre 2015, n° 11/17728 ; CA Paris, 11 avril 2018, n° 16/14917.



L'appréciation de la majoration n'est donc pas uniforme sur l'ensemble du territoire national qui revêt des commercialités très différentes, qu'il s'agisse des plus beaux emplacements touristiques, de surcroît en métropoles versus des situations isolées, en secteurs paupérisés.

Le prix de la redevance³² est à mettre en parallèle avec celui du bail : l'importance d'une terrasse à Paris³³ et la potentialité du chiffre d'affaires associé est sans commune mesure avec d'autres situations moins attractives.

³². CA Rennes, 22 octobre 2014, n° 13/03823.

³³. Serge Fruchter, Alain Betaille, Michel Cornaton, « Douzième édition de l'observatoire des loyers judiciaires, Paris 2009-2023 », AJDI, décembre 2023, p.903 et suiv.

Critères d'appréciation mathématiques et pécuniaires

Le **nombre de places sur le domaine public** rapporté au nombre de places totales exploitées est un premier élément d'appréciation de l'effet terrasse.

Formulation : appréciation de l'effet terrasse en fonction du nombre de places

$$\text{Crit. 1} = \frac{\text{Nbre places sur domaine public}}{\text{Nbre total de places}}$$

Le **montant de la redevance** est un second élément à considérer : il peut être relativement assez élevé par rapport à la valeur locative, ce qui milite alors pour une majoration limitée de l'effet terrasse, voire son exclusion pure et simple.

Formulation : appréciation de l'effet terrasse en fonction du montant de la redevance

$$\text{Crit. 2} = \frac{\text{Montant de la redevance}}{\text{Valeur locative}}$$

Aussi, il s'agit d'apprécier la **surface de terrasse** rapportée à la surface totale exploitée car il est des exploitations qui dépendent étroitement de l'utilisation conjointe des terrasses.

**Formulation : appréciation
de l'effet terrasse en
fonction des surfaces**

Crit. 3 = $\frac{\text{Surface domaine public}}{\text{Surface totale exploitée}}$

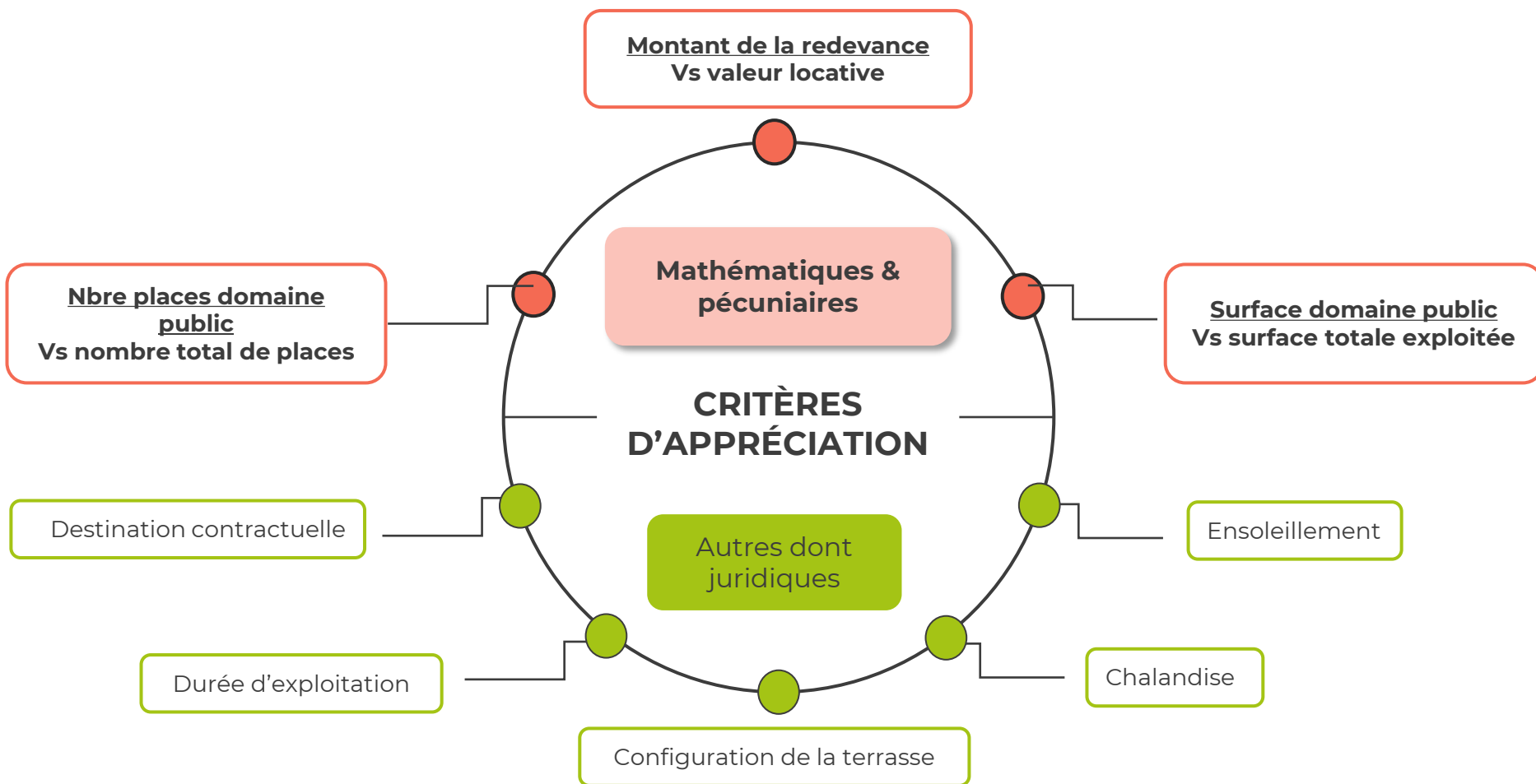


Autres critères

D'autres critères d'appréciation de l'effet terrasse entrent enfin en ligne de compte :

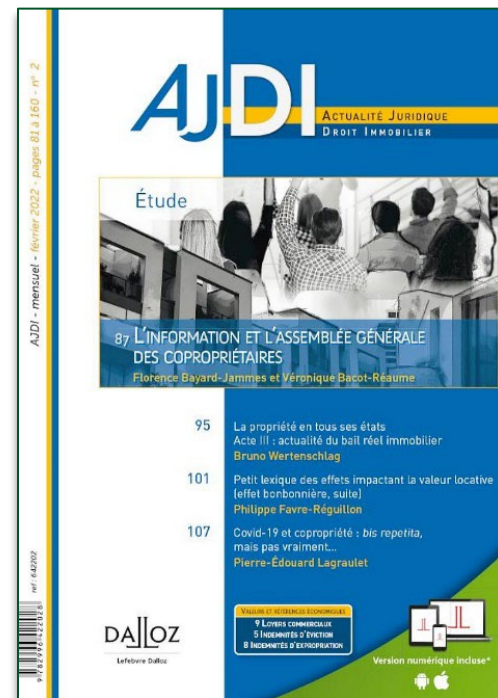
- ✓ La **destination** contractuelle : certains commerces sont plus susceptibles de profiter d'un droit de terrasse que d'autres,
- ✓ La **configuration** de la terrasse : ouverte, fermée, mixte, déportée, etc.,
- ✓ Le **flux de chaland**, la dimension touristique de l'emplacement, etc.,
- ✓ L'**ensoleillement**,
- ✓ La **durée d'exploitation** : annuelle versus saisonnière.

3. Les critères d'appréciation de l'effet terrasse



Autres effets

L'article **R. 145-3, Code com.** liste les points d'appréciation des **caractéristiques** surfaciques : la situation dans l'immeuble, la surface, le volume et la commodité du local ainsi que de son accès, l'importance des surfaces affectées à la réception et à l'exploitation en lien avec l'activité exercée et les dimensions et leur adaptation à l'activité (**v. AJDI février 2022**).



Il en résulte que « les prix couramment pratiqués dans le voisinage » (art. R. 145-7, Code com.) le sont par unité de surfaces et pour des locaux équivalents eu égard à l'ensemble des éléments mentionnés ci-avant.

Effet d'enseigne

L'effet d'enseigne³⁴ quantifie, par la concentration environnante d'enseignes attractives et ce, sur une adresse qui l'est tout autant, la commercialité accrue³⁵ du secteur qui bénéficie par contagion et sous réserve d'une destination adaptée, au fonds de l'espèce³⁶.

Il a pu être assimilé à **l'effet vitrine**³⁷ qui caractérise un alignement commercial sur la voie publique³⁸, même limité mais positif.

³⁴. TGI Paris, 16 décembre 2014, n° 13/05545 ; TGI Paris, 12 mai 2016, n° 15/00942 ; TGI Pontoise, 13 avril 2012, n°11/00019 et TGI Pontoise, 8 février 2011, n° 10/00011 ; TGI Paris, 29 mars 2013, n° 11/02018 ; TGI Paris, 28 novembre 2014, n° 13/01556 ; TGI Paris, 31 janvier 2014, n° 12/04734 ; CA Paris, 28 septembre 2010, n° 08/11707 ; CA Paris, 23 septembre 2020, n° 16/08315 ; CA Paris, 7 février 2017, n° 06/00216 ; CA Paris, 24 avril 2013, n° 11/17778 ; TGI Paris, 25 janvier 2013, n° 13/01556 ; CA Paris, n°20 février 2008, n° 06/18466.

³⁵. TGI Paris, 21 octobre 2016, n° 14/16691, justifiant « une majoration de 5 % compte tenu de l'effet d'enseigne dont bénéficient les locaux litigieux ».

³⁶. TGI Pontoise, 13 avril 2012, n° 11/00019 ; TGI Paris, 2 février 2006, n°02/03872 ; VA Paris, 24 avril 2013, n° 11/17778 ; TGI Paris, 15 février 2007, n° 04/12165 ; TGI Pontoise, 21 février 2017, n° 14/00008, évoquant un centre commercial, « visible depuis l'autoroute et directement accessible par une bretelle, (qui) bénéficie d'un excellent effet d'enseigne » ; CA Paris, 7 février 2007, n°06/00216.

³⁷. TGI Paris 31 janvier 2014, n° 12/04734 ; TJ Lyon, 28 mars 2023, n° 20/00053.

³⁸. TGI Paris, 23 novembre 2006, n° 05/01980.

Effet synergie

L'effet synergie existe du fait de la concentration³⁹ de commerces de même destination (restaurants, cafés, pubs⁴⁰) sur une même voie⁴¹, possiblement associés à une autre source d'attractivité (un marché, par exemple) ou à proximité d'axes commercialement attractifs.



Le tout concourt à créer une « zone » commerciale jouissant d'un flux important de chalands⁴².

³⁹. CA Rennes, 31 octobre 2012, n° 11/03745

⁴⁰. TGI Toulouse, 14 décembre 2010, n° 08/01377.

⁴¹. TGI Paris, 18 mai 2017, n° 14/04660.

⁴². CA Rennes, 3 juillet 2013, n° 12/02735 ; CAA Marseille, 29 septembre 2009, 07MA05130 ; CA Aix en Provence, 28 avril 2016, n° 15/02892.

Effet bandeau

L'effet bandeau⁴³ mesure la valeur métrique des surfaces de vente en étage⁴⁴ ou entresol⁴⁵ d'une façade sur rue⁴⁶ qui bénéficie d'un éclairage naturel⁴⁷ par une large vitrine ou plusieurs fenêtres⁴⁸ (formant baie vitrée⁴⁹) et ce, sur une profondeur de 5 mètres⁵⁰.

La charte de l'expertise en évaluation immobilière l'évoque depuis sa 4ème édition (2012).

⁴³. TJ Paris, 24 juin 2024, n° 21/00050 ; TGI Paris, 4 juillet 2013, n° 10/10095 « (...) comprend une zone de vente de 194,50m² avec triple exposition et effet bandeau » ; TGI Paris, 12 août 2005, n° 02/03640 ; TGI Paris, 22 mai 2008, n° 05/09212 ; TGI Paris, 3 mars 2014, n° 11/0405 ; TGI Paris, 6 janvier 2014, n° 10/14572.

⁴⁴. TGI Paris, 20 mars 2018, n° 14/06782.

⁴⁵. TGI Paris, 19 septembre 2014, n° 12/15911 ; TGI Paris, 12 août 2005, n° 02/03640.

⁴⁶. Cour d'appel d'Angers, 30 juin 2020, n° 18/02122.

⁴⁷. CA Paris, 5 décembre 2018, n° 17/06884.

⁴⁸. TGI Paris, 13 décembre 2016, n° 14/15028.

⁴⁹. TGI Paris, 18 décembre 2008, n° 07/08812 : « (...) au premier étage, à un espace de vente d'une surface réelle d'environ 50m² bénéficiant d'un bon éclairage sur la rue par une large baie vitrée, faisant effet bandeau et une fenêtre », confirmation par CA Paris, 6 avril 2011, n° 09/02888.

⁵⁰. CA Caen, 14 mars 2019, n° 17/01547 ; Cour d'appel d'Angers, 30 juin 2020, n° 18/02122 ; CA Paris, 5 décembre 2018, n° 17/06884.

Effet d'angle

L'effet d'angle⁵¹ (ou **situation d'angle⁵²** ou **zone d'angle⁵³**) est également cité par la charte de l'expertise en évaluation immobilière : il vise à surpondérer, grâce à un **coefficient amplificateur⁵⁴** compris entre **1,10⁵⁵ et 1,30⁵⁶** et sur la base d'un **triangle isocèle⁵⁷ de 5 mètres de côté⁵⁸**, une surface de boutique en angle de rue bénéficiant de deux vitrines ou d'un linéaire de façade entièrement vitré.

⁵¹. TGI Paris, 17 mars 2014, n° 10/17072 ; CA Paris, 9 juin 2021, n° 18/08504.

⁵². TGI Marseille, 10 juillet 2017, n° 13/05485 ; TGI Nanterre, 26 novembre 2003, n° 03/05815, allant jusqu'à pondérer à 1,1 l'ensemble de la boutique en situation d'angle avec présence de vitrines sur les deux rues, et ce pour une surface pondérée de 51,38m² p. bien au-delà de ce qu'autorise désormais la charte de l'expertise avec la prise en compte d'un triangle isocèle de 5m x 5m ; TGI Grasse, 22 mai 2018, n° 15/05508.

⁵³. CA Paris, 18 novembre 2015, n° 12/00830 ; TGI Paris, 16 décembre 2016, n° 13/06018 infirmé par CA Paris, 18 septembre 2019, n° 17/09156.

⁵⁴. TGI Marseille, 10 mars 2014, n° 09/06080.

⁵⁵ *Ibid supra*, CA Paris, 30 octobre 2019, n° 18/02339 ; CA Paris, 18 septembre 2019, n° 17/09156 ; TGI Marseille, 10 juillet 2017, n° 13/05485 ; CA Grenoble, 17 décembre 2015, n° 12/04056.

⁵⁶. CA Metz, 18 octobre 2018, n° 16/04127.

⁵⁷. Comme précisé par la charte de l'expertise en sa 5ème édition de 2017, soit un triangle isocèle de 5m x 5m et non pas un triangle rectangle ni même un triangle équilatéral.

⁵⁸. TGI Marseille, 10 juillet 2017, n° 13/05485 ; CA Grenoble, 17 décembre 2015, n° 12/04056 ; TGI Marseille, 10 mars 2014, n° 09/06080.

Effet d'échelle

L'effet d'échelle⁵⁹, nécessairement dégressif⁶⁰ (à priori), minore la charge locative métrique en conséquence de surfaces de l'espèce observées plus grandes que celles couramment relevées dans le voisinage⁶¹.

Il reste toutefois à vérifier que la rareté des surfaces de l'espèce ne soit pas, à contrario, un facteur de renchérissement de la valeur.

⁵⁹. TGI Marseille, 9 mars 2015, n° 11/09939.

⁶⁰. Tribunal administratif de Melun, 13 décembre 2011, n° 0901334.

⁶¹. TGI Marseille, 9 mars 2015, n° 11/04397.

Effet couloir et entonnoir

L'effet couloir⁶² caractérise une surface à destination de restauration⁶³ pénalisée par une configuration empêchant la pleine exploitation.

L'effet entonnoir⁶⁴ procède de l'étroitesse particulière des surfaces, d'où une nécessaire adaptation de la valeur locative grâce à des pondérations adaptées. Il s'apparente à l'effet placard⁶⁵, qui concerne des surfaces de forme irrégulière relativement étroite avec des « coins et des recoins ».



⁶². Également dénommé « effet d'entrée », CA Caen, 22 juillet 2021, n° 19/01798 ; CA Colmar, 14 septembre 2011, n° 09/03714.

⁶³. CA Lyon, 23 mars 2017, n° 15/00719 ; Ibid supra, CA Caen, 22 juillet 2021, n°19/01798 : « il résulte des plans des lieux et des photographies résultant des deux rapports d'expertise que la salle de restauration très en longueur présente un 'effet de couloir' et également un 'effet d'entrée' important. Ces deux défauts empêchent une exploitation optimale de l'espace (...) ».

⁶⁴. CA Paris, 21 novembre 2012, n° 10/23154.

⁶⁵. TGI Toulouse, 13 juillet 2011, n° 08/03642.

Effet volume

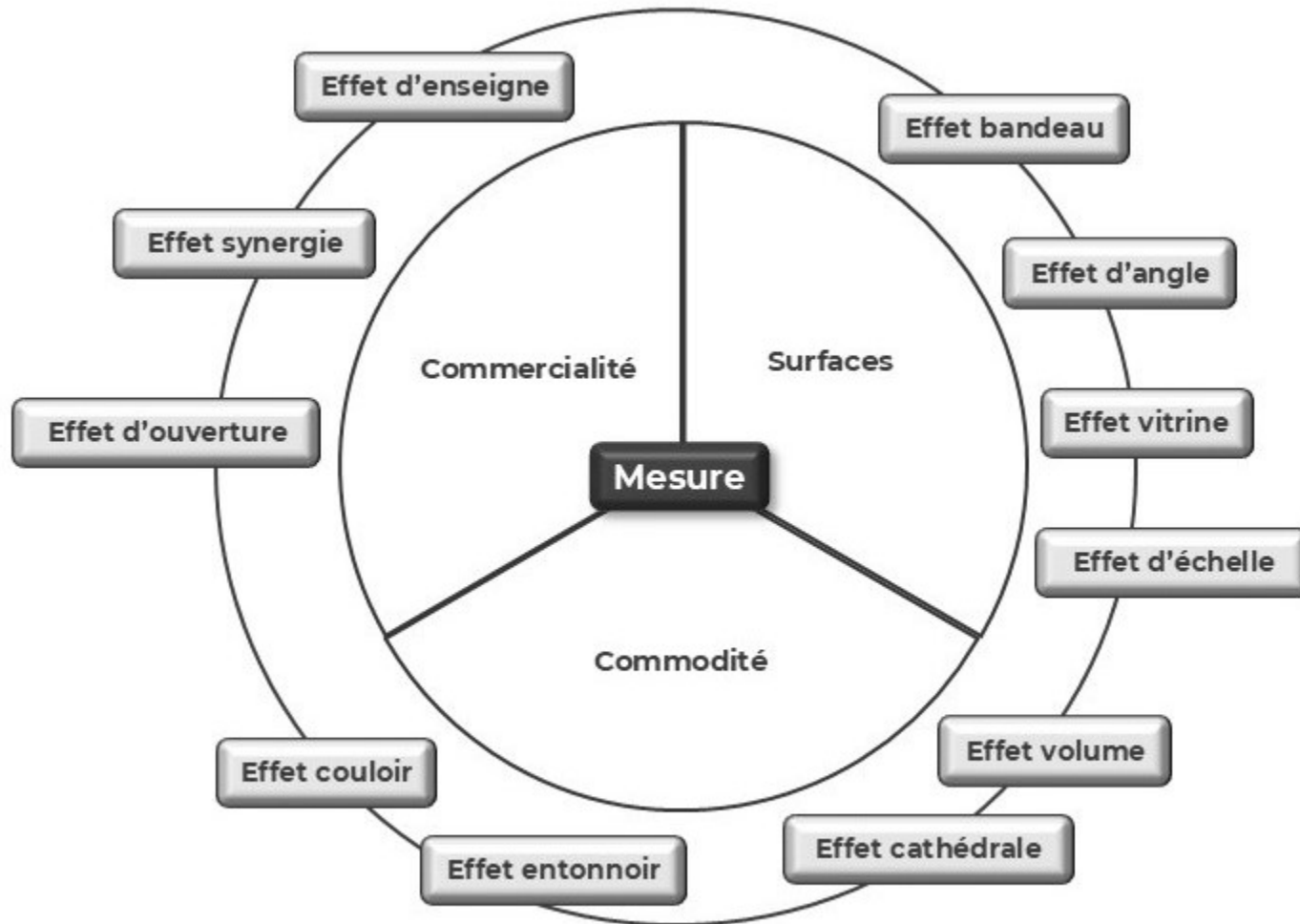
L'effet volume est pluriel et caractérise différentes organisations des surfaces.

Tantôt, à l'instar de ***l'effet d'échelle*** évoqué ***supra***, lorsqu'il est question de grandes zones de vente⁶⁶, tantôt lorsque lesdites surfaces ont été remaniées, par exemple avec la suppression d'un cloisonnement générant grâce à l'augmentation de la profondeur et de l'éclairage, une perception commercialement plus favorable.



⁶⁶. TGI Paris, 19 janvier 2006, n° 02/04853

4. Quelques effets impactant la valeur locative statutaire (L. 145-33, Code com.)



Pour en savoir +

- ✓ Traité d'évaluation des fonds de commerce (Le Moniteur 2021, 800p.)
- ✓ Guide d'évaluation des baux commerciaux et de la propriété commerciale (Le Moniteur 2024, 400p.)

