Comment nous avons estimé votre local, et comment le vérifier vous-même

Annexe méthode n° 2 · La comparaison en immobilier d'entreprise · Bureaux, locaux d'activité, commerces

L'estimation que vous venez de recevoir est **indicative**. Elle est calculée à partir des ventes réellement enregistrées autour de votre bien, et non à partir d'annonces ou de déclarations. Ce n'est pas une expertise immobilière.

Nous vous donnons ici la méthode exacte qui la produit, pour que vous puissiez la refaire, la vérifier, et nous contredire. En immobilier d'entreprise, cette transparence compte double : les références publiques y sont plus rares et bien moins lisibles qu'en résidentiel, et une estimation qui ne dit pas comment elle a été construite n'a aucune valeur de discussion.

Cette annexe couvre un cas précis : la vente d'un local vide à un utilisateur, c'est-à-dire à quelqu'un qui va l'occuper pour son activité.

Si votre bien est loué et que vous le vendez à un investisseur, ce n'est pas la bonne méthode. Un actif loué ne s'estime pas sur ses mètres carrés mais sur son loyer, la solidité de son locataire et la durée ferme restante de son bail. Consultez l'annexe n° 3, consacrée à la vente à investisseur.

LA MÉTHODE

Pourquoi la comparaison, et ce qui change par rapport au résidentiel

Le prix de votre local, c'est celui des locaux du même type qui se sont vendus autour de lui, corrigé de ce qui les sépare du vôtre.

C'est la même méthode qu'en résidentiel, et pour la même raison : votre local est vide, il n'y a pas de loyer à capitaliser. L'acheteur achète des mètres carrés utilisables pour son activité, pas un rendement.

Mais une différence commande tout le reste. En résidentiel, deux maisons voisines de taille comparable appartiennent presque toujours au même marché. **En immobilier d'entreprise, deux locaux voisins de même surface peuvent appartenir à deux marchés qui n'ont rien en commun** : un atelier et une boutique, un plateau de bureaux et une cellule de retail park. Les acheteurs ne sont pas les mêmes, les usages ne sont pas les mêmes, les prix au m² non plus.

D'où une étape que le résidentiel n'a pas, et par laquelle tout commence.

ÉTAPE 0

Identifier votre classe d'actif

> C'est l'étape la plus importante des cinq, et celle qu'aucun outil ne fera à votre place. Tant que vous ne savez pas dans quelle classe se range votre local, **vous ne savez pas ce que vous avez le droit de comparer**. Un local d'activité se compare à un local d'activité, un bureau à un bureau, un commerce de rue passante à un commerce de rue passante.

Classe d'actif	À quoi ça ressemble	Ce qui la définit
Bureau	Immeuble ou plateau tertiaire, façade vitrée, entrée commune, pas de vitrine sur rue	Plateaux aménagés, faux plafonds, sanitaires collectifs, stationnement dédié. Usage tertiaire exclusif.
Local d'activité	Bâtiment mixte, atelier plus une part de bureaux, bardage métallique, porte sectionnelle	Hauteur libre généralement de 5 à 8 mètres, accès de plain-pied ou quai, part de bureaux souvent de 10 à 30 %.
Entrepôt	Volume unique, grande hauteur, quais de chargement alignés	Stockage dominant, hauteur libre supérieure à 8 mètres, cour de manœuvre pour poids lourds.
Commerce en pied d'immeuble	Rez-de-chaussée d'un immeuble, vitrine sur rue, flux de piétons devant	Linéaire de vitrine, emplacement commercial, dépendance au passage. L'adresse fait le prix.
Commerce de périphérie, retail park	Bâtiment posé sur un parking, en zone commerciale, enseigne visible depuis la route	Visibilité routière, stationnement, présence d'enseignes voisines. Aucun rapport avec le centre-ville.

Les six questions qui tranchent

- Y a-t-il une **vitrine sur rue** et des piétons qui passent devant ? Vous êtes en commerce de centre-ville.
- Le bâtiment est-il **posé sur un parking**, en zone commerciale de périphérie ? Vous êtes en retail park.
- Y a-t-il une **hauteur libre de plus de 5 mètres**, une porte sectionnelle ou un quai ? Vous êtes en activité ou en entrepôt.
- Est-ce un **plateau tertiaire**, avec faux plafond, éclairage encastré et sanitaires collectifs ? Vous êtes en bureau.
- Le local est-il **dans un parc d'activité**, aligné avec des cellules identiques et un bardage commun, ou **indépendant sur sa parcelle** ? La réponse change radicalement le nombre de références disponibles.
- Quelle est la **part de terrain** autour du bâtiment ? En activité, c'est un critère de prix à part entière, pas un détail.

Trouver les ventes, et connaître les limites de la base

Comme en résidentiel, toutes les ventes enregistrées chez le notaire sont publiques et gratuites : *app.dvf.etalab.gouv.fr*, *explore.data.gouv.fr/immobilier*, ou la carte de corpus.immo. Vous y cherchez le type de bien « local industriel ou commercial et assimilé ».

> **Trois limites, propres à l'immobilier d'entreprise, à connaître avant de commencer.**
>
> **1. Un seul code pour tout.** La base ne distingue ni le bureau, ni l'atelier, ni la boutique, ni l'entrepôt : elle les range tous dans la même catégorie. Elle ne vous dira jamais ce qu'était le bien vendu. C'est à vous de le déterminer, et c'est tout l'objet de l'étape 0 et de l'étape 2.
>
> **2. La surface est mal renseignée.** Sur ces locaux, elle n'est pas systématiquement enregistrée, contrairement aux logements. Et quand elle l'est, c'est la surface réelle bâtie, qui n'est ni une surface utile, ni une surface pondérée pour un commerce. Un prix au m² tiré directement de la base peut donc être faux à la source, et pas seulement mal comparé.
>
> **3. Une partie des ventes n'y figure pas.** Quand l'immeuble appartient à une société et que ce sont les parts de cette société qui changent de main, il n'y a pas de vente d'immeuble, donc pas de ligne dans la base. Ces opérations, longtemps invisibles, y entrent progressivement, mais l'historique reste incomplet. **En immobilier d'entreprise, cette base est un point de départ, jamais votre source unique.**

Vos filtres de départ

Critère	Ce que vous retenez	Pourquoi ce n'est pas le réglage du résidentiel
Périmètre	Toute l'agglomération, secteur par secteur, et non le seul quartier.	Le marché tertiaire ou industriel d'une agglomération est un marché unique, sectorisé. Se limiter à 500 mètres ne donnerait aucune référence.
Période	Jusqu'à 36 mois, contre 24 en résidentiel.	Les volumes sont beaucoup plus faibles. Mieux vaut une vente de trois ans dont vous connaissez la nature qu'aucune référence du tout.
Surface	Un rapport du simple au double reste exploitable, avec prudence.	Vous n'aurez pas le choix. Mais sachez que le prix au m² décroît nettement avec la taille, plus encore qu'en résidentiel.
Nombre attendu	Trois à six références, pas trente.	C'est la réalité du marché. C'est pour cela que l'étape 3, les références sectorisées, n'est pas un complément mais une nécessité.

ÉTAPE 2

Street View, pour classer avant de comparer

En résidentiel, Street View sert à vérifier. En immobilier d'entreprise, il sert d'abord à savoir ce que vous regardez.

Sans cette étape, vous ne comparez pas des locaux : vous comparez des lignes de tableau dont vous ignorez la nature. Ouvrez chaque adresse relevée, et cherchez cinq choses.

- **La destination visible.** Vitrine et enseigne commerciale, quai de chargement, bardage industriel, façade vitrée de plateau tertiaire. C'est ce qui vous donne la classe d'actif.
- **Le bâtiment.** Hauteur, nombre de niveaux, portes sectionnelles, type de couverture, époque apparente de construction.
- **La parcelle.** Surface de terrain autour du bâti, cour de manœuvre, parking, possibilité d'extension.
- **La rue et la zone.** Flux de piétons, commerces voisins, parc d'activité, zone commerciale, quartier d'affaires. Le contexte vaut autant que le bâtiment.
- **Le voisinage immédiat.** Une cellule alignée avec d'autres cellules identiques n'a pas le même marché qu'un local isolé sur sa parcelle, même à cent mètres de distance.

> **Un réflexe utile.** Street View conserve un historique des prises de vue. Vous pouvez remonter à l'année de la vente que vous examinez, et voir le bâtiment tel qu'il était à ce moment-là, et non tel qu'il est aujourd'hui après travaux. Sur un local de seconde main, la différence est parfois considérable.

ÉTAPE 3

Chercher des références sectorisées

En immobilier d'entreprise, les ventes publiques ne suffiront pas. Il vous faut un second appui, et il existe : les observatoires du marché local. Ils donnent des prix au m² par classe d'actif et par secteur, ce que la base publique ne donnera jamais. La règle de la charte de l'expertise est d'ailleurs explicite sur ce point : quand les références comparables sont insuffisantes ou trop éloignées, il faut recourir à une méthode de vérification complémentaire.

Cherchez, dans cet ordre :

- **Les observatoires locaux et régionaux de l'immobilier d'entreprise.** Beaucoup de métropoles et de régions en publient un, une à deux fois par an, souvent en accès libre. Certains proposent des cartes de prix par secteur, qui sont exactement l'information qui vous manque.
- **Les études de marché publiées par les professionnels de l'immobilier d'entreprise de votre territoire.** La plupart des acteurs du secteur publient chaque année une note de marché sur leur agglomération, couvrant les bureaux, l'activité et le commerce, avec des prix et des loyers par zone.
- **Les publications des chambres de commerce et des agences de développement économique**, qui suivent les zones d'activité de leur territoire.

Un conseil de lecture : ces publications donnent souvent des loyers plutôt que des prix de vente, parce que le marché locatif est plus profond. Un loyer n'est pas un prix, mais il vous situe : deux secteurs dont les loyers vont du simple au double ont des prix de vente qui suivent la même hiérarchie.

> **Ce que vous y cherchez : un prix pour votre classe d'actif ET votre secteur.** Pas une moyenne d'agglomération, qui ne veut rien dire.
>
> L'exemple le plus parlant est le bureau. Dans une même agglomération, un bureau neuf en périphérie peut se vendre sensiblement moins cher qu'un bureau plus ancien situé dans le quartier d'affaires. En tertiaire, **l'adresse fait le prix autant que le bâtiment**, et la qualité du bâti ne rattrape pas un mauvais emplacement. Le même raisonnement vaut en commerce, où traverser la rue change le prix, et en activité, où la proximité d'un échangeur change la liquidité.

ÉTAPE 4

Calculer, et vous situer

D'abord, savoir de quelle surface vous parlez

C'est le préalable, et c'est là que se perdent la plupart des calculs amateurs. En immobilier d'entreprise, il n'existe pas une surface mais plusieurs, et elles ne donnent pas le même chiffre.

La surface	Ce qu'elle contient	Où elle sert
Surface utile brute	La surface de plancher, moins les éléments structuraux : poteaux, murs porteurs, cloisons non amovibles.	La référence du marché tertiaire et de l'activité. C'est en général sur elle que se raisonnent prix et loyers.
Surface utile nette	La surface utile brute, moins les circulations horizontales, les locaux sociaux et les sanitaires.	Plus restrictive. Demandez toujours quelle définition a été employée avant de comparer deux chiffres.
GLA (surface locative brute)	La surface commercialisable d'une cellule.	Centres commerciaux, galeries marchandes, retail parks et zones de transit.
Surface pondérée	La surface utile brute, décomposée en zones affectées de coefficients selon leur intérêt commercial.	Les commerces. Voir la fiche 3 : sans elle, deux boutiques de même surface ne sont pas comparables.
Surface réelle bâtie	Ce que donne la base publique des ventes.	Aucune des précédentes. C'est une donnée fiscale, souvent absente sur ces locaux. Ne la traitez jamais comme une surface utile.

Divisez ensuite le prix de chaque vente retenue par sa surface, en vous assurant que vous comparez bien la même chose des deux côtés. Un prix au m² faux au dénominateur ne se rattrape par aucune correction ensuite.

Faites ensuite la moyenne de ces prix au m², en donnant plus de poids aux références les plus proches de votre bien par la classe d'actif, le secteur et la configuration. Appliquez cette moyenne à votre surface. Puis confrontez le résultat aux prix des observatoires : si vos deux sources se contredisent nettement, c'est votre sélection de références qu'il faut revoir.

> **Votre fourchette sera plus large qu'en résidentiel, et c'est normal.** Le marché est moins liquide, les références sont plus rares et plus hétérogènes, et chaque local a des caractéristiques techniques que le voisin n'a pas. Une amplitude de 20 à 30 % n'a rien d'anormal en immobilier d'entreprise.
>
> Un professionnel qui vous annonce une fourchette de 5 % sur trois références vous vend une précision qui n'existe pas. La largeur de la fourchette n'est pas un défaut du travail, c'est une propriété du marché.

CONTRÔLES

Les six sonnettes d'alarme

Ce que vous constatez	Ce que ça veut dire	Ce que vous faites
Vous avez moins de trois références de la même classe d'actif.	Le calcul par comparaison ne tient pas encore. C'est le cas le plus fréquent en immobilier d'entreprise.	Appuyez-vous d'abord sur les prix des observatoires, et servez-vous des ventes trouvées pour confirmer ou infirmer, pas pour calculer.
Vos prix au m² varient du simple au double d'une référence à l'autre.	Vous mélangez deux classes d'actif, ou deux secteurs, sans le savoir.	Reprenez chaque adresse sur Street View. Une des références n'est presque jamais ce que vous croyiez.
Votre prix au m² dépasse celui du neuf dans le même secteur.	Un local de seconde main ne se vend pratiquement jamais au-dessus du neuf équivalent, sauf emplacement exceptionnel.	Comparez au prix de sortie des programmes neufs de votre zone. S'il est en dessous, votre estimation est trop haute.
Votre prix total dépasse le coût de construction d'un bâtiment neuf, terrain compris.	Un utilisateur qui peut faire construire pour moins cher ne rachètera pas votre bâtiment. Le neuf plafonne l'ancien.	Chiffrez grossièrement un équivalent neuf, terrain plus construction. Ce chiffre est votre plafond de raisonnement.
Vos références n'ont pas le même rapport entre la surface de terrain et la surface bâtie.	En activité, le terrain est une part réelle de la valeur : stockage extérieur, manœuvre, extension possible.	Rapportez les prix à l'ensemble terrain plus bâti, ou ne retenez que des références au ratio comparable.
Une référence est nettement plus chère que les autres.	Neuf fois sur dix, c'est un commerce qui s'est glissé dans un panel d'activité, ou un bureau dans un panel de commerce.	Vérifiez sa nature avant de la retirer. Si elle est bien de votre classe, cherchez ce qui la distingue : angle, visibilité, état, terrain.

PIÈGES

Les erreurs qui faussent tout

L'erreur	Ce qu'elle coûte
Comparer avant d'avoir classé	C'est l'erreur mère, celle dont découlent toutes les autres. Une moyenne calculée sur un mélange de bureaux, d'ateliers et de boutiques ne veut strictement rien dire, même si elle a l'air d'un chiffre.
Prendre la surface de la base publique pour une surface utile	C'est une surface réelle bâtie, souvent absente et parfois erronée sur ces locaux. Un prix au m² faux au dénominateur ne se rattrape par aucune correction.
Comparer un commerce en mètres carrés bruts	Une boutique en boyau et une boutique carrée de même surface n'ont ni la même valeur ni la même surface pondérée. Voir la fiche Commerces.
Confondre les murs, le fonds de commerce et le droit au bail	Trois choses distinctes, qui ne s'estiment pas de la même façon et n'appartiennent pas toujours à la même personne. Voir la fiche Commerces.
Prendre une moyenne d'agglomération pour une référence de secteur	En tertiaire comme en commerce, l'écart entre deux secteurs de la même ville dépasse souvent l'écart entre deux villes.
Oublier le terrain	Sur un local indépendant, le terrain n'est pas un accessoire du bâtiment : c'est une part de la valeur, parfois la moitié.
Ignorer l'état réglementaire	Un local qui ne peut plus être exploité en l'état, pour une raison d'amiante, d'accessibilité ou de conformité, ne vaut pas le prix du marché de sa classe. Il vaut ce prix moins le coût de sa remise en conformité.

LIMITES

Ce que cette méthode ne voit pas

- **L'état technique intérieur.** Chauffage, électricité et puissance disponible, isolation, état du dallage et charge admissible au sol. Décisif en activité, invisible depuis la rue.
- **Les contraintes réglementaires.** Installation classée, présence d'amiante, accessibilité des établissements recevant du public, conformité incendie. Elles se chiffrent en travaux, donc en décote.
- **Le plan local d'urbanisme et la destination autorisée.** Un local ne peut pas toujours changer d'usage, et sa valeur dépend de ce qu'on a le droit d'y faire.
- **La pollution des sols**, décisive sur les anciens sites industriels, et qui peut à elle seule annuler la valeur d'un terrain.
- **La liquidité.** Deux locaux de même valeur théorique peuvent mettre trois mois ou trois ans à trouver preneur. Le prix ne dit rien du délai.

- **La divisibilité.** Un bâtiment divisible s'adresse à plusieurs acheteurs, un bâtiment monobloc à un seul type d'utilisateur.

POUR SITUER

Les autres méthodes, et quand elles prennent le relais

La comparaison est la méthode de référence pour établir une valeur de marché, parce qu'elle est la seule à établir un lien direct avec les transactions réelles. Ce n'est pas la seule, et il est utile de savoir laquelle s'appliquerait à votre place si la vôtre ne fonctionnait pas.

La méthode	Ce qu'elle fait	Quand elle s'applique
Comparaison	Part des ventes réelles de biens similaires et corrige les différences.	La méthode de référence, celle de cette annexe. Sa pertinence diminue à mesure que les biens comparés s'écartent du vôtre.
Par le revenu (capitalisation, flux actualisés)	Part du loyer et le convertit en valeur, selon un taux de rendement de marché.	Dès qu'il y a un bail en place et un acheteur investisseur. C'est l'objet de l'annexe n° 3.
Coût de remplacement net	Reconstitue le coût de construction d'un équivalent moderne d'utilité égale, terrain compris, et en déduit les dépréciations.	Réservée aux biens très spécialisés, sans marché comparable : usines, équipements uniques. **Elle est déconseillée dès lors qu'on dispose de données de marché.**
Ratios professionnels	Part des performances de l'exploitation, chiffre d'affaires ou marge brute, et applique des ratios propres au secteur.	Les biens monovalents, dont la valeur est indissociable de l'activité : hôtels, cliniques, cinémas, équipements de loisirs, restaurants à concept, tout local difficilement reconvertible.
Sol et construction	Sépare la valeur du terrain nu de celle des constructions.	Usage limité : démolition-reconstruction, bail à construction, partages successoraux. Un bien vaut rarement la somme de ses parties.

> **Une méthode à ne surtout pas employer : la réindexation.** Reprendre le prix auquel vous avez acheté et lui appliquer l'évolution d'un indice de marché est la tentation la plus naturelle, et la profession la déconseille fortement, voire la proscrit pour établir une valeur de marché.
>
> La raison est simple : un indice ne sait rien de votre bien. Il ignore les travaux que vous avez faits ou qu'il faudrait faire, l'évolution de votre quartier, un changement de desserte, l'arrivée ou le départ d'activités voisines, et le fait que les segments de marché n'évoluent pas au même rythme. Les indices publiés sont d'excellents outils d'analyse générale du marché, et de mauvais outils d'évaluation d'un bien particulier.

Trois points de méthode qui valent d'être connus

- **Ce qu'on apprécie sur chaque référence :** sa localisation relative, l'antériorité de la transaction et ce que le marché a fait depuis, et l'état d'obsolescence du bien, qui est physique (l'usure), technique (les normes et les équipements) et économique (la demande pour ce type de bien).
- **Les prix d'annonce ne sont pas interdits**, contrairement à ce qu'on lit souvent. Ils reflètent une attente de vendeur, pas une transaction, et sont exploitables à condition d'estimer l'écart avec le prix de vente probable et de justifier la décote appliquée. Ils ne remplacent jamais un prix de transaction.
- **Quand les références manquent ou sont trop éloignées**, la règle professionnelle n'est pas de forcer le calcul : c'est de le vérifier par une seconde méthode. C'est exactement ce que font les contrôles de cohérence proposés plus haut.

> **Pourquoi cette annexe ne vous donne pas de grille de coefficients.** En résidentiel, il existe des études publiques qui chiffrent l'effet d'un étage, d'un extérieur ou d'une étiquette énergétique. En immobilier d'entreprise, ces barèmes n'existent pas, et ceux qui circulent ne reposent sur aucune mesure publiée. Nous préférons vous dire ce qui fait le prix, classe d'actif par classe d'actif, plutôt que d'inventer des pourcentages.

FICHE 1

Bureaux

Ce qui fait le prix, dans l'ordre

- **Le secteur, avant tout le reste.** Quartier d'affaires, centre-ville, première couronne, zone tertiaire de périphérie, parc tertiaire isolé. L'écart entre ces situations, dans une même agglomération, dépasse largement ce que la qualité du bâtiment peut compenser. Un bureau neuf mal placé se vend moins cher qu'un bureau correct bien placé.
- **La génération de l'immeuble.** Avant 1990, entre 1990 et 2010, après 2010, puis les constructions récentes soumises à la réglementation environnementale 2020. Cela se voit de la rue : façade, menuiseries, climatisation en toiture, hauteur sous plafond.
- **Le stationnement.** En tertiaire, le nombre de places par tranche de surface est un critère de prix, pas un agrément. Hors hypercentre bien desservi, un immeuble sans stationnement se vend mal.
- **La divisibilité et la configuration.** Un plateau divisible s'adresse à plusieurs acheteurs possibles. Un plateau traversant, avec de la lumière naturelle des deux côtés, vaut mieux qu'un plateau borgne de même surface.
- **L'accessibilité.** Transports en commun structurants, proximité d'un échangeur, temps d'accès depuis les zones résidentielles où habitent les salariés.
- **La performance énergétique.** Les bâtiments à usage tertiaire de plus de 1 000 m² sont soumis à une obligation de réduction de leurs consommations, de 40 % à l'horizon 2030, 50 % en 2040 et 60 % en 2050 par rapport à une année de référence. Un immeuble sans trajectoire crédible de mise en conformité se décote, et l'écart se creuse à mesure que l'échéance approche.

Ce que vous comparez, et ce que vous ne comparez pas

Ne retenez que des bureaux du même secteur et de la même génération. À défaut de ventes suffisantes, la sectorisation des études de marché est votre meilleure référence : elles publient des prix par quartier tertiaire, ce qui est exactement l'information qui vous manque.

> **Le piège propre aux bureaux.** Un plateau de bureaux en copropriété, dans un immeuble mixte partagé avec des logements ou des commerces, ne se compare pas à un immeuble de bureaux indépendant. Les charges, la gouvernance, la clientèle d'acheteurs et les possibilités d'évolution n'ont rien à voir. Vérifiez systématiquement, sur Street View, si la référence que vous retenez est un immeuble tertiaire entier ou un plateau dans un immeuble d'habitation.

FICHE 2

Locaux d'activité et entrepôts

La distinction qui commande tout

Avant de chercher des références, situez votre local dans l'une des deux familles. Elles n'ont pas le même marché, ni le même nombre de références disponibles.

La famille	Ce que ça implique pour votre estimation
La cellule en parc d'activité Alignée avec d'autres, même trame, même bardage, parking et voirie mutualisés	C'est le cas le plus simple. Elle se compare aux autres cellules des parcs d'activité de la commune et de l'agglomération, et le marché est lisible. Nuance à garder en tête : certains parcs sont nettement plus liquides que d'autres, selon la visibilité, l'accès et la proximité d'un échangeur. Deux cellules identiques dans deux parcs différents ne se vendent pas au même prix ni dans le même délai.
Le local indépendant sur sa parcelle Bâtiment isolé, terrain propre, accès dédié	Là, presque tout change. Un local récent avec beaucoup de terrain et un local de seconde main sans terrain ne s'adressent pas aux mêmes acheteurs et n'appartiennent pas au même marché. Les références deviennent rares, et vous devrez souvent vous appuyer davantage sur les observatoires et sur le raisonnement par le coût du neuf que sur des ventes comparables.

Ce qui fait le prix

- **La hauteur libre sous poutre.** En dessous de 5 mètres, les usages possibles se réduisent nettement. Au-delà de 8 mètres, on bascule vers le stockage et une autre clientèle.
- **Les accès.** Porte sectionnelle de plain-pied, quai de chargement, et surtout la cour de manœuvre. Un local dont la cour ne permet pas la giration d'un semi-remorque perd une partie de ses acheteurs, quelle que soit sa qualité par ailleurs.
- **Le rapport entre le terrain et le bâti.** C'est le critère le plus sous-estimé. Du terrain, c'est du stockage extérieur, du stationnement poids lourds, et une extension possible. Deux bâtiments identiques, l'un sur 2 000 m² de terrain et l'autre sur 8 000 m², ne valent pas la même chose.
- **La part de bureaux dans le local.** Souvent 10 à 30 % de la surface. Elle se valorise à un prix au m² supérieur à celui de l'atelier, et son état pèse dans la décision d'un acheteur.
- **L'état technique.** Dallage et charge admissible au sol, isolation, chauffage de l'atelier, éclairage, puissance électrique disponible, état de la couverture.
- **Le volet réglementaire.** Classement au titre des installations classées, sprinklage, et présence d'amiante, fréquente en couverture sur les bâtiments antérieurs à la fin des années 1990. Un désamiantage de toiture se chiffre, et se déduit.

Le cas des entrepôts

Même logique, avec la hauteur libre, le nombre de quais et la qualité de la desserte routière comme critères dominants.

Ce que la taille change, et ce qu'elle ne change pas.

Elle ne change pas la méthode. Ce qui décide entre la comparaison et la capitalisation, c'est **l'existence d'un bail**, jamais la surface. Un utilisateur achète son outil quelle que soit sa taille : un industriel ou un logisticien achète un bâtiment de plusieurs dizaines de milliers de mètres carrés pour l'occuper, exactement comme un artisan achète son atelier. Votre bâtiment vide s'estime par comparaison, qu'il fasse 400 ou 40 000 m².

Ce que la taille change, ce sont trois choses. **Le nombre d'acheteurs possibles se réduit** à mesure qu'elle monte, ce qui allonge le délai de vente sans forcément peser sur le prix. **Les références comparables se raréfient** dans le même mouvement : élargissez alors le périmètre géographique, et croisez davantage avec les observatoires. Et surtout, **les deux marchés se mettent à coexister** : sur un actif de cette taille, un investisseur peut se porter acquéreur pour le louer, en concurrence avec un utilisateur qui l'occuperait.

C'est une bonne nouvelle plutôt qu'une complication : vous avez alors deux prix possibles à comparer, celui d'un utilisateur et celui d'un investisseur, et vous vendez au mieux-disant. L'annexe n° 3 vous donne la méthode pour calculer le second, à partir du loyer que le bâtiment pourrait produire.

Le contrôle spécifique à l'activité : le coût du neuf. Chiffrez grossièrement ce que coûterait, dans votre zone, l'achat d'un terrain équivalent et la construction d'un bâtiment neuf de même surface. Un local de seconde main se vend en général nettement sous ce montant, parce qu'un utilisateur qui peut construire à neuf pour moins cher ne rachètera pas votre bâtiment. Si votre estimation dépasse ce plafond, cherchez ce qui le justifierait : un emplacement introuvable, une autorisation impossible à réobtenir, une disponibilité immédiate. Si rien ne le justifie, votre estimation est trop haute.

Et ce qu'il faut retrancher de ce coût du neuf. Trois choses, distinctes, qui se cumulent : l'usure physique, mesurée par le rapport entre l'âge du bâtiment et sa durée de vie économique ; l'obsolescence technique, c'est-à-dire l'écart entre ce que fait votre bâtiment et ce qu'on attend aujourd'hui, en normes comme en équipements ; et l'obsolescence économique, qui ne dépend pas de vous du tout, mais de la demande pour ce type de local dans votre secteur. Un bâtiment en parfait état peut être frappé de la troisième.

Attention à la portée de ce raisonnement : ce n'est ici qu'un contrôle de cohérence. Comme méthode d'évaluation à part entière, le coût de remplacement est réservé aux biens spécialisés sans marché comparable, et la profession le déconseille dès lors qu'on dispose de vraies références de marché.

FICHE 3

Commerces

Trois choses à ne jamais confondre, avant de parler de prix.

Les murs sont le local lui-même. C'est ce que vous vendez si vous êtes propriétaire des murs, et c'est la seule chose que cette annexe estime.

Le fonds de commerce est l'activité : la clientèle, l'enseigne, le matériel, le droit au bail. Il appartient à l'exploitant, s'évalue tout autrement, par le chiffre d'affaires et les barèmes propres à chaque activité, et ne se confond jamais avec la valeur des murs.

Le droit au bail est le droit d'occuper les lieux, que le locataire sortant cède au locataire entrant. Il ne relève ni des murs ni exactement du fonds.

Si vous êtes à la fois propriétaire et exploitant, vous vendez potentiellement deux choses distinctes, qui s'estiment séparément et peuvent trouver deux acheteurs différents.

L'emplacement, qui fait presque tout

L'emplacement	Ce qui le caractérise
N° 1	La rue la plus commerçante de la ville, flux de piétons maximal, présence d'enseignes nationales. C'est là que les prix au m² sont les plus élevés, et de loin.
N° 1 bis	À la périphérie immédiate du n° 1, souvent au coin ou dans la rue adjacente. Le flux reste fort mais commence à se disperser.
N° 2	Rue commerçante secondaire, flux irrégulier, commerces de proximité et de service plutôt qu'enseignes.
Hors flux	Rue sans passage. Le local ne vaut plus par son emplacement commercial mais par son seul usage, et sa valeur s'effondre par rapport aux catégories précédentes.

Un commerce de 80 m² peut valoir plusieurs fois plus en emplacement n° 1 qu'en n° 2 dans la même ville. Traverser la rue change le prix. C'est pourquoi une moyenne communale n'a aucun sens en commerce.

La surface pondérée, sans laquelle rien ne se compare

Un commerce ne se compare pas en mètres carrés bruts. Le flux de clients décroît à mesure qu'on s'éloigne de la vitrine, donc chaque tranche de profondeur du local vaut moins que la précédente. On calcule donc une surface pondérée, et c'est à elle, et non à la surface brute, qu'on applique un prix au m².

Ce n'est pas un usage officieux. Le code de commerce impose de tenir compte de la configuration des locaux et de raisonner par unité de surface, et une grille de pondération commune aux experts de justice, aux experts amiables et aux commercialisateurs existe depuis le 1er juillet 2015, amendée en

2019 puis mise à jour en novembre 2025. Les tribunaux la reconnaissent comme la référence usuelle de la profession.

Le principe

On part de la surface utile brute, on la découpe en zones depuis la vitrine, et on affecte chaque zone d'un coefficient selon son intérêt commercial. La zone la plus valorisante, celle de la vitrine, sert d'étalon à 1,00. Les suivantes décroissent : la deuxième zone se situe entre 0,80 et 1,00 selon le linéaire de façade et la configuration du local, et les annexes du premier étage tombent entre 0,15 et 0,25. Une zone d'angle, définie comme un triangle de cinq mètres de côté, est surpondérée, parce qu'elle est vue de deux rues. Les emprises d'escalier ne sont pas comptées.

La grille détaillée n'est pas la même selon le format : boutique de centre-ville jusqu'à 600 m², moyenne surface de 600 à 3 000 m², grand magasin au-delà, centre commercial, retail park. Chacune a la sienne, publiée dans la charte de l'expertise en évaluation immobilière.

Deux règles qui surprennent souvent

- **La partie habitation se valorise toujours à part** quand elle a un accès indépendant, et son prix se minore quand on ne peut y accéder que par la boutique.
- **L'activité exercée ne change pas la pondération.** Une banque ou une agence de voyage installée dans une boutique se pondère en base boutique, pas en base bureau. Ce sont des critères immobiliers, pas commerciaux : l'adéquation du local à l'activité se traite dans le prix au m², pas dans les coefficients.

Ces coefficients sont des préconisations, fixées collégialement sur les cas les plus fréquents. Un expert peut s'en écarter, à condition de justifier son choix.

> **La conséquence, en une phrase.** Une boutique en boyau de 100 m² et une boutique carrée de 100 m² avec une large vitrine n'ont pas la même surface pondérée, donc pas la même valeur. Comparer leurs prix au m² bruts n'a aucun sens.

Les autres critères déterminants

- **Le linéaire de vitrine.** À surface égale, plus la vitrine est large, plus le local vaut.
- **L'extraction.** Décisive. Un local sans extraction perd d'un coup tous les acheteurs restaurateurs, c'est-à-dire une grande partie du marché dans un centre-ville.
- **L'accessibilité et la conformité** aux règles des établissements recevant du public, qui peuvent imposer des travaux avant toute réouverture.
- **Les réserves et le stockage**, et la possibilité de livrer sans bloquer la rue.
- **Les locomotives voisines.** Une enseigne qui attire du flux profite à toute la rue. Son départ le retire.

Centre-ville et périphérie sont deux marchés distincts

Une cellule de retail park ne se compare jamais à une boutique de centre-ville, même à surface et à ville identiques. Elle se compare à d'autres cellules de retail park, et ce qui fait son prix est différent : la visibilité depuis la route, le nombre de places de parking, les enseignes voisines de la zone, la facilité d'accès et de sortie. Les prix au m² et les logiques d'acheteur n'ont rien de commun avec ceux du centre-ville.

La pondération y obéit d'ailleurs à des règles entièrement différentes de celles du centre-ville. On y raisonne en surface locative brute, et non plus en zones depuis la vitrine.

La surface	Sa pondération
Rez-de-chaussée, quelle que soit son affectation	1,00, sans découpage en zones
Surfaces annexes reliées	0,20 à 0,30
Surface de vente au premier étage	0,50
Mezzanine structurelle, en zone de vente	0,40
Mezzanine structurelle, en réserve	0,10 à 0,15
Terrain, aire de vente couverte	0,30
Terrain, aire de vente découverte	0,20
Terrain, réserve découverte	0,10

Retenez surtout la dernière partie du tableau : **en périphérie, le terrain se pondère aussi**. Une aire de vente extérieure, un espace de stockage à ciel ouvert comptent dans la surface valorisée. C'est ce que les propriétaires oublient le plus souvent. Dans un centre commercial ou une galerie marchande, la logique est la même en plus simple : le rez-de-chaussée est pondéré à 1,00 sans zonage, quelle que soit l'affectation.

> **Les classeurs qui font ces calculs, gratuitement.** Nous mettons à disposition les outils que nous utilisons nous-mêmes, avec leurs garde-fous et leurs sources visibles : *Avis de valeur par comparaison* pour la méthode exposée ici, et, si votre bien est loué, *Rent roll, WALT et WALB* et *DCF* pour l'analyse d'un actif d'investissement. À télécharger sur **corpus.immo**, rubrique Outils.

Ce document accompagne une estimation statistique indicative, calculée à partir des transactions publiques DVF (DGFiP). **Il ne s'agit pas d'une expertise en évaluation immobilière** : des investigations complètes auraient pu conduire à des conclusions sensiblement différentes (charte de l'expertise en évaluation immobilière, 6e édition, novembre 2025).

Cette annexe traite de la valeur des murs d'un local vide vendu à un utilisateur. Elle ne traite ni de l'évaluation d'un fonds de commerce, ni d'un droit au bail, ni de la valeur d'un actif loué vendu à un investisseur. Aucun élément de ce document ne constitue un conseil en investissement, un conseil fiscal ou un conseil juridique.

Sources : charte de l'expertise en évaluation immobilière, 6e édition de novembre 2025, pour les méthodes d'évaluation, les définitions de surfaces et les grilles de pondération des surfaces commerciales ; articles R. 145-3, R. 145-4 et R. 145-7 du code de commerce ; base des demandes de valeurs foncières (data.gouv.fr, DGFiP) et documentation du groupe national DVF sur la qualité et l'exhaustivité des données ; documentation Datafoncier du Cerema sur les surfaces bâties ; dispositif Éco Énergie Tertiaire. Les observatoires et études de marché sont cités comme catégories de sources, sans reprise de leurs chiffres.