

De l'impossibilité de nier les chiffres dégagés sur Internet

LE E-COMMERCE DOIT-IL RESTER SOUS LE TAPIS DES BAUX COMMERCIAUX ?

Les ventes dégagées sur la Toile progressent chaque année. Ces dernières complètent de manière non négligeable les chiffres d'affaires réalisés par les commerçants sans que cela ait le moindre impact sur le bail commercial qui lui est attaché aux seules activités réalisées dans le fonds. Une pratique sans doute en passe de changer !

Par Benjamin et François Robine, experts immobiliers (Cabinet François Robine et Associés)

Considérons par principe que le statut des baux commerciaux qui a plus de 60 ans (décret du 30 septembre 1953) a pu s'adapter depuis cette date avec pragmatisme et cohérence. Ce statut consacre la protection des commerçants et du fonds de commerce. Or, un fonds existe s'il est composé d'un local, d'un droit au bail, d'une clientèle, d'une inscription au registre du commerce et s'il justifie l'existence d'actes de commerce. Implicitement, le chiffre d'affaires du fonds de commerce est présumé issu du local ou rattachable au local. C'est à cette adresse que sont reçus les clients, envoyées les factures, reçues les marchandises et c'est de là qu'est payée la Tva.

En matière d'indemnité d'éviction, l'usage judiciaire des experts et des juges est de s'intéresser aux comptes de l'établissement, objet de l'éviction, comme s'il était unique. Ainsi, les magasins de chaîne dépendant économiquement d'un groupe exploitant en propriété ou même par contrats de distribution type : franchise, commission-affiliation ou autres, sont censés être autonomes au regard de l'indemnité d'éviction et de la valeur marchande du fonds.

A ce jour, pour en cerner la consistance exacte, l'expert procède à des retraitements pragmatiques, comptables. Par contre, il n'a pas poussé le retraitement sur l'e-commerce et le chiffre d'affaires issu du e-commerce. Est-il rattachable au fonds ou séparable ? A notre connaissance, aucune décision ne s'est prononcée sur le sort du e-commerce au regard de la valeur locative et de l'indemnité d'éviction.

Voyons comment il est possible de s'inspirer du passé pour appréhender cette inéluctable question.

Si le fonds concerné est un fonds indépendant, les comptes sont tenus, tout à fait opposables aux tiers, telle la liasse fiscale avec comptes de bilan et comptes de résultat, sans nécessité de retraitement. Lorsque l'établissement est détenu et exploité par un groupe, la comptabilité opposable aux tiers est celle du groupe et non celle de chaque succursale, qui est seulement une comptabilité analytique soumise aux seules règles comptables du groupe.

En ce cas, l'évincé (ou son réseau) fournit un compte de résultat mentionnant les chiffres d'affaires ou recettes du local et un compte simplifié de résultat mentionnant les achats, les charges externes (frais généraux), la masse salariale, la dotation aux amortissements propres à l'établissement, etc. Le solde de cet état est appelé «contribution au groupe de la succursale...». Il représente ce qui n'est pas rattaché ou individualisable en comptabilité à tel ou tel fonds (tels la publicité, la logistique, le savoir-faire, le coût de la comptabilité, etc. Cette contribution n'est donc pas égale à un résultat d'exploitation d'un fonds indépendant car, à ce stade, si certaines dépenses n'ont pas été individualisées, cette contribution peut aussi rémunérer d'autres services, tels les intérêts financiers du groupe, les redevances de marque, des savoirs-faire propres, etc. La «contribution au groupe» est au final d'un contenu complexe variable suivant les entreprises dont seule la masse est quantifiée. Le plus souvent, la «contribution» comprend des quote-parts de frais pour les services ren-

due mais indivisibles par nature, et à répartir entre les succursales suivant des clés de répartition diverses mais généralement au chiffre d'affaires dans le domaine de la distribution, mais sur de multicritères dans les réseaux bancaires. La ventilation de ces postes est plus ou moins détaillée selon les réseaux et les secteurs économiques et selon les cultures d'entreprises.

Entre une contribution et un résultat d'exploitation, la différence en euros est fréquemment de 45 % à 75 %, suivant finesse des décompositions comptables des réseaux. Ce ratio global montre d'abord l'importance de la distinction entre un résultat d'exploitation de fonds indépendant, illustré par son compte de résultat et une «contribution» dans une chaîne et ensuite l'intérêt d'examiner les ventilations de frais de siège. Au moment de l'évaluation de l'indemnité d'éviction, l'expert n'a guère de moyen (sauf à réaliser un audit approfondi) de contrôler les chiffres d'affaires, les achats, les masses salariales et la ventilation des frais de marketing et des frais généraux en général. Par contre, sous couvert de frais de siège, les distributeurs ont largement tendance à alourdir le poste afin de minorer d'une part le résultat opérationnel des magasins du réseau pour réduire le résultat taxable de plus, afin de mieux valoriser les services de «marketing, logistique, management fees et autres». Ces services créés en de petites ou très petites entités, filiales ou non, génèrent un chiffre d'affaires calculé par pourcentage sur le chiffre d'affaires de la maison mère et bénéficient alors de grosses recettes et de peu de frais.

Ces sous-entités appartiennent souvent au dirigeant ou à l'équipe dirigeante restreinte. La marge de réseau est alors «pompée» vers des entités de technostucture appartenant à quelques «happy few»...

L'internationalisation des structures de détention par le recours au «treaty shopping», voisin international de nos niches fiscales, ne facilite pas la compréhension et l'expert immobilier évalue alors la valeur du fonds en procédant à des retraitements comptables pour cerner les excès ou insuffisances de ces prélèvements sur la base des informations qu'on lui produit. Il a peu de moyens pour auditer réellement. Son contrôle est un contrôle de cohérence et non une vérification de comptabilité telle que pratiquée par les services des impôts.

En fait et d'usage, est imputé au fonds concerné un retraitement pour une prestation, le plus souvent administrative, effectuée ailleurs que dans le local concerné et situé au siège ou ailleurs. Mais pas dans le fonds à évaluer. L'expert impute donc au fonds des charges localisées géographiquement hors du fonds concerné. L'autonomie proclamée du fonds est judiciairement mise à mal par la complexité nouvelle des activités et circuits administratifs et comptables.

L'expert procède ainsi à un retraitement plutôt par retranchement du poste «contribution» pour réaliser l'estimation du fonds supposé judiciairement autonome que par ajout. La pratique expertale en était là jusqu'à la survenance et à la fulgurance du développement

Suite page 17

Le e-commerce doit-il rester sous le tapis des baux commerciaux ?

suite de la page 16

de l'e-commerce. Là, où il y a un usage de retranchement, peut-il y avoir désormais un ajout ? L'ajout du e-commerce ?

Par un parallélisme de formes, ne peut-on considérer que le e-commerce, effectué par un groupe, une chaîne ou un exploitant indépendant, disposant d'un réseau dont les frais de développement d'e-commerce sont comptabilisés dans les frais de siège, serait pour partie rattachable au réseau des implantations et donc susceptible d'avoir un corollaire cette fois en recettes ? Si on tient compte des frais, il faut tenir compte des recettes.

Dans les frais de siège, on trouve de plus en plus les frais de développement de l'informatique et du marketing du e-commerce. Ces coûts sont comptabilisés et pèsent sur les comptes globaux en charge mais sont aussi des investissements d'avenir. En fait, le e-commerce est effectué dans des bureaux reliés à des entrepôts gigantesques, intelligents, pleins d'informatique, de quais de déchargement, d'aires de circulation pour camions, etc. Ce binôme bureau-entrepôt n'est fréquenté que virtuellement par la clientèle laquelle en ignore la localisation.

Or, la part de l'e-commerce est le plus souvent croissante. Elle ne se substitue pas totalement au chiffre d'affaires réalisé en magasins mais la complète. La distribution est devenue multicanal comme le développent aujourd'hui les grands opérateurs (Altarea, Unibail, SnCF, Fnac, etc.). Si l'on peut dire que tout fonds exploité génère un chiffre d'affaires, à rebours, ne peut-on dire que tout chiffre d'affaires est rattachable à un fonds ?

Mais quel est le fonds pour l'e-commerce ? Est-il rattaché à un bureau, à un entrepôt ? N'est-il pas complémentaire et devenu indispensable aux différents magasins du réseau.

qui se sont transformés en magasins d'essayage, en show-room et ont livré aux clients des conseils dispensés par des salariés du groupe. L'Apple Store en est l'illustration la plus flagrante.

Le magasin en pied d'immeubles ou de centre-ville a alors deux fonctions : une fonction de vente, donc de chiffre d'affaires, et une fonction de show-room avec chiffre d'affaires différé sur un site Internet. Il est en effet plus simple de commander par Internet un vélo examiné en magasin que de le transporter soi-même dans le métro ou dans sa voiture. Idem pour les machines à laver, les meubles de cuisine et tout ce qui est lourd et encombrant. Les produits à configurer tels que les micro-ordinateurs se prêtent plus facilement au commerce en ligne.

Un fonds n'est pas nécessairement limité à la seule marchandise qui y transite physiquement. Il est constitué de la maîtrise par l'exploitant de l'ensemble du processus de vente, des flux physiques, commerciaux ou comptables. Comme le disait M^r Bruno Boccaro : «Le fonds de commerce, c'est la maîtrise dans la même main des moyens pour réaliser chiffre d'affaires et profits». Le e-commerce répond à cette définition. Mais ce fonds est-il nouveau ou une composante non localisée d'un fonds global ?

Voilà trois ou quatre ans que les colloques sur les baux commerciaux parlent de l'e-commerce comme du loup qui va tuer le petit commerce de centre-ville. Pour éviter que le e-commerce ne le tue, on peut suggérer d'ajouter cette fois en recette du fonds physique en magasin, une quote-part du chiffre d'affaires du e-commerce réalisé par la marque.

Par exemple, la Fnac, très active dans le e-commerce, connaît des mésaventures dans ses magasins physiques avec des baisses de

chiffre d'affaires. Or, les livres, les CD, les téléviseurs, ont été le plus souvent lus, écoutés ou examinés en magasin et ont reçu les conseils de vendeurs spécialisés. Même chose pour les articles de sports, les chaussures, les produits techniques. La liste ne cesse de s'allonger. Il y aurait donc une erreur à considérer intouchable la comptabilité quantitative des charges d'un magasin alors que ni la qualité de sa prestation ni la part du e-commerce ne serait rattachée.

A notre sens, en cas de distribution multicanal, le chiffre d'affaires du e-commerce fait partie du ou des fonds pour une quote-part à déterminer cas par cas : prorata chiffre d'affaires, prorata des visites en magasin, prorata des régions, etc. Aucune décision judiciaire n'a été encore rendue sur des indemnités d'éviction avec considération du e-commerce. La voie est donc à tracer.

Pour notre part, nous pensons qu'un fonds de commerce n'existe que s'il a une clientèle propre et que le chiffre d'affaires du e-commerce, non localisable par nature, est à ajouter à la valeur du réseau et à répartir au prorata des magasins. Comment ? En considérant les spécificités du e-commerce, lequel est multiforme.

Deux cas principaux se présentent :

- Une activité propre de e-commerce en tant qu'activité nouvelle et non susceptible d'être qualifiée d'activité fagocitant le commerce traditionnel générant un chiffre d'affaires insusceptible d'être réalisé en magasin. En ce cas, il n'y a pas d'ajout aux fonds liés à une ou des adresses du réseau.

- Par contre, en cas de distribution multicanal, le réseau des points de vente est alors un maillon d'un processus global de vente, plus ou moins organisé avec l'e-commerce. Le réseau des magasins est alors une colonne vertébrale,

onéreuse le plus souvent, mais dont le profit est réalisé le cas échéant sur l'e-commerce. Il y a un transfert de coût et de marge de l'e-commerce à reporter sur les fonds du réseau traditionnel.

Enfin, la SnCF peut émettre des billets de train low cost par Internet exclusivement et, en ce sens, créé un marché low cost, neuf. C'est un chiffre d'affaires dont on peut discuter du caractère rattachable ou non aux réseaux des guichets physiques en gares ou en boutiques. Pour autant, rien ne prouve qu'elle vende davantage de billets de train à prix usuel depuis qu'elle développe son site de e-commerce. Le billet low cost, créé – t'il un nouveau marché ou est-il un créneau du marché général du transport ? Tout peut être dit et justifié mais demande à être approfondi pragmatiquement. L'ignorer est incontestablement nier les conséquences d'un phénomène nouveau incontournable.

Toutes les hypothèses peuvent se rencontrer mais toutes sont à considérer pour retraiter les ratios usuels tels chiffre d'affaires/mètre carré de vente, les taux d'efforts, etc.

L'expert immobilier trouve là toute son utilité en devant dominer des sujets locatifs, comptables, commerciaux. L'expertise immobilière de demain n'est pas seulement un moteur de comparaison statique de prix de loyers ou de fonds mais aussi une considération de perspective et de passé des contenus et cela préalablement à la valorisation.

L'expertise immobilière devient la synthèse de savoirs partiels traditionnels, l'architecte d'une synthèse de disciplines très spécialisées. Il devient un intégrateur.

Belle perspective pour tous : experts, avocats, responsables d'expansion, experts comptables, etc.