



Ouverture d'un salon de toilettage

CRÉATION OU REPRISE

Une majorité de toiletteurs s'installent encore en créant un nouveau salon. Mais la tendance au rachat d'un salon en activité, précédé – pourquoi pas ? – d'une location gérance, devrait s'accroître dans les années à venir⁽¹⁾.

Il s'ouvre chaque année entre 300 et 500 salons de toilettage. Actuellement, environ 60 % des nouveaux toiletteurs s'installent en créant un nouveau salon et 40 % en rachetant un salon en activité. La proportion d'installation par rachat devrait

un changement de propriétaire peut relancer l'activité d'un salon en perte de vitesse. La reprise d'un salon implique celle des salariés en place lorsqu'il y en a. L'affaire doit pouvoir générer un bénéfice plus important qu'avant sa reprise. Il faut non seulement couvrir les mêmes charges, mais en plus rentabiliser l'achat.

L'achat du fonds est conseillé

La reprise d'un salon se fait soit par achat du fonds, soit par achat des titres (en général les parts sociales) de la société qui l'exploite. L'achat du fonds de commerce est l'opération la plus sûre pour l'acheteur, car ce dernier bénéficie de garanties légales importantes qui, lorsque la transaction est bien conduite, le mettent à l'abri de toute mauvaise surprise. Par exemple : le vendeur doit lui communiquer les résultats financiers (exacts) de l'activité (chiffre d'affaires et bénéfices des trois dernières années) ainsi que toutes les sûretés attachées au fonds (lorsque par exemple le fonds a été donné en garantie d'un emprunt...). Pendant une durée précisée dans le contrat de vente, le vendeur ne peut accomplir d'acte pouvant entraîner une perte de clientèle pour l'acheteur (comme créer une activité similaire à proximité). En outre, l'acheteur est garanti par la loi (même si le contrat de vente ne le mentionne pas) contre tout vice caché qui l'empêcherait, une fois l'achat effectué, d'exploiter l'affaire comme prévu ou qui en diminuerait la valeur. De plus, lors d'un achat de fonds, l'acheteur n'achète que l'actif de l'entreprise. Le passif, c'est-à-dire les dettes, reste à la charge du vendeur.

L'achat d'un fonds de commerce de toilettage se déroule en deux étapes. La première, le pré-contrat, peut engager soit le vendeur (il s'agit alors d'une promesse de vente), soit les deux parties (on parle alors de compromis de vente). Il comporte souvent une clause de dédommagement du vendeur par l'acheteur si ce dernier ne donne pas suite à la ►

augmenter pour plusieurs raisons. Tout d'abord, les offres de reprise sont importantes dans le secteur, notamment du fait du départ à la retraite de nombreux toiletteurs. Il existe ainsi un peu partout en France de belles opportunités de reprise. Par ailleurs, les dispositifs fiscaux qui favorisent la transmission des entreprises sont financièrement intéressants (surtout pour les vendeurs). Les récentes dispositions fiscales (exonération des plus-values) encouragent la cession d'entreprises à des prix intéressants. Et les banques financent plus facilement le rachat d'un salon qu'une création pure. En outre, et même si ce n'est pas une habitude en toilettage, une reprise peut être précédée d'une location-gérance qui permet de se tester. Enfin, statistiquement, une reprise présente plus de garanties de succès qu'une création pure, sans coûter beaucoup plus cher compte tenu d'un démarrage en général beaucoup plus rapide. Sans compter qu'il faut savoir qu'il est de plus en plus difficile de trouver un local bien placé.

Attention tout de même, la reprise d'un salon peut aussi comporter quelques inconvénients. Les bons salons, bien situés, se vendent relativement cher. Il faut donc disposer d'un capital suffisant pour s'installer, surtout si l'on doit en refaire la décoration, en changer l'agencement... La clientèle d'un salon est d'abord la clientèle du toiletteur. Si le toiletteur change, une partie de la clientèle risque de partir (temporairement en général). Mais l'inverse est aussi possible :

COMBIEN SE VEND UN SALON ?

Le prix de vente du fonds se négocie sur la base de 50 à 70 % de la moyenne du chiffre d'affaires TTC des trois dernières années. Mais d'autres éléments doivent être pris en compte (emplacement, réputation, installation et matériel et bien sûr résultat net d'exploitation). Avant tout rachat, il faut étudier soigneusement l'activité et les comptes de l'entreprise sur plusieurs années et s'assurer de pouvoir au moins poursuivre dans la même voie que le vendeur si les comptes sont bons ou de faire mieux si l'activité est en perte de vitesse.



Environ 60 % des nouveaux toiletteurs s'installent en créant un salon, 40 % en rachetant un salon en activité.

Le loyer facturé par la SCI à l'entreprise est en effet une charge d'exploitation déductible du résultat de l'activité.



Il s'ouvre chaque année entre 300 et 500 salons de toilettage.

transaction (pour une raison autre que celles prévues dans les conditions suspensives, par exemple l'obtention d'un prêt par l'acheteur). La deuxième étape étant le contrat de vente proprement dit, c'est-à-dire l'acte de vente du fonds. L'achat des titres de société est une opération plus délicate. Lorsque l'on achète un salon en achetant les titres, c'est-à-dire les parts ou les actions de la société qui le contrôle (ce n'est pas le cas le plus fréquent, mais cela arrive), on achète seulement la société... et toute la société (son actif et son passif). L'opération est donc plus délicate qu'un achat de fonds. L'acheteur ne bénéficie pas de protection légale. Il est donc indispensable de s'entourer d'un maximum de garanties contractuelles : c'est ce que l'on appelle la garantie de passif, qu'il faut rédiger avec beaucoup de soins, mais qui, malgré tout, ne met pas le repreneur à l'abri d'une éventuelle mauvaise surprise.

L'achat des murs : la SCI

Lorsqu'un futur commerçant ou artisan achète les murs, c'est-à-dire le local dans lequel il exercera son activité professionnelle, il a généralement intérêt à effectuer cette opération par le biais d'une société civile immobilière (SCI). Une SCI est une société constituée au minimum de deux associés qui a pour objet la propriété d'un ou plusieurs biens immobiliers destinés à la location. La création d'une SCI est relativement facile. Il faut établir les statuts, procéder à leur enregistrement à la recette des impôts, procéder aux formalités de publicité dans un journal d'annonces légales et immatriculer la société au registre du commerce et des sociétés. La loi n'impose pas de capital minimum. Lorsqu'un commerçant ou un artisan envisage d'acheter les murs du local dans lequel il va exercer son activité professionnelle, il a tout intérêt à créer (avec son conjoint) une SCI qui achètera le bien et le louera à l'entreprise. Le montage d'une SCI permet de séparer la propriété des murs et celle du fonds de commerce, ce qui représente plusieurs avantages pour le commerçant ou l'artisan. Le loyer facturé par la SCI à l'entreprise est en effet une charge d'explo-

tation déductible du résultat de l'activité ; le local est aussi à l'abri d'une saisie des créanciers en cas de faillite de l'activité, à condition d'avoir pris soin de rédiger un bail de location juridiquement inattaquable, de facturer un loyer en rapport avec les prix du marché et de faire en sorte que l'entreprise s'en acquitte régulièrement. Enfin, lorsque le commerçant ou l'artisan décide d'arrêter son activité, il peut vendre le fonds tout en conservant la propriété foncière du local dont il facture le loyer à son successeur.

Créer un salon, quelles difficultés ?

Pour une création de salon, il faut d'abord réussir à trouver un bon emplacement, ce qui est de plus en plus difficile. Toutefois avec un projet précis, en restant à l'affût de nouvelles opportunités (création ou extension importante d'une zone résidentielle ou encore ouverture d'un centre commercial...) et en étudiant le marché avec beaucoup de sérieux, il est encore possible de réussir une belle création. Une création *ex nihilo* peut poser des problèmes de financement : les banquiers sont souvent plus réticents à prêter en vue de la création d'un nouveau salon de toilettage que pour financer la reprise d'une activité qui a fait ses preuves. Selon les professionnels, le coût d'une création est équivalent et même parfois supérieur à celui d'une reprise, notamment du fait d'une part de l'investissement nécessaire dans l'agencement, l'équipement, la décoration... (alors que lorsque l'on reprend un salon en activité, on rachète en général un équipement en grande partie amorti), d'autre part du manque à gagner des premiers mois d'activité, le temps que se constitue et se fidélise une clientèle. En conclusion, créer son propre salon n'est pas la voie la plus facile, mais c'est parfois la seule possibilité de concrétiser un projet précis. ■

(1) Cet article est tiré de l'ouvrage intitulé *Toiletteur animalier* paru aux Editions MCBG en 2010 et écrit par Pierre Granger dans la collection « mémo métier ». Disponible sur commande sur contact@memometier.com