

# Le coffret cadeaux : nouvelle arme de séduction massive



Participation à un salon, lancement d'un nouveau produit, d'une marque ou anniversaire, les cadeaux d'affaires sont de toutes les occasions et contribuent à la notoriété de l'entreprise. Mais encore faut-il trouver celui qui réjouira son bénéficiaire : une tâche souvent fastidieuse...

**A**fin de faire plaisir à leurs clients ou prospects, les remercier de leur fidélité ou fêter un départ à la retraite, les chefs d'entreprise sont régulièrement amenés à faire des cadeaux d'affaires. Ceux-ci leur permettent de booster leur communication externe, le but de cette attention étant de promouvoir la société. Loin d'être anodin, ce geste est en effet réalisé dans le strict intérêt de la structure qui aurait tort de se priver d'une telle opportunité de se démarquer. Et pour cause, même l'État l'y encourage.

## Une démarche réglementée

Le Fisc autorise les cadeaux offerts par les entreprises à leurs clients et leur permet, en outre, d'en déduire la TVA. Si les cadeaux sont effectués dans l'intérêt direct de la société, leur valeur est déductible du bénéfice imposable, que l'entreprise soit soumise à l'impôt sur le revenu ou à celui sur les sociétés. La notion de l'intérêt est interprétée largement par l'administration fiscale. En pratique, il suffit que le cadeau corresponde à une gestion normale et soit fait au profit d'un fournisseur ou d'un client. En revanche, les présents ne peuvent, en principe, être déduits lorsqu'ils sont d'une valeur exagérée : c'est le cas si la dépense est excessive et s'il n'est pas prouvé qu'elle a été

engagée au profit de l'exploitation. Pour apprécier le caractère excessif ou non d'un cadeau, le fisc examine les usages en cours dans la profession, la taille de l'entreprise, son activité et son développement. D'autre part, les plafonds donnant droits à ces déductions ont été doublés le 1<sup>er</sup> janvier 2006. Une raison supplémentaire pour les dirigeants d'offrir des objets mémorables. Halte donc aux traditionnels, et tout aussi impersonnels, porte-documents, parures de stylos, tee-shirts et autres casquettes dont l'effet sur les bénéficiaires est souvent loin d'être celui escompté. Place aux coffrets cadeaux : alternative pratique et efficace pour les entrepreneurs en mal d'idées !

## Le coffret cadeaux : un succès assuré

*"Les coffrets cadeaux sont une solution de secours aux présents traditionnels, notamment aux chèques cadeaux sur lesquels le prix est indiqué, ce qui peut parfois être gênant",* explique Angélique Folch, responsable communication chez Smartbox, le nouveau nom des coffrets de Weekendsk. Le concept de ces petites boîtes est simple. Elles proposent aux entreprises qui souhaitent stimuler ou remercier leurs clients, la possibilité de les laisser choisir eux-mêmes leur cadeau parmi

une vaste sélection d'objets de marque, d'activités (stage de pilotage, saut en parachute, etc.), de nuitées en demeures de prestige, de vins ou de champagnes. Outre le fait de laisser le choix au bénéficiaire, ce procédé a l'avantage de simplifier la tâche des entreprises et leur évite de tomber dans la fatalité. Ce que confirme Yolande Large, créatrice des coffrets Liberty. Après avoir exercé pendant plus de quinze ans dans le domaine du cadeau d'affaires, elle a conscience des enjeux de ce dernier pour la notoriété d'une entreprise... et connaît la difficulté de la démarche. *"Chaque année, les grands comptes dont je m'occupais se demandaient quel cadeau de remerciement offrir à leurs clients les plus fidèles, confie-t-elle. Par dépit, ils se tournaient vers du vin ou des paniers gourmands."* Un casse-tête aujourd'hui résolu. Enfin, ces coffrets constituent un outil de communication efficace et séduisant. *"Ils sont l'occasion d'offrir plus qu'un produit matériel, une expérience dont le bénéficiaire se souviendra aussi bien que de la société",* souligne Angélique Folch. Ce qui est, ne l'oublions pas, l'effet recherché par un cadeau d'entreprise. Malgré tout, le principal atout de celui-ci reste son succès assuré. *"La société est en effet certaine de viser juste et de satisfaire l'intéressé",* conclut Yolande Large. ■