

L'EXPERTISE
Peut-on faire des cadeaux aux salariés ?



SARAH DELON-BOUQUET ET EMMANUELLE MERCIER
AVOCATES,
ADDLESHAW GODDARD

Dans les sociétés ayant un CSE avec droit de consultation, l'octroi de cadeaux par l'employeur à ses salariés est dévolu à l'instance représentative du personnel. Les cadeaux directement octroyés par l'employeur seront alors soumis à charges sociales.

■ Dans les sociétés sans comité social et économique (CSE), avec un CSE à attributions limitées (jusqu'à 49 salariés) ou en cas de carence, l'Accoss admet l'exonération de charges sociales :
- lorsque le montant global des cadeaux n'excède pas 5 % du plafond mensuel de la Sécurité sociale (PMSS), soit 171 euros en 2021 ;
- lorsque les cadeaux sont attribués sans discrimination entre les salariés (âge, sexe ou ancienneté, par exemple). Dans ce cadre, il est possible d'offrir plusieurs cadeaux (chèques, cartes ou bons) qui seront exonérés dès lors que leur valeur reste dans la limite de ce plafond global.

■ En cas de dépassement de ce seuil de 5 %, les cadeaux peuvent tout de même être octroyés si les quatre conditions cumulatives suivantes sont respectées. Ils sont offerts dans le cadre de l'un des événements suivants visés par l'Urssaf (ayant lieu durant l'année d'attribution) :
- naissance, adoption, mariage, pacs, départ à la retraite, Fête des mères et des pères, rentrée scolaire d'enfants de moins de 26 ans, Sainte-Catherine pour les femmes non mariées fêtant leurs 25 ans, Saint-Nicolas pour les hommes non mariés fêtant leurs 30 ans, Noël des enfants jusqu'à 16 ans révolus et des salariés ;
- le salarié bénéficiaire est directement concerné par l'événement en question ;
- les cadeaux permettent d'acquiescer un bien relatif à l'événement en question (exclusion des bons pour l'achat d'essence ou de produits alimentaires sauf de luxe) ;
- les montants respectifs des cadeaux offerts sont inférieurs ou égaux à 5 % du PMSS.

■ Il est donc conseillé de respecter ces règles. Attention, cependant : la jurisprudence n'admet pas cette tolérance administrative. En cas de contentieux, la Cour de cassation soumet tous les cadeaux et bons à charges (sauf les sommes ayant un caractère de secours).

■ Une autre possibilité s'offre cette année encore aux employeurs qui souhaitent offrir un cadeau exonéré : la prime Macron, qui peut atteindre 1 000 ou 2 000 euros par salarié selon la taille de l'entreprise. L'exonération ne concerne toutefois que les salariés percevant moins de trois fois le smic.

Julien Roche, un Français en Albanie

L'entrepreneur s'est installé dans le pays pendant la dictature d'Enver Hoxha. Il y a créé une quarantaine de sociétés en autant d'années.

PROFIL

THOMAS LESTAVEL @lestavel

EUROPE Fin septembre, un groupe de diplômés de l'école HEC Paris s'est rendu en Albanie pour découvrir les charmes naturels et les opportunités économiques de ce petit pays coincé entre la Grèce, le Monténégro et le Kosovo. À la manœuvre lors de ce voyage d'affaires, Julien Roche a évoqué le potentiel de son pays d'adoption dans l'agriculture, l'énergie et le tourisme. Cet entrepreneur en série, qui a invité tout ce petit monde dans sa grande maison près de Tirana, connaît bien le pays. Il y a créé une quarantaine de sociétés en autant d'années. « La majorité de ces entreprises ont disparu car mes associés ont préféré démissionner en Italie ou en Allemagne pour mener une vie plus tranquille », glisse ce sexagénaire espiègle et chaleureux, président depuis 2012 de la Chambre de commerce franco-albanaise.

De fait, l'Albanie n'attire pas les foules. « Deux cents Français à tout casser vivent dans le pays. Des religieux, quelques professionnels du tourisme et le personnel de l'ambassade », précise l'entrepreneur, qui a obtenu la double nationalité franco-albanaise en 2013. L'image de l'État continue d'être associée à ses mafias mises en scène dans les films de la série *Taken*. « L'Albanie est un pays délicieux, assure pourtant Julien Roche, qui compare les habitants aux Corses. Les Albanais ont un caractère bien trempé. Ils sont droits,



Julien Roche a créé des sociétés dans les télécoms, l'informatique, le transport aérien...
SÉBASTIEN SORIANO / LE FIGARO

fiabiles et susceptibles. Avec eux, on est sûr de ne pas s'ennuyer ! » Originaire de Bourg-en-Bresse, fils d'un architecte et d'une commerciale dans l'immobilier, Julien Roche a toujours été tenté par les pays atypiques. Son diplôme d'ingénieur en poche, à la fin des années 1970, il a contacté les ambassadeurs du monde entier pour commercialiser un émetteur radio géant qu'il a conçu à des fins mili-

taires. De l'Inde à l'Iran, en passant par l'Afghanistan, aucune destination ne l'a effrayé. C'est en Albanie qu'il a rencontré un écho favorable. « L'ambassadeur de France à Tirana s'emuyait ferme. Quand il a reçu mon message par valise diplomatique, il l'a transmis à la centrale d'achat du régime communiste. Or il se trouve que le régime recherchait justement ce type de matériel », raconte le dirigeant.

Lui-même n'y croyait pas vraiment. Et pourtant... Son séjour à Tirana s'est révélé concluant. Le gouvernement a signé un contrat pour 1,5 million de dollars... tout en précisant qu'il n'avait pas de devises, ni même de leks, la monnaie locale, à proposer en paiement. Il s'agissait d'un troc ! « Les autorités m'ont communiqué une liste de produits disponibles à l'export : tapis, boîtes de sardines, chrome... et m'ont demandé de les écouler, l'argent récolté servant à me rémunérer pour les émetteurs radio », relate le Français.

La dinde de Thanksgiving

Il a déniché dans la liste une pépite méconnue : la sauge albanaise, plante médicinale autrefois utilisée par les Américains pour farcir la dinde de Thanksgiving. Julien Roche s'est rapproché de Gilbert Ducros, le célèbre entrepreneur des épices, aujourd'hui décédé, qui lui a confirmé le potentiel commercial de la plante. Jackpot. Un contrat de 10 millions de dollars a été conclu avec un distributeur américain. L'activité d'importation de Julien Roche en Albanie a explosé par la même occasion. « J'ai acheté toutes sortes de produits pour le compte du gouvernement : des turbines, des paires de chaussures, des téléviseurs couleur... », énumère-t-il.

Pour autant, la carrière albanaise de Julien Roche n'a pas été un long fleuve tranquille. Le commerce de la sauge s'est interrompu brutalement en 1986, la catastrophe nucléaire de Tchernobyl ayant infecté la plantation. Une cargaison complète a même été détruite au large du port de New York. Cinq ans plus tard, le rideau de fer s'est levé et les communistes ont été chassés du pays. Proche du pouvoir, Julien Roche craignait les représailles des révolutionnaires, mais il n'a pas fui l'Albanie. Armés de kalachnikovs, des gardes privés ont campé devant sa maison jusqu'à ce que la situation revienne à la normale au bout de quelques mois.

Nouvelle montée d'adrénaline en 1997. L'explosion d'une gigantesque chaîne de Ponzi mise en place par des sociétés frauduleuses a fait chuter le PIB de moitié et déclenché une guerre civile en Albanie. Des dépôts d'armes ont été pillés, 2 000 personnes ont été

Avec Green Desk, le plastique, c'est fan

Sandrine et David Demonceaux étoffent leurs activités pour ancrer leur entreprise dans le « made in France ».

LA PME DU MOIS

HENRI DE LESTAPIS

INDUSTRIE En novembre, à MIP Expo, le salon du « made in France », Sandrine et David Demonceaux, dirigeants de Processus Group, présentaient leur dernière innovation : une gourde isotherme en plastique, démontable pour en faciliter le nettoyage, et recyclable. À l'heure actuelle, les gourdes isothermes sont en inox et sont toutes fabriquées en Chine (*Le Figaro* entrepreneurs du 8 mars 2021). Le choix du plastique apparaît comme une solution face aux produits asiatiques en métal. « Elle garde la température durant environ quatre heures, ce qui est moins qu'une gourde en inox, convient Sandrine Demonceaux. En réalité, cela suffit à beaucoup d'utilisateurs. » La dirigeante épluche aujourd'hui les bons de commande alors que, dans son usine, les machines à injection tournent à plein régime. « La gourde plait, se réjouit-elle, c'est mon mari qui l'a dessinée. » Si l'idée remonte à 2008, le couple a dû patienter plus de dix ans pour que le marché soit prêt.

David Demonceaux, ingénieur, et Sandrine, diplômée d'école de commerce, ont débuté en 1998 en créant Origine 3D, bureau d'étude de pièces très techniques pour

l'industrie automobile à Décines-Charpieu (Rhône). Au début des années 2000, alors qu'ils employaient deux salariés, leurs donneurs d'ordres leur ont conseillé de s'installer dans le pays de l'Est pour réduire les coûts. « Nous n'avions pas envie du tout », raconte la dirigeante. Nous avons donc décidé d'élargir nos compétences pour diversifier nos marchés en nous orientant notamment vers le matériel de bureau. »

Concurrence chinoise

L'entreprise a acheté une coûteuse machine à injection plastique de 280 tonnes qui a d'abord été installée dans l'entrepôt appartenant à des amis. Pour la faire tourner, les Demonceaux se sont eux-mêmes formés et ont recruté. En 2011, après le rachat d'une entreprise de plasturgie, ils ont créé Factory Plast et, avec elle, Perfect Plast, implantée à Sousses, en Tunisie. « Elle travaille essentiellement pour les marchés automobile et bureau », précise Sandrine Demonceaux. Enfin, en 2014, ils ont racheté à la barre du tribunal Precimade, société d'implants et d'accessoires médicaux.

Plus de vingt ans après la création de leur petit bureau d'étude, le couple a réuni ses différentes sociétés au sein de Processus Group, qui emploie 90 personnes



Sandrine Demonceaux, dirigeante de Processus Group. DE LESTAPIS/LE FIGARO

pour 8 millions de chiffre d'affaires. « Nous avons une double satisfaction, explique Sandrine Demonceaux. D'une part, celle de diriger nos propres entreprises, avec nos valeurs familiales. D'autre part, celle de maîtriser la production de A à Z, ce qui ouvre un large champ de possibilités et permet de mieux répondre aux demandes des clients. » Elle explique ainsi la satisfaction de voir une pièce conçue par le bureau d'étude, ressortir en fin de chaîne de ses propres machines. Pour elle, ce rapprochement de l'étude et de la

production affûte également la créativité. « Nous avons nous voyons concrètement ce qu'il est possible de faire, précise-t-elle. Notre problème est désormais de parvenir à trouver de la main-d'œuvre. » C'est en 2008 que le couple a commencé à plancher sur la marque Green Desk pour fabriquer des accessoires de bureau en plastique biosourcé. « Des Post-it effaçables, des pots à crayons ou des clés USB entièrement recyclables, énumère Sandrine Demonceaux. Ils sont fabriqués en France, à l'exception de certains composants électroniques. »

TEMPS FORTS

- 1 David et Sandrine Demonceaux créent le bureau d'études Origine 3D en 1998.
- 2 Première opération de croissance externe en 2011.
- 3 Lancement en 2017 de la gamme Green Desk, imaginée en 2008.

Dix ans de Dolce Volta pour Michaël Adda

Depuis la création de son label de musique classique, en 2011, l'entrepreneur mise toujours sur le CD. Les mélomanes sont au rendez-vous.

tués. Julien Roche, s'il est resté sur place, n'a pas pris parti, se concentrant sur ses affaires. « J'ai tendance à oublier ce qui m'arrive, et c'est tant mieux, car il y a eu des moments difficiles quand même », témoigne-t-il, avec un brin d'émotion.

Petit empire

Ce touche-à-tout a un CV à la Prévert. En 1989, il a créé une ligne aérienne entre Bari et Tirana pour remplacer celle qu'Air France avait fermée suite à de difficultés financières. « Je n'y connaissais rien, aux avions, je me suis bien amusé ! », confie-t-il. Une société informatique, une chaîne de télévision, des imprimeries, un centre commercial... Il a investi sans complexe dans tous les secteurs. Un de ses trois restaurants a été plastiqué le lendemain de son ouverture par une mafia locale. Pas de quoi le décourager. Son affaire la plus rentable ? Adanet, le tout premier fournisseur d'accès à Internet du pays, fondé en 1999. À son apogée dans les années 2000, le petit empire de Julien Roche employait 3800 salariés et il était le premier employeur privé du pays.

« À chaque fois la méthode était la même : je faisais venir des spécialistes de France, puis on formait des Albanais », explique-t-il. Il délègue la gestion des salariés à un bras droit. « Je suis nul en management. Je suis trop gentil, je trouve toujours des excuses aux gens. Impossible pour un dirigeant, surtout en Albanie. Alors je laisse d'autres que moi superviser les équipes », dit-il.

À l'âge où beaucoup jouissent paisiblement de leur retraite, l'entrepreneur, qui a vendu la quasi-totalité de ses sociétés, reste actif dans les énergies renouvelables. En Albanie, les barrages hydrauliques génèrent la quasi-totalité de l'électricité, mais d'autres sources d'énergie gagnent en puissance. « Je suis en train de monter avec un partenaire français le plus grand parc photovoltaïque des Balkans et j'ai des projets dans l'éolien », précise-t-il. L'infatigable entrepreneur prévoit aussi d'installer une interconnexion électrique entre la ville côtière de Vlora et le sud de l'Italie. L'histoire d'amour entre Julien Roche et l'Albanie n'est pas terminée. ■

LEA MABILON @lea_mabilon

CULTURE Après des mois d'attente et de préparation, Michaël Adda a enfin pu organiser, les 4 et 5 décembre, le festival de La Dolce Volta, son label de musique classique. Sur la scène de la Salle Gaveau, à Paris, il a réuni quelques artistes maison : le pianiste Théo Foucheneret et l'altiste Adrien La Marca, le quatuor Hermès, Vanessa Wagner et Wilhem Latchoumia, l'organiste Olivier Latry... Les deux premières éditions, en 2018 et 2019, avaient eu lieu tant bien que mal, malgré les « gilets jaunes », puis les manifestations contre la réforme des retraites. En 2020, le confinement avait compromis la tenue de la manifestation. « Le mauvais sort est derrière nous, espérons ! », sourit Michaël Adda.

Dans l'ombre des trois géants de la musique enregistrée - Universal, Sony, Warner -, La Dolce Volta fait figure de très Petit Poucet avec un peu moins de 1 million d'euros de chiffre d'affaires en 2019. Le streaming représente 20 % des ventes, le site internet du label 25 %, et les disquaires 55 %. « Ce qui signifie que 80 % du chiffre d'affaires repose sur les ventes physiques de CD », souligne Michaël



Michaël Adda, fondateur et dirigeant de La Dolce Volta. LYODOH KANEKO

sertaient. L'opération a été réalisée en quatorze mois et la direction m'a demandé de rester. J'ai accepté en demandant de passer à la production tout en conservant la main sur la gestion financière de la société. »

Il a appris le métier mais, en 2011, le fondateur de Calliope, Jacques Le Calvé, au moment de prendre sa retraite, a choisi de fermer l'entreprise. Le catalogue a été repris par un autre label.

De cette expérience qui aura duré dix ans, Michaël Adda a gardé le bon et banni le mauvais. Il a doublement tourné le dos au salariat : il est devenu, en créant La Dolce Volta, chef d'une entreprise sans collaborateurs. Pour réaliser les CD et organiser son festival, il se repose sur des prestataires : ingénieur du son, directeur artistique, photographe, vidéaste, distributeur, musicologue... « J'ai été très déçu par le fonctionnement de

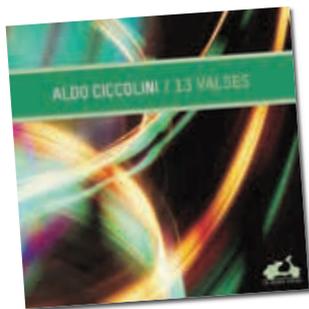
Calliope, je ne veux pas faire les mêmes erreurs, explique-t-il. J'ai le sentiment qu'une collaboration est plus sincère quand il y a une indépendance des deux côtés. » Au

« Six mois avant le lancement du label, Aldo Ciccolini m'a appelé. Il voulait un droit de regard absolu sur sa production. J'ai dit oui. C'était notre bonne étoile »

MICHAËL ADDA

rythme d'une douzaine de nouveautés chaque année, la recette lui a plutôt réussi : en une décennie, La Dolce Volta s'est fait une place dans le monde de la musique classique. ■

Michaël Adda doit une fière chandelle à Aldo Ciccolini : c'est avec La Dolce Volta que le géant du piano, disparu en 2015, à 89 ans, a choisi de réaliser ses trois derniers disques. « Six mois avant le lancement du label, il m'a appelé, raconte Michaël Adda. Il était mécontent de ses anciennes collaborations. Il voulait un droit de regard absolu sur sa production. J'ai dit oui. C'était notre bonne étoile. » Aldo Ciccolini lui a apporté renommée et crédibilité. Si La Dolce Volta a vendu 180 000 CD en 2020, le chiffre d'affaires a cependant reculé de 20 % à cause de la fermeture des magasins. Michaël Adda ne s'en alarme pas. « Le bilan est très positif, se réjouit-il. Nous avons réussi à créer quelque chose de beau dans un milieu fermé et sur lequel personne ne misait. » ■



Adda. En 2011, quand j'ai créé La Dolce Volta, les médias parlaient de la mort du livre et du CD. Mon projet était suicidaire. Pourtant, nous sommes créés une clientèle fidèle, grâce à la qualité de nos albums. »

L'entrepreneur, qui a choisi une Vespa comme logo, « en signe d'élégance et de liberté », peut être conforté dans la pertinence de ses choix artistiques et dans le soin apporté à l'objet lui-même : les galettes irisées sont présentées dans des boîtiers sobres et élégants, accompagnés d'un livret multilingue. « Je voulais proposer quelque chose loin de l'univers impénétrable de la musique de chambre », précise-t-il. Son idée ? Donner la parole aux musiciens, évoquer leurs angoisses, leurs difficultés, leurs joissances, leur état d'esprit au moment de l'enregistrement. « Si on change une note d'un demi-ton, c'est une faute, poursuit-il. Mais si on explique pourquoi, avec les mots de l'interprète, on entre dans une interactivité avec l'auditeur. C'est cela, l'ADN de La Dolce Volta : des artistes qui prennent leur temps, qui expliquent... La musicologie est trop élitiste, barbant, les émotions parlent à tous. »

Rien ne prédestinait Michaël Adda à devenir éditeur de disques de musique classique. Diplômé d'un master de management du tourisme et des industries culturelles, il fréquentait les salles de concert en tous genres. Son goût penchait plutôt pour les Rita Mitsouko ou Étienne Daho. C'est à 25 ans, dans le cadre d'un stage universitaire, qu'il a fait ses premiers pas dans le monde de la grande musique, au festival des Forêts de Compiègne. Il y a rencontré l'un des directeurs artistiques de Calliope, label de musique classique. Le courant est bien passé entre les deux hommes.

« En avril 1998, raconte Michaël Adda, j'ai été rappelé en renfort pour redresser Calliope. Le label était criblé de dettes, les artistes dé-

tastique

in France ».

L'idée est venue après des conférences sur l'avenir de la plasturgie organisées par leur fédération professionnelle. « Mais, il y a treize ans, les revendeurs avec lesquels nous travaillions disaient tous qu'il n'y avait pas de marché pour le "made in France" », se rappelle Sandrine Demonceaux. La seule chose qui importait était le prix et nous ne tenions pas face à la concurrence chinoise. »

Les deux entrepreneurs ont donc mis de côté leurs vertes ambitions sans les abandonner. Ils ont continué à développer leurs autres activités industrielles. Ce n'est qu'en 2017 qu'un de leurs commerciaux, sentant le vent tourner, leur a suggéré de relancer le projet. Green Desk réalisait cette année-là 7500 euros de chiffre d'affaires. Il avait gagné à 300 000 euros en 2020. Ses produits écoconçus sont vendus à des entreprises de toutes tailles, y compris des grands groupes. « Tous ces clients ont mis en place des politiques RSE », souligne Sandrine Demonceaux. Ils souhaitent désormais savoir d'où viennent les produits, s'assurer qu'ils sont recyclables, qu'ils ne payent pas plus cher. Le produit français a enfin le vent en poupe. Une tendance accentuée depuis la crise sanitaire, qui a révélé les fragilités de la mondialisation et les vertus environnementales d'une production locale. ■

Géraldine Le Duc / NH TherAguix
Lauréate édition 2018

business with attitude
madame

AVEC LE SOUTIEN DE

LA POSTE

“Après le prix, j'ai levé

13 millions d'euros”

Retrouvez cette série de vidéos sur les finalistes du prix sur madame.lefigaro.fr rubrique business et nos réseaux sociaux

Inscriptions et détails du prix sur notre site lefigaro.fr/madame rubrique Business.
Date limite des candidatures : 10 décembre 2021.

En partenariat

Et si c'était vous ?