

**Site Juriforum**  
<http://www.juriforum.fr/>

**Cahiers pratiques**  
**Rubrique : Communication / Identité visuelle et sonore**

**Les cadeaux d'affaires :  
de la cohérence par ces temps de crise**

**Fiche n° 30**

**parue en décembre 2010**

**Marie Jeannest de Gyvès et Brigitte Van Dorsselaere**  
**Image Juridique**

**Pour un cabinet, offrir un cadeau d'affaires, c'est l'occasion de souligner sa démarche globale de communication, en continuant de se démarquer auprès de ses interlocuteurs privilégiés.**

#### **Pourquoi un cadeau d'affaires en temps de crise ?**

Alors que tous les budgets se resserrent, les cabinets gardent tout intérêt à maintenir la tradition des cadeaux d'affaires.

C'est, en effet, une façon altruiste et remarquée de pérenniser les bonnes relations avec ses interlocuteurs clés : collaborateurs, clients, prestataires de services. Les entreprises positionnées sur ce marché, qui pourrait peser jusqu'à 1 milliard d'euros (hors chèques cadeau), l'ont bien compris. Elles sont environ 3 500 à proposer une offre hétérogène permettant à chacun de choisir le cadeau « qui fera plaisir ».

Bien souvent, la crise pondère néanmoins la capacité à faire plaisir. Elle renforce également le besoin de cohérence de chacun et incite à ce que les cadeaux gardent un sens avec le positionnement, les valeurs, l'image et la communication régulière du cabinet (presse, conférences, newsletters, événements).

Par ailleurs, que penseraient ceux qui, habitués à recevoir un cadeau, n'en recevraient subitement plus ?..... Dans un climat d'instabilité économique, continuer de « régaler », surtout en fin d'année, est à l'évidence un signal positif qui rassure. La continuité est plus que jamais essentielle.

Le cadeau d'affaires, vecteur de communication, est également l'occasion de rappeler les messages clé du cabinet et de marquer à nouveau sa différence.

Les interlocuteurs, que le fait d'être ainsi privilégiés valorise, sont plus efficacement fidélisés.

## Quand offrir ses cadeaux ?

A l'évidence, en fin d'année, où les âmes d'enfants se réveillent avec l'approche du Père Noël.

Néanmoins, les cadeaux d'affaires ne sont pas l'apanage de la fin d'année. Tous les moments-clé du calendrier et de la vie du cabinet (anniversaire, déménagement, ouverture d'un nouveau bureau, création ou fusion) sont autant de circonstances pour faire plaisir et se démarquer.

## A qui offrir ses cadeaux ?

Les cadeaux d'affaires s'adressent aux interlocuteurs privilégiés du cabinet :

- les clients : tout cabinet existe et se développe grâce à ses clients. Les cadeaux d'affaires viennent très naturellement les remercier. Et de manière très pragmatique, il est souvent plus facile de fidéliser un client que d'en conquérir de nouveaux...
- l'équipe : dans cette période trouble, où chacun s'évertue à remettre «l'humain au cœur de l'entreprise», les collaborateurs et salariés, forces vives du cabinet, devraient également recevoir un témoignage de reconnaissance, qui redynamiserait leurs liens affectifs et leur motivation.
- les prestataires du cabinet : ils ne doivent pas être oubliés, en remerciement de leur support intense tout au long de l'année. Le cadeau d'affaires est un moyen de valoriser la réactivité dont ils ont fait preuve.

## Quel type de cadeau choisir ?

La tentation est grande de profiter de l'opportunité d'un cadeau d'affaires pour communiquer sur le cabinet. L'idée reste néanmoins de faire plaisir à ses interlocuteurs, sans nécessairement apposer sa marque, ou alors toujours avec discrétion. L'objectif est aussi de les surprendre, tout en restant cohérent avec la démarche du cabinet.

Le cadeau d'affaires peut être un objet ou une invitation à un événement.

- *Le cadeau intemporel* : certain de ne pas se tromper, le cabinet optera, par exemple, pour un produit gastronomique (vin, champagne, chocolats), un essai humoristique ou un livre d'art, une œuvre d'art. Si le cabinet encourage, par exemple, une démarche artistique (sponsoring d'un peintre ou d'un musicien), le cadeau d'affaires peut y être relié (tirages de photographies ou de lithographies, CD...).
- *Le cadeau pratique* : il peut s'agir ici d'agenda, d'accessoires de bureau (stylo, carnet en cuir) ou d'objets de décoration (presse papier, vide-poche...). Le cadeau peut aussi avoir un lien avec le produit d'un client.
- *Le cadeau événement* : il s'agira ici d'offrir, non pas un objet, mais un moment agréable (invitation au théâtre, à un spectacle, à l'Opéra, à une exposition, à une bonne table, à une dégustation de vin, à un événement sportif, voire même à une plus grande aventure de type trekking...). Ce moment de détente sera ainsi associé au cabinet.
- *Le cadeau zen* : le zen est à l'honneur dans ces temps de crise ! Le cabinet peut choisir d'offrir un peu de sérénité (bougie parfumée, encens, sels de bains relaxants, séances prépayées dans un spa...).

Parmi cet éventail de types de cadeaux, le choix du cabinet peut se porter sur celui qui sera lié à l'activité du cabinet, afin de souligner sa cohérence et son positionnement. Par exemple, un cabinet orienté vers le droit des technologies choisira un cadre photo numérique (produit phare de la saison), une clé USB de forme originale ou aux couleurs du cabinet, des objets *high tech*... Tandis qu'un cabinet axé sur le développement durable offrira, quant à lui, des articles de bureau ou de décoration en matière recyclée. Lampes, chargeurs de portables et calculatrices aux énergies renouvelables ont actuellement le vent en poupe.

Enfin, la préoccupation autour de l'engagement social étant aujourd'hui largement partagée, le cadeau d'affaires peut être l'occasion soit d'offrir un cadeau en lien avec un organisme caritatif soutenu par le cabinet, soit de faire un don à un organisme soutenu par le destinataire du cadeau. Cette pratique anglo-saxonne, qui arrive doucement en France, a l'intérêt de surprendre, de contribuer au bien social et de correspondre tout à fait à la période de crise.

### **Comment adresser les cadeaux d'affaires ?**

Pour souligner le lien *intuitu personae*, le cadeau d'affaires doit impérativement comporter un petit texte d'accompagnement manuscrit et personnalisé ainsi qu'une signature originale suffisamment lisible. Un cadeau luxueux délivré par la Poste, sans message manuscrit, sera du plus mauvais effet !

Quand plusieurs avocats travaillent pour un même client, un seul cadeau provenant du cabinet suffit. Quand plusieurs interlocuteurs d'une société cliente travaillent ensemble pour le cabinet, mieux vaut offrir à chacun un cadeau de même valeur.

### **Quelle fiscalité pour les cadeaux d'affaires ?**

Depuis le 1er janvier 2006, les entreprises peuvent récupérer la TVA sur les cadeaux d'affaires dont la valeur n'excède pas 60 euros TTC pour un même bénéficiaire au cours d'une année.

Ces cadeaux doivent être faits dans l'intérêt de la bonne marche ou du futur développement de la société.

Ce seuil sera réévalué au 1<sup>er</sup> janvier 2011, puis tous les cinq ans, proportionnellement à la variation de l'indice mensuel des prix à la consommation, hors tabac, de l'ensemble des ménages, et sera arrondi à l'euro supérieur.