

Le pays du Bonheur

Petit royaume himalayen enclavé entre l'Inde et la Chine, le Bhoutan a fait son entrée sur la scène internationale en promouvant le Bonheur National Brut. Ce nouvel indice entendait mesurer l'ensemble des activités d'un pays, évaluées par référence aux valeurs spirituelles du bouddhisme et selon 4 grands thèmes : croissance, culture, environnement et gouvernance.

Pourtant l'indicateur ne fait pas le bonheur, lequel n'émerge pas plus de sigles ou acronymes qu'il ne répond à la décision performative de l'ONU de faire du 20 mars la journée officielle du BNB!

Le Danemark figurait en tête du classement international 2013, suivi de la Norvège, la France n'occupant que la 25^e place. En effet, à situation objectivement équivalente, les Français affichent morosité, se déclarent moins heureux que leurs voisins proches, par nostalgie sans doute du Pays des Lumières et des droits de l'homme. Ayant perdu de sa superbe, la France réduite au rang d'un modeste État européen en crise, vit mal de ne plus être le phare du monde.

Pourtant, un proverbe yiddish ne dit-il pas «**Heureux comme Dieu en France**» ?



À vue de nez



Pour Philippe Di Méo et David Frossard, le parfum est un langage à fleur de peau, inspirant désir ou émotion olfactive *via* ses vertus mnésiques. Ils ont fait appel au savoir-faire artisanal des plus grands parfumeurs pour créer de nouvelles fragrances, exploratrices de l'invisible et l'indicible, du charme et de l'ivresse, en écho au romanesque des histoires, qu'en conteur de la poésie des sens, Philippe Di Méo met en scène avec onirisme et talent.

Ces eaux de parfum sont retenues dans des flacons d'exception, telles ces amphores en étain gravées à la pointe de diamant. www.liquidesimaginaires.com

|| Le mot de la fin

«**À la bonne heure!**» **expr.** Son sens littéral à l'époque médiévale a évolué au XVI^e siècle pour prendre celui du «*kairos*» grec, de l'instant propice, par opposition à la «*male heure*» signifiant le mauvais moment. L'homophonie avec le mot «*bonheur*» dans son acception d'«*heureuse fortune*» a emporté un glissement sémantique du sens temporel vers celui d'une approbation de sympathie, équivalant à «*voilà qui est bien*» ou «*tant mieux!*» référence allusive et soulagée à des auspices favorables.



Le Petit Journal

L'humeur du cabinet

édito || Le maître mot



Jacques Varoquier

L'HOMO CONSUMERUS ET LE DROIT AU BONHEUR

“*J'ai décidé d'être
heureux parce que c'est
bon pour la santé.*”

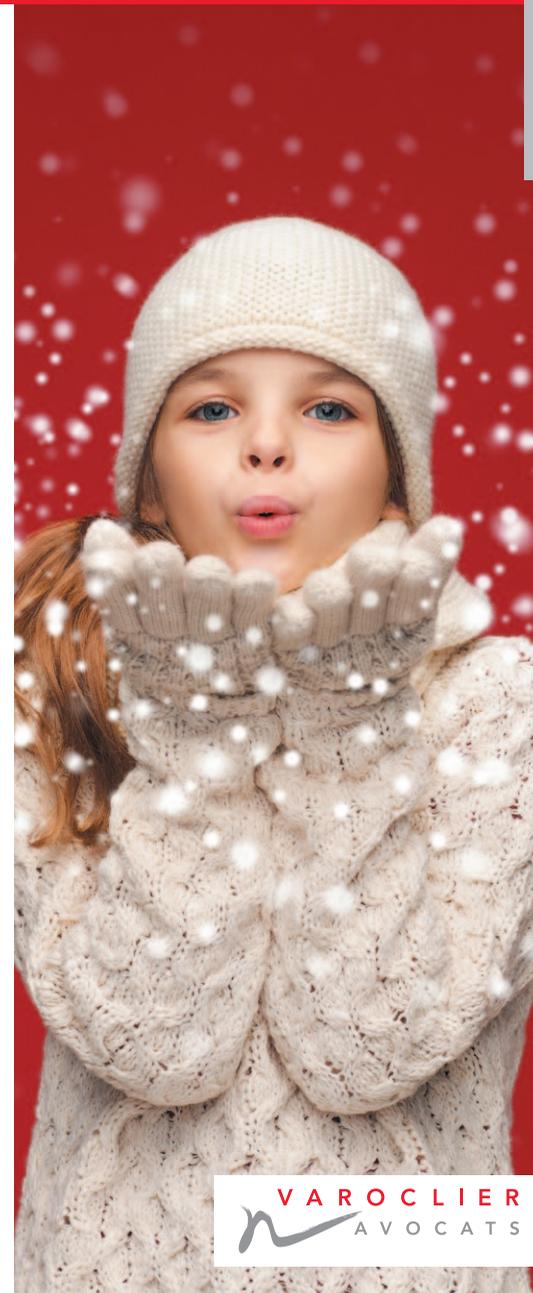
Voltaire

L'homme de la Modernité voulait changer le monde; celui des Lumières, confiant en une Raison éclairée et un Savoir guidant le progrès des sciences et techniques, annonçait le bonheur de l'humanité. L'*homo consumerus* du XXI^e siècle, lui, aspire à «*profiter*!» Tout est dit dans ce verbe à résonance dépréciative.

Pourtant, lorsqu'il est matériel, le bonheur usurpe son nom et se disqualifie en jouissance immédiate pour finir sa course dans l'impasse prévisible de la frustration ou l'amertume, happé par le rythme du pendule de Schopenhauer d'une vie oscillant entre le manque et l'ennui.

Notre époque de «*créanciers*» fait du bonheur un droit, mais à faible teneur qualitative. Réduit à une quête matérielle compulsive illusoire, «*l'avoir*» semble devenu le seul horizon de l'homme post-moderne (*L'Ère du vide*, Gilles Lipovetsky).

Ainsi, la publicité s'échine à nous faire croire que le bonheur a un prix, celui de l'objet dont elle crée artificiellement le besoin. Même si le mot a disparu, elle recourt toujours à la «*réclame*», cette promotion insidieuse dédiée à troubler le «*temps de cerveau disponible*» ou l'inconscient pour susciter une kyrielle de faux désirs.



«ON NOUS FAIT CROIRE
QUE LE BONHEUR C'EST D'AVOIR
DE L'AVOIR PLEIN NOS ARMOIRES
DÉRISIONS DE NOUS DÉRISOIRES»

Extrait de la chanson *Foule sentimentale*
d'Alain Souchon

Dans un dessin remarqué, Sempé qui sait croquer avec talent ses traits d'esprit, se gausse d'un pharmacien rassurant son épouse sur le fait qu'il dispose en rayon de tous les calmants et anxiolytiques nécessaires pour être heureux.



Si l'hédonisme se fixe le plaisir pour but, il n'est pourtant pas licence impétueuse. Épicure en effet enseignait une philosophie de tempérance, du plaisir catastématique (en repos), l'art de minimiser douleurs et souffrances et non cette conception contemporaine dévoyée d'excès, de divertissements et loisirs. *Panem et circenses!* [Du pain et des jeux!]

Au lieu d'oxygéner l'esprit, réfléchir à l'horizon de la condition humaine et soutenir la culture – «résistance à la distraction» selon Pasolini –, le temps est à l'abrutissement spirituel, à l'injonction de rire ou de s'étourdir pour exorciser l'angoisse. Chacun perçoit pourtant par intuition ou réflexion un ennui métaphysique, un malaise diffus mais prégnant de vide existentiel.

Le bon-heur a une étymologie ambiguë puisque exprime l'idée d'un destin bienveillant frappant à la porte. Cette métaphore «godotisante» met l'homme à la merci ou dans l'attente de quelque chose qui lui échappe. Une telle appréhension passive déresponsabilise et ouvre voie à un fatalisme de mauvais aloi. Pourtant, le bonheur n'est ni le gain au Loto, ni la grâce augustinienne, ni l'œuvre de Diké, déesse de la Justice. Il ressemble davantage à un surgissement, un élan de l'esprit ou du cœur, telle la joie spontanée, rieuse et éclatante d'un enfant, communicative comme un fou-rire.

Pour Jean Klein (*La Joie sans objet*), la «recette» du bonheur est en soi, «présence à soi-même», art eudémoniste et quête du vivre-bien. S'il était un lieu, sa chaleur dépendrait non du décorum mais de la présence de celui qui lui donne vie, y rayonne et l'éclaire. Prédilection à la plénitude d'exister, il importe alors peu que le bonheur soit éphémère s'il est récurrent et fait feu de tout bois existentiel pour, sans en chercher cause ni raison, ressentir les bienfaits d'une vie dont le but n'est pas d'être distraite mais de s'accomplir.

“Le vrai bonheur ne dépend
d'aucun être, d'aucun objet extérieur.
Il ne dépend que de nous.”

Dalai Lama

Plutôt que souffrir sans fin de ce qui n'est pas ou de ce que l'on n'a pas, André Comte-Sponville suggère de préférer l'action à la passion, d'aimer un peu plus et désirer un peu moins, jouir et se réjouir de ce qui est ou de ce que l'on a.

Alors puisons les ressources dans notre paysage intérieur pour faire de 2015 une belle année dédiée à l'épanouissement de l'être! Soyons heureux!

Jacques Varoquier

L'EFFET DE LEVIER DU *LBO* par Jacques Varoquier

Le *Leverage Buy Out* permet notamment à un primo-repreneur d'**acquérir une société à un prix 3 à 4 fois supérieur à son apport personnel**. Au lieu d'acheter en nom les droits sociaux et de s'endetter, il crée un holding qui souscrit l'emprunt de l'ordre de 65 à 75 % du prix de cession, déduit les intérêts corrélatifs et assume le paiement des échéances, *via* la rémunération des services rendus à sa filiale et la distribution des dividendes par elle servis.

Alors qu'une personne physique est assujettie à l'IR (sur une assiette de 60 % des revenus encaissés) et à 15,5 % de prélèvements sociaux, la perception de bénéfices par **le holding est exonérée de tels prélèvements et soumise à l'impôt sur les sociétés à hauteur seulement de 5 % du montant distribué**, sous réserve pour le holding de détenir au moins 5 % du capital de la cible et d'en conserver les titres pendant deux ans (art.145 et 216 du code général des impôts).

Cette optimisation peut encore être améliorée par option pour l'intégration fiscale. Ce régime, ouvert à une société-mère détenant 95 % du capital de

sa filiale, autorise une sommation algébrique des résultats, une seule société acquittant l'impôt ; l'assiette imposable globale est alors minorée par le déficit financier en général dégagé par le holding à raison des intérêts d'emprunt déduits.

L'effet de levier de ce montage classique ne doit toutefois pas être l'arbre cachant la forêt. S'il optimise le succès de la reprise, il **ne saurait substituer les nécessaires qualité et performance intrinsèques de la cible**, laquelle doit être saine, receler un potentiel de croissance et tenir ses promesses de *cash-flow* en réalisant des résultats distribuables annuels suffisants pour honorer les échéances bancaires du holding.

Spécialiste en droit commercial et droit des sociétés, **VAROCLIER Avocats** vous accompagne dans les opérations d'acquisition / restructuration d'entreprises *in bonis* ou en difficulté.
Contact :
01.40.67.90.33 / avocats@varoquier.com

à la rencontre

Le mot de l'invité

LA MAISON DES ENTREPRENEURS



Engagée aux côtés des chefs d'entreprise, BNP Paribas a conçu l'idée d'une «Maison des Entrepreneurs» (MDE) où tout dirigeant de PME peut accéder à un ensemble de conseils et services pour optimiser ses choix et décisions.

Il peut rencontrer sous le même toit l'ensemble des chargés d'affaires et conseillers pouvant de concert, avec cohérence et synergie, répondre à ses besoins professionnels

et personnels, y compris en matière de protection et prévoyance, retraite ou optimisation patrimoniale. Privilégiant la proximité, BNP Paribas a ouvert à ce jour 62 Maisons des Entrepreneurs sur l'ensemble du territoire français.

Contact :
0820 820 007 - www.bnpparibas.net

BNP Paribas, Gan Assurances, AUDECIA experts-comptables et VAROCLIER Avocats sont partenaires du 8^e Trophée de la reprise remis au Salon des entrepreneurs le 4 février prochain.