

Le contentieux de l'expatriation fiscale

Le déficit budgétaire actuel sans précédent laisse présager notre fiscalité de demain et l'urgence de son réaménagement.



Par **Marc Vaslin**,
avocat



et **Tristan Audouard**, avocat,
Scotto & Associés

C'est dans ce contexte que s'inscrit la réforme de la fiscalité du patrimoine avec pour conséquence qu'il serait à ce jour bien hasardeux de mettre en place une stratégie patrimoniale.

Cette instabilité et ce manque de visibilité, bien plus sans doute que l'augmentation probable de la pression fiscale, ne manqueront pas de relancer le débat sur l'expatriation.

Dans un pays où 10 % des foyers paient plus de 50 % des impôts des particuliers, l'enjeu est loin d'être insignifiant pour les finances publiques. Il est donc probable, si les expatriations s'accroissent ou simplement continuent à leur rythme actuel, que nous allons assister à un accroissement important des contrôles et des redressements. Contrairement à nombre d'idées reçues, réussir son expatriation est rarement simple et l'administration fiscale connaît fort bien les faiblesses habituelles de ce type de dossiers. A cet égard, l'administration effectue un contrôle méthodique des critères de résidence des contribuables expatriés, tant au niveau du droit interne qu'au niveau de la convention fiscale applicable.

L'administration fiscale analyse en premier lieu si l'un des trois critères de droit interne demeure ou non rempli (foyer ou séjour principal, activité professionnelle principale, centre des intérêts économiques). Il suffit en effet que l'un de ces critères soit rempli pour qu'une personne soit considérée comme résidente fiscale de France. La règle des 183 jours, régulièrement évoquée dans les «diners en ville», traduit à quel point la portée de ces règles est méconnue. De nombreux contribuables, pensant être à l'abri d'un débat pour avoir passé plus de 183 jours hors de France, ont ainsi eu la mauvaise surprise de voir leur transfert de résidence remis en cause par l'administration.

Lorsque l'un des critères de droit interne est rempli, et qu'à ce titre l'intéressé est considéré comme résident fiscal de France, l'administration recherche alors si les critères conventionnels confèrent effectivement ou non au contribuable la qualité de résident étranger.

A titre d'exemple, dans un arrêt du 21 mai 2010, le Conseil d'Etat a confirmé le bien-fondé d'un redressement en

premier lieu au regard du droit interne en relevant que l'exercice de mandats sociaux dans des sociétés françaises permettait de considérer la personne comme ayant conservé en France le lieu d'exercice de son activité professionnelle principale. Le Conseil d'Etat a en second lieu validé le redressement sur le fondement du droit conventionnel, en retenant que le contribuable avait, comme le soutenait l'administration, conservé le «centre de ses intérêts vitaux» en France où étaient scolarisés ses enfants, où sa femme avait subi un traitement médical régulier, où il disposait de plusieurs biens immobiliers et où sa présence régulière était établie par de nombreux chèques, virements et retraits d'espèces.

Dans d'autres circonstances, la position de l'administration consiste à refuser purement et simplement le bénéfice de la convention fiscale lorsque le contribuable n'est pas en mesure de démontrer sa qualité de résident fiscal «étranger». Cette circonstance peut résulter des modalités d'application de la convention elles-mêmes lorsque l'assiette d'imposition locale est insuffisante (par exemple cas des résidents suisses imposés au forfait simple ou de certains temporary residents anglais bénéficiant de la remittance basis) ou inexistante. Ce dernier cas de figure se rencontrant le plus souvent lorsque l'expatriation ne s'est pas traduite par une véritable installation dans le pays d'accueil et qu'en conséquence aucune formalité fiscale n'y a été accomplie.

L'abondant contentieux en matière d'expatriation nous enseigne qu'une expatriation réussie implique d'abord de faire le bon choix quant au pays de destination. Outre le fait de s'assurer que la fiscalité du pays d'accueil est adaptée à la structure des revenus et du patrimoine, il nous paraît surtout impératif de choisir une destination qui corresponde à un véritable choix de vie. Fonder son choix sur le seul critère de la fiscalité au détriment de la qualité de vie (familiale et sociale) conduit souvent les personnes concernées à maintenir des liens (trop) forts avec la France, facilitant en cela une contestation par l'administration de la réalité du départ. ■



► Picard Surgelés

La popularité, Picard Surgelés peut la revendiquer. Il a été désigné comme le distributeur préféré des Français, lors d'un sondage du cabinet OC & C Strategy Consultants, en septembre dernier. Le francilien a aussi la cote auprès des fonds, affichant trois LBO en dix ans. En 2001, Candover, Montagu PE, Chevrillon & Associés et Astorg Partners le sortent du giron de Carrefour, qui détenait 74 % des parts. BC Partners leur succède, fin 2004. Enfin, à l'été 2010, Lion Capital le relaie via un deal de 1,51 Md€. Malgré la pénurie de financements, le nouveau majoritaire obtient 625 M€ de dette senior (dont 225 M€ de tranche A et 400 M€ de tranche B), une ligne revolving de 50 M€ et 300 M€ en obligations high-yield. Argument imparable pour bénéficier d'un tel engouement : Picard Surgelés peut se prévaloir d'une forte croissance de ses ventes. Entre l'exercice clos en mars 2004 et celui achevé en mars 2010, il a fait pas-

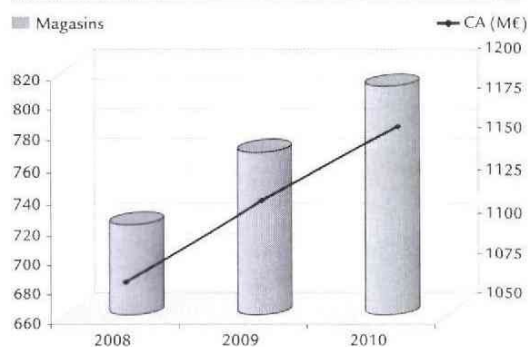
ser son chiffre d'affaires de 749 M€ à 1,15 Md€. En 2008 et en 2009, en dépit de la crise et de l'apparition de taxes et de réglementations concernant les distributeurs présents en France, il n'a pas trop souffert de la crise. « En juin 2007, la dette a été refinancée par un package de 800 M€ aux caractéristiques proches de celles de lignes corporate, pour un spread de 50 points de base. Cela a donné de la souplesse à Picard Surgelés pour faire face à ces événements », explique Cédric Dubourdieu, de BC Partners. Le distributeur a étendu son réseau de magasins en France pour doper ses ventes ; au 31 juin 2010, il en comptait 810, contre 721 deux ans plus tôt et 593 en mars 2005 (cf. graphique). « L'enseigne affiche également une hausse de ses revenus à magasins constants », note Delphine Mathez, senior partner chez Roland Berger. Cela s'explique par un portefeuille d'un millier de références diversifiées, commercialisé sous sa marque et régulièrement remis à jour.

Présent en Italie depuis 1999, il ne s'y est cependant pas imposé. Lors de l'été 2008, la filiale Picard Surgelati a même fermé quatorze boutiques. « Celles-ci étaient situés en périphérie de centres urbains, auprès de grands axes. Or, Picard a historiquement développé son modèle en centre-ville, à proximité d'une clientèle assez aisée », ajoute Cédric Dubourdieu. Aujourd'hui, Picard Surgelati compte trente points de vente, au nord du pays. En parallèle, pour séduire les consommateurs italiens, il vend plus de produits aux couleurs locales. Le P-dg Philippe Pauze suivrait de près les projets transalpins, depuis sa nomination, en avril 2009. Sa venue a refermé une période de transition d'un an. Car en mars 2008, Xavier Decelle, à l'époque P-dg, démissionne. Un épisode majeur pour Picard Surgelés, la famille de l'intéressé l'ayant racheté à son fondateur en 1974, avant de rester minoritaire par la suite. « Le dirigeant a voulu se mettre en retrait, après un conseil d'administration au cours duquel un désaccord entre lui et BC Partners est survenu sur une réorganisation du management », indique Lionel Scotto, de Scotto & Associés, qui a conseillé le management lors de chaque buy-out. Cela s'est effectué sans anicroche, Xavier Decelle restant même président du holding Picard Group. » Il n'empêche : de ses trois LBO, celui de 2010 a une saveur particulière pour la société, qui voit s'ouvrir un nouveau chapitre de son histoire, sans la famille Decelle. ■

Xavier Demarle

Les chiffres clés de Picard Surgelés* ▼

Source : société * données à fin mars de chaque année



« Ce faisant, un client mettra entre six à sept ans pour découvrir pleinement l'assortiment d'un point de vente, poursuit-elle. En comparaison, un hypermarché lui offrira certes autant de produits, mais beaucoup sont dupliqués sous plusieurs marques et conditionnements. » A ce stade, Picard doit trouver d'autres relais de croissance. Notamment en s'étendant à l'étranger.

Dix managers aux manettes

Nommé P-dg de Picard Surgelés en avril 2009, **Philippe Pauze** (60 ans, ESCP) a notamment dirigé le réseau de supermarchés de Carrefour et Panavi, qui commercialise des produits surgelés de boulangerie et de viennoiserie. Au directoire, il est épaulé par neuf autres managers. Parmi eux, figurent cinq femmes : la daf **Christine Declercq** (48 ans, Institut commercial de Nancy, expert-comptable), la directrice du développement **Emmanuelle Bazin** (41 ans, ISC-Paris), la directrice

des ventes **Patricia Guyot** (47 ans, ESTBA), celle du marketing et des achats **Delphine Courtier** (41 ans, ENSBANA), et celle chargée de la qualité **Elisabeth Bouton** (44 ans, DUT biologie appliquée à l'agroalimentaire). Le dispositif se complète du DRH **Joël Amelot** (56 ans, ENPC), de **Jacques-Yves Genière** (52 ans) pour la supply chain, d'**Hervé Guehl** (40 ans) à l'informatique, et du directeur des opérations en Italie **Stefano Moretti** (41 ans, Université de Parme). ■