

Votre association doit-elle acquitter les impôts commerciaux ?

On pense habituellement que les associations qui, par définition, ne poursuivent pas de finalités lucratives, sont exonérées des impôts commerciaux (impôts sur les sociétés, taxe professionnelle et T.V.A.). Et c'est encore vrai dans un certain nombre de cas, mais sous réserve de respecter des conditions strictes, explicitées dans l'instruction fiscale de 1998. Si ces conditions ne sont pas remplies, l'association est soumise aux impôts commerciaux.

L'instruction fiscale du 15 septembre 1998

Tout en réaffirmant le principe général de non-imposition des associations, une méthode d'analyse en 3 étapes reposant sur des critères simples et aussi objectifs que possible, permet de déterminer si l'association est exonérée ou non :

- l'association a-t-elle une gestion désintéressée ?
- l'association exerce-t-elle une activité qui concurrence une entreprise commerciale, notamment au regard du "Produit" proposé, du "Public" visé, du "Prix" pratiqué et de la "Publicité" réalisée (règle des 4 "P") ?

Si l'association, bien que s'appliquant une gestion désintéressée, exerce au moins une activité en concurrence avec une entreprise commerciale dans la même zone géographique et si elle le fait selon des modalités semblables au regard des 4 critères ci-dessus, en vertu du principe d'égalité devant l'impôt, elle sera soumise aux impôts commerciaux pour éviter toute distorsion de concurrence.



(suite...)

En bref, pour bénéficier de l'exonération, l'association doit, dans tous les cas, avoir une gestion désintéressée (dirigeants statutaires non rémunérés et ne tirant aucun avantage de leur fonction, pas de distribution de bénéfices ou d'actifs à ses membres) ; si son activité, ou une de ses activités même accessoire - comme une vente d'objets destinée à financer son activité sociale principale - entre en concurrence avec une entreprise commerciale de la même zone, il faut que l'association se différencie au niveau des 4 critères (les 4 "P") pour établir un faisceau d'indices montrant la spécificité sociale de l'association dans l'exercice concret de chaque activité (en plus de sa finalité générale) :

- **le produit** doit répondre à un besoin peu ou mal pris en compte par le marché local ou se différenciant de ceux proposés par son utilité sociale ;
- **le public visé** doit comprendre principalement des personnes justifiant d'avantages particuliers au vu de leur situation économique ou sociale ;
- **les prix pratiqués** doivent être inférieurs à ceux du marché (en plus de l'incidence de la défiscalisation) ou modulés selon la situation financière des participants ;
- **la publicité**, à part la communication faisant appel à la générosité publique, doit s'apparenter à une information non agressive ne visant pas à capter ou détourner des clientèles.

Quelques précisions à noter :

- un dirigeant sera considéré comme rémunéré s'il a retiré de sa fonction un avantage direct ou indirect, autre que le remboursement de frais justifiés, avec une tolérance si la rémunération brute annuelle et les avantages cumulés, versés par une ou plusieurs associations liées entre elles, n'excèdent pas les 3/4 du SMIC (cas notamment d'un employé salarié des dirigeants statutaires) ; la rémunération des autres salariés doit être conforme aux usages du secteur et justifiée par le travail effectif fourni (notamment, pour les membres de la famille des dirigeants).
- Une association qui relève d'une gestion désintéressée et présente des caractéristiques d'une gestion commerciale pour une partie de son activité accessoire à son activité principale non lucrative, peut bénéficier d'une

franchise d'impôts commerciaux pour ses activités lucratives, lorsque les recettes lucratives n'excèdent pas 60 000 €/an ; si les activités lucratives sont dissociables des activités non lucratives significativement prépondérantes, l'association peut créer un secteur d'activité distinct (bilan fiscal de départ, tenue d'une comptabilité séparée, affectation des moyens d'exploitation) sur lequel, seuls, seront assis les impôts commerciaux (on parle alors de "sectorisation" des activités).

- L'association - même si sa gestion est désintéressée et son activité non concurrentielle - qui agit au profit d'entreprises commerciales, notamment, en apportant un service à ses membres ou en réduisant le coût qu'ils auraient supporté individuellement par une mise en commun, est considérée comme lucrative et donc soumise aux impôts commerciaux (par exemple, les associations offrant à leurs membres des prestations comptables).

Deux exemples concrets pour mieux comprendre la règle des 4 "P"

Dans les deux cas, on a supposé que la gestion de l'association était désintéressée, les dirigeants, Président et membres du conseil, ne percevant aucune rémunération et aucun avantage direct ou indirect de la part de l'association.

Cas 1 :

"Une association a pour objet statutaire de promouvoir le développement du sport ; pour ce faire, elle organise un marathon auquel participent des coureurs professionnels rémunérés, financé essentiellement par du parrainage et des droits de retransmission et également par la vente de produits dérivés. L'accès est gratuit pour les spectateurs et les sommes reçues sont utilisées exclusivement pour les frais d'organisation, la rétribution des coureurs professionnels et le paiement des primes aux vainqueurs ; les excédents sont versés à des œuvres. Doit-elle payer des impôts commerciaux ?".

(suite...)





(suite...)

■ Concurrence avec une entreprise commerciale ?

L'organisation de manifestations sportives est aussi réalisée dans la région par des entreprises commerciales ; il en est de même de la vente de produits dérivés, des produits similaires étant en vente chez les commerçants : il y a donc concurrence avec des entreprises lucratives.

■ Modalités d'exercice de chaque activité au regard des 4 "P" :

- **Produit** : les activités (manifestation sportive et vente de produits) ne tendent pas à satisfaire des besoins non pris en compte par le marché ;

- **Public** : même si les excédents bénéficient à des personnes défavorisées, le marathon et la vente s'adressent à tout public, avec des prestations réalisées au profit d'entreprises commerciales, apportant le parrainage et les droits de retransmission ;

- **Prix** : même si l'accès au circuit est gratuit, les prix pratiqués par la vente des produits dérivés et les droits de retransmission sont de même niveau que ceux du marché ;

- **Publicité** : l'association a recours à toute forme de publicité et le fait massivement.

■ Conclusion :

L'association exerce une activité concurrentielle selon des modalités comparables à celles des entreprises commerciales et doit donc être soumise aux impôts commerciaux.

(suite...)

Cas 2 :

“Une association qui a pour objet la promotion du théâtre, a créé une compagnie théâtrale composée d'artistes professionnels et produit des spectacles dans les grandes villes de province ; ses ressources proviennent des entrées payées par les spectateurs (80%) et d'une subvention versée par une société commerciale, en contre partie de l'apposition de sa marque sur les affiches (20%) ; les ressources ne couvrent que la rémunération des artistes, les locations de salles, les frais de décors et déplacements. Est-elle soumise aux impôts commerciaux ?”

■ Concurrence avec une entreprise commerciale

Des spectacles de théâtre sont également proposés par des sociétés commerciales ; il en est de même pour la prestation de services (apposition de la marque sur les affiches) réalisée au profit du sponsor : l'association concurrence donc le marché.

■ Modalités d'exercice de chaque activité au regard des 4 “P” :

- **Produit** : des produits similaires (DVD du spectacle...) sont également proposés par le marché ;
- **Public** : l'activité est tout public ;
- **Prix** : les ventes de produits dérivés sont réalisées au même tarif que sur le marché ;

- **Publicité** : les moyens utilisés pour faire connaître l'activité culturelle s'apparentent à de l'information et diffèrent de la publicité commerciale.

■ Conclusion :

L'activité de vente de produits dérivés est une activité lucrative, donc soumise aux impôts commerciaux.

Toutefois, cette activité lucrative étant dissociable de l'activité non lucrative qui est significativement

prépondérante, l'association peut “sectoriser” cette activité lucrative qui sera seule imposable, ce qui évitera de lui faire perdre son caractère non lucratif d'ensemble.

De plus, si les recettes tirées de l'activité lucrative sont inférieures à 60 000 €/an, l'association bénéficie d'une franchise d'impôts commerciaux.

