

Fiscalité des associations

- En principe, les associations ne sont pas soumises aux impôts dus par les personnes exerçant une activité commerciale et notamment la TVA, l'impôt sur les sociétés et la taxe professionnelle.
- Néanmoins, bon nombre d'associations ont été conduites, notamment pour améliorer leur financement, à développer des activités lucratives. Aussi, il est apparu nécessaire au législateur de clarifier leur régime fiscal afin d'assurer leur sécurité juridique tout en garantissant le principe d'égalité devant l'impôt.
- L'instruction fiscale 4 H-5-98 du 15/09/98, complétée par l'instruction fiscale 4 H-1-99 du 12/02/99, expose les critères qu'il convient de prendre en compte pour apprécier si une association peut ne pas être soumise aux impôts commerciaux. Pour cela l'instruction fiscale du 15/09/98 propose une analyse en trois étapes :

1^{ère} étape : le club a-t-il une gestion désintéressée ?

- Selon l'article 261-7-1° d du CGI, le caractère désintéressé de la gestion résulte de la réunion des conditions suivantes :
 - l'organisme doit être géré et administré à titre bénévole par des personnes n'ayant elles-mêmes, ou par personne interposée, aucun intérêt direct ou indirect dans les résultats de l'exploitation
 - l'organisme ne doit procéder à aucune distribution directe ou indirecte de bénéfice, sous quelque forme que ce soit
 - les membres de l'organisme et leurs ayants droit ne doivent pas pouvoir être déclarés attributaires d'une part quelconque de l'actif, sous réserve du droit de reprise des apports
- En cas de versement d'une rémunération aux dirigeants (pour un travail effectif!), Il est admis que le caractère désintéressé de la gestion de l'association ne soit pas remis en cause si la rémunération brute annuelle ne dépasse pas les trois quarts du SMIC. Pour information, rien n'exclut explicitement la possibilité de rémunérer plusieurs dirigeants en-dessous des trois quarts du Smic, même si le total de ces rémunérations dépasse ce plafond (réponse Weber, n° 22709, AN, 22 février 1999, p. 1064-1065).

2^{ème} étape : le club concurrence t-il une entreprise commerciale ?

- La situation du club s'apprécie par rapport à des entreprises ou des organismes lucratifs exerçant la même activité dans le même secteur
- La question qu'il convient de se poser est donc de savoir si le public peut indifféremment s'adresser à une structure lucrative ou non lucrative. Cet élément s'apprécie en fonction de la situation géographique de l'organisme.
- Pour considérer que le club concurrence une entreprise commerciale, il faut qu'il y ait :
 - une identité de public et d'activité **ET**
 - une identité de zone géographique d'attraction

3^{ème} étape : le club exerce t-il son activité dans des conditions similaires à celle d'une entreprise commerciale ?

- Pour apprécier si un club exerce son activité dans des conditions similaires à celles d'une entreprise commerciale, il faut examiner quatre critères (dans un ordre décroissant d'importance), selon la méthode du faisceau d'indices (**méthode des 4 P**) :
 - **le Produit proposé** : l'activité tend-elle à satisfaire des besoins déjà pris en compte par le marché ?
 - **le Public visé** : l'activité est-elle réalisée au profit de catégories de personnes en situation difficile sur le plan moral, physique ou financier ?
 - **le Prix pratiqué** : le club pratique t-il des tarifs nettement inférieurs à ceux des organismes lucratifs ?
 - **la Publicité** : le club a-t-il recours aux mêmes méthodes et procédés commerciaux que les entreprises pour se créer une clientèle ?

