

15. Organismes sans but lucratif
15 A. Associations

Critères de lucrativité des associations de création artistique.

Question :

Dans quels cas les activités des associations de création artistique sont-elles exonérées des impôts commerciaux ?

Réponse :

Les associations de création artistique produisent et créent des oeuvres qui peuvent réunir plusieurs artistes dans des disciplines telles que les arts plastiques, les arts de la rue, du cirque, de la danse, de la musique, du théâtre.

Les associations de création artistique ont un rôle d'animation de la vie sociale et culturelle.

Elles atteignent ces buts par la production d'oeuvres, de spectacles, par l'organisation de manifestations artistiques, par la diffusion des oeuvres produites, par des actions de formations, par l'encadrement de pratiques amateurs, etc...

Les associations de création artistique peuvent être exonérées des impôts commerciaux sous les conditions suivantes.

1) Etape n°1 : L'association doit être gérée de façon désintéressée

Sous réserve de l'application des mesures de tolérance précisées par l'instruction [4 H-5-06](#), la gestion doit être désintéressée. Les dirigeants, de droit ou de fait, doivent exercer leurs fonctions à titre bénévole.

Le recours à un directeur salarié, qui peut participer à titre consultatif au conseil d'administration, n'est pas de nature à remettre en cause le caractère désintéressé de la gestion de l'organisme dès lors que le conseil d'administration détient un pouvoir de nomination et de révocation du directeur et en fixe la rémunération.

Néanmoins, en raison de la spécificité de l'activité artistique, il est admis que le directeur dispose d'une grande liberté pour la gestion de l'organisme, notamment en matière d'orientation artistique, sans que la gestion désintéressée soit remise en cause.

Inversement, lorsque le directeur, membre ou non du conseil d'administration, se substitue à lui pour la définition des orientations majeures de l'activité de l'organisme, sans contrôle effectif de ce conseil, ou fixe lui même sa propre rémunération, il sera considéré comme dirigeant de fait entraînant par là même la gestion intéressée de l'organisme.

2) Etape n°2 : L'association concurrence-t-elle un organisme du secteur lucratif ?

La spécificité des associations de création artistique est la production d'oeuvres originales, expérimentales ou innovantes dans le cadre d'un projet culturel et artistique global clairement affiché. Ces associations qui sont des compagnies, des troupes, des collectifs ou des groupements réunis autour d'artistes ont pour objet le développement de performances artistiques qui n'ont en général pas vocation à être exploitées commercialement. Elles sont donc en principe non concurrentielles.

Néanmoins, si ces associations exerçaient leurs activités en concurrence avec des entreprises du secteur concurrentiel, il conviendrait d'étudier les critères dit des « 4 P ».

3) Etape n°3 : Conditions de l'appréciation de la " lucrativité " de l'activité de l'association dans le cas d'une situation de concurrence avec un organisme du secteur lucratif.

Afin de vérifier qu'une association réalise une activité non-lucrative bien qu'elle soit en concurrence avec des entreprises du secteur lucratif, il convient d'analyser le produit offert, le public visé, le prix pratiqué et les méthodes commerciales mises en oeuvre, étant précisé que le fait que des participants soient rémunérés pour leurs prestations ne doit pas conduire à éluder l'étude des différents critères de non-lucrativité sous réserve, bien entendu, du respect de l'étape n° 1. Ces critères qui constituent un faisceau d'indices sont classés en fonction de l'importance décroissante qu'il convient de leur accorder.

a) Produit :

Une association pourra notamment se distinguer d'une entreprise commerciale dès lors qu'elle :

- propose des créations artistiques, c'est-à-dire des oeuvres dont la caractéristique artistique est d'être innovante ou expérimentale et de connaître une faible notoriété. Dans tous les cas, les oeuvres proposées ne s'inscrivent pas dans une exploitation de type commercial (réseaux de grande diffusion organisée et exploitation médiatique) ;
- propose des créations d'artistes amateurs ou professionnels sans moyens financiers et dont la notoriété ou le projet artistique est à établir. Ces artistes trouvent souvent au sein de ces associations l'occasion unique de produire et de diffuser leurs oeuvres ;
- développe et organise autour de la production artistique un projet éducatif et d'action culturelle clairement identifié en direction de populations spécifiques issues des quartiers défavorisés ou de zones rurales sous-équipées et mal pourvues en offre culturelle et artistique ;
- fonctionne grâce à la participation active de bénévoles dans la production et la valorisation des créations artistiques.

b) Public :

Les créations artistiques proposées peuvent s'adresser à tout type de public de manière indifférenciée. Néanmoins, les actions que les associations peuvent mener auprès de publics défavorisés issus de quartiers ou de zones rurales sous-équipés et mal pourvus en offre culturelle et artistique, en leur permettant d'assister aux spectacles et aux animations proposées et/ou de participer à l'organisation même des activités permettent de considérer que ce critère est rempli.

c) Prix :

Lorsque la prestation artistique ou l'oeuvre est acquise par une collectivité (collectivités locales, entreprises) le critère relatif au prix ne peut être considéré comme un critère de différenciation.

Lorsque le public participe au financement de la prestation artistique (notamment lors de spectacles), les prix proposés doivent être dans tous les cas inférieurs d'au moins un tiers au prix proposé par les organismes du secteur concurrentiel et peuvent être modulés en fonction de la situation des spectateurs.

d) Publicité :

Les associations peuvent proposer des opérations d'informations (plaquettes de présentations, publipostages, affiches, site internet, etc...), notamment pour informer les personnes auxquelles s'adressent les créations qu'elles réalisent, sans que soit remise en cause leur non-lucrativité à condition que les moyens mis en oeuvre ne puissent s'assimiler à de la publicité par l'importance et le coût de la campagne de communication.

Nota : compte tenu des contraintes fixées aux collectivités par l'application du code des marchés publics, ces activités font parfois l'objet d'un appel d'offres public donnant lieu à la conclusion d'un marché. Cet état de fait ne permet de conclure à l'existence d'une concurrence réelle que si des entreprises commerciales participent à ces appels d'offre de manière habituelle.

Il est précisé à titre d'exemple que la situation fiscale des centres nationaux de création musicale doit être appréciée au regard des principes ci-dessus dégagés.