

Note fédérale sur la pratique d'activités lucratives par les associations affiliées

La fédération est régulièrement sollicitée par ses clubs sur la légalité, le cadre réglementaire et les limites des activités lucratives qu'ils peuvent être amenés à proposer. Le cas du vol découverte en biplace est le plus récurrent, mais la vente de prestations diverses ou de matériel est elle aussi régulièrement questionnée.

La notion de concurrence avec le champ professionnel, et la question de son caractère loyal ou non, reviennent elles-aussi fréquemment, avec le plus souvent un ancrage local.

Cette note a pour ambition de clarifier ce sujet – le régime fiscal des associations - qui est parfois source de tensions entre les milieux professionnel et associatif, mais plus largement au sein du milieu fédéral.

Si la réglementation apparaît relativement claire, sa connaissance, son interprétation et par là-même son respect par les acteurs eux-mêmes, le sont moins.

Les règles tiennent en fait dans un seul texte : **le bulletin officiel des impôts N° 208 du 18 décembre 2006** (ou instruction 4-H-06).

Celui-ci traite du « régime fiscal applicable aux organismes sans but lucratif (associations régies par la loi du 1er juillet 1901, congrégations religieuses, associations régies par la loi locale maintenue en vigueur dans les départements de la Moselle du Bas-Rhin et du Haut-Rhin, fondations reconnues d'utilité publique et fondations d'entreprise) » et fait le tour de la question de manière exhaustive.

Résumer ses 53 pages, 5 titres et 285 articles est un exercice difficile auquel nous ne nous essaierons pas ici !

Pour autant, nous vous livrons ci-dessous quelques éléments clefs en réponse à la question centrale :

« un club peut-il recevoir de l'argent en contrepartie de la vente de prestations, de quelle(s) nature(s) et sous quelles conditions ? »

Et pour que les choses soient claires dès le départ, la réponse à cette question est oui¹ sur le principe, mais elle peut avoir des conséquences en termes de fiscalité.

Les points principaux sur lesquels le législateur se prononce ensuite sont :

- 1 - La définition de l'activité lucrative
- 2 - Le caractère intéressé ou non de la gestion de ces activités lucratives par l'organisme à but non lucratif
- 3 - La situation fiscale et les plafonds et exonérations diverses
- 4 - La question de la concurrence avec le secteur lucratif (les OBL)

1 - Détermination du caractère lucratif des activités d'un organisme sans but lucratif (OSBL)

1. Les associations visées par la loi de 1901, ne sont, en principe, pas soumises aux impôts commerciaux (impôt sur les sociétés de droit commun, taxe professionnelle et taxe sur la valeur ajoutée). Seul l'exercice d'une activité lucrative peut remettre en question le bénéfice de ces exonérations.

2. Le caractère lucratif d'un organisme est déterminé au moyen d'une démarche en trois étapes

3. Cette démarche est la suivante (Titre 1).

¹ **Article 1 de la loi du 1 juillet 1901** : « L'association est la convention par laquelle deux ou plusieurs personnes mettent en commun, d'une façon permanente, leurs connaissances ou leur activité dans un but autre que de partager des bénéfices. » : si une association doit avoir un objet désintéressé, cela ne lui interdit pas au regard de la loi de réaliser des opérations lucratives dégageant des bénéfices ; simplement, ces bénéfices ne peuvent pas être partagés entre les membres, mais réinvestis dans les activités de l'association.

1ère étape : Examen du caractère intéressé ou non de la gestion de l'organisme.
Si le caractère intéressé de la gestion est avéré, l'organisme est soumis aux impôts commerciaux².

Dans le cas contraire, il convient de passer à la deuxième étape.

2ème étape : Examen de la situation de l'organisme au regard de la concurrence.

L'organisme exerce-t-il son activité en concurrence avec des entreprises du secteur lucratif ?

Il faut distinguer deux hypothèses :

- l'activité de l'organisme ne concurrence aucune entreprise : dans cette hypothèse, l'activité de l'organisme n'est pas lucrative et elle n'est donc pas soumise aux impôts commerciaux.

- l'activité de l'organisme est exercée en concurrence avec une entreprise (du secteur lucratif) : dans cette hypothèse, l'activité n'est pas pour autant systématiquement lucrative.

Il convient en effet d'examiner si cette activité est exercée dans des conditions similaires à celles des entreprises du secteur lucratif.

3ème étape : Examen des conditions d'exercice de l'activité.

La comparaison des conditions d'exercice de l'activité est effectuée à l'aide d'un faisceau d'indices. Cette méthode, dite « des 4 P », consiste en une analyse de quatre critères, classés par ordre d'importance décroissante : le « Produit » proposé par l'organisme, le « Public » visé par l'organisme, le « Prix » pratiqué et les opérations de communication réalisées (« Publicité »).

Au terme de cette troisième étape – détaillée plus bas -, seuls les organismes qui exercent leur l'activité dans des conditions similaires à celles d'entreprises commerciales qu'ils concurrencent, sont soumis aux impôts commerciaux.

NDLR : Ce sont les services de la répression des fraudes en région qui peuvent seuls mener ces investigations.

EN RESUME ET CONCRETEMENT

Les associations sont parfaitement libres de développer des activités, dites « commerciales » mais il faut comprendre qu'une activité concurrentielle du secteur marchand doit répondre aux mêmes règles et aux mêmes contraintes que le secteur marchand : A activité identique / charges fiscales et réglementaires identiques.

Avant d'engager le club, prenez le temps de mettre vos projets en regard des règles qui vont être présentées ci-dessous.

2 - Caractère intéressé ou non de la gestion d'un OSBL

Si la gestion de l'association est désintéressée, et qu'il ne concurrence pas le secteur commercial (Chapitre 2 – Section 1), un OSBL n'est pas imposable.

Si sa gestion est désintéressée et qu'il concurrence le secteur commercial, un OSBL est imposable lorsqu'il exerce son activité selon des modalités de gestion similaires à celles des entreprises commerciales (Chapitre 2 – Section 2).

Pour ne pas être soumis aux impôts commerciaux, les OSBL doivent avoir une gestion désintéressée.

Le caractère désintéressé de la gestion d'un organisme est avéré si les conditions suivantes sont remplies :

- l'organisme est 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 procède à aucune distribution directe ou indirecte de bénéfice, sous quelle que forme que ce soit.

² Ce n'est donc pas interdit. D'un point de vue fiscal, l'association sera simplement soumise aux impôts commerciaux.

EN RESUME ET CONCRETEMENT : Un membre du bureau, ou un gestionnaire de fait (celui qui prend les décisions au quotidien même en n'étant pas élu) ne peut non seulement pas être payé pour ses fonctions mais il ne peut pas non plus être payé/indemnisé/dédommagé pour des activités de terrain (sauf le strict remboursement de frais sur justificatifs), ni bénéficier d'avantages en nature.

Si c'est la cas la gestion est « intéressée » et la fiscalisation automatique.

Si la gestion est bien désintéressée, on passe à l'étape suivante.

3 - Situation fiscale - Conditions d'assujettissement aux impôts commerciaux des activités d'un organisme sans but lucratif

Lorsqu'une activité est reconnue lucrative, elle peut néanmoins bénéficier des exonérations propres à chacun des trois impôts commerciaux dès lors qu'elle en remplit les conditions (Titre 3 – Chapitre 1).

L'examen de la lucrativité des activités exercées par un organisme est conduit activité par activité. Ainsi, un organisme peut se trouver en situation de non-concurrence pour certaines de ses activités, et en situation de concurrence pour d'autres.

Si toutes les activités exercées par un organisme sont non lucratives, l'organisme n'est pas soumis aux impôts commerciaux et ce quel que soit le montant de son budget ou de son chiffre d'affaires.

Si l'organisme exerce une ou plusieurs activités lucratives en plus de ses activités non lucratives, il est en principe soumis à l'impôt sur les sociétés et à la TVA pour l'ensemble de son activité. Toutefois, l'assujettissement à ces deux impôts porte au plus sur ses activités lucratives, dès lors que ses activités non lucratives sont prépondérantes.

Portée de la taxation en cas d'activités non lucratives prépondérantes^[1]

Des dispositifs limitant la portée de la taxation ont été mis en place lorsque les activités non lucratives sont significativement prépondérantes ^[2]

Les organismes sans but lucratif, quel que soit leur chiffre d'affaire global, n'ont pas à soumettre leurs activités non lucratives aux impôts commerciaux si les conditions suivantes sont remplies :

- les activités non lucratives demeurent significativement prépondérantes ;
- l'organisme concerné exerce accessoirement des activités lucratives ;
- les recettes d'exploitation annuelles afférentes aux activités lucratives sont inférieures ou égales à 60 000 €* (Titre 3 – Chapitre 2).

³Il est rappelé que les recettes tirées de six « manifestations de bienfaisance ou de soutien » organisées dans l'année à leur profit exclusif, exonérées en application de l'article 261-7-1°-c du code général des impôts, ne sont pas prises en compte pour l'appréciation de ce seuil. Sont clairement visées ici les « journées découverte » organisées par les clubs (gonflages au sol, initiation ponctuelle toutes disciplines, vols découverte en biplace). Leur nombre n'est en aucun cas limité à six par an.

EN RESUME ET CONCRETEMENT : Pour éviter une fiscalisation sur une activité commerciale elle doit représenter moins de 50% des recettes du club ET moins de 60 000€ (ATTENTION pas seulement – de 60KE), les recettes de la fête du Club par exemple rentrent dans les « manifestations de bienfaisance et de soutien », elles ne compteront pas dans les recettes commerciales.

4 - Question de la concurrence avec le secteur lucratif (les OBL)

Pour apprécier si l'organisme exerce son activité dans des conditions similaires à celles d'une entreprise, il faut examiner successivement les critères suivants selon la méthode du faisceau d'indices : le "**Produit**" proposé par l'organisme, le "**Public**" bénéficiaire, les "**Prix**" qui sont pratiqués, et les opérations de communication réalisées (« **Publicité** »). C'est la **règle des « 4P »**.

Ces critères n'ont pas tous la même importance et sont listés en fonction de l'importance décroissante qu'il convient de leur accorder. Par exemple, le critère de la « Publicité » ne peut à lui seul permettre de conclure à la lucrativité d'un organisme. A l'inverse, une attention toute particulière doit être attachée aux critères de l'utilité sociale ("Produit" et "Public") et de l'affectation des excédents.

Il n'est pas exigé que tous les critères soient remplis pour que les conditions d'exercice soient considérées comme différentes de celles des entreprises du secteur lucratif (méthode dite du faisceau d'indices).

Le caractère d'utilité sociale de l'activité ("Produit" et "Public")

A. LE "PRODUIT"

Est d'utilité sociale l'activité qui tend à satisfaire un besoin qui n'est pas pris en compte par le marché ou qui l'est de façon peu satisfaisante.

Certaines administrations, notamment celles de l'Etat, ont mis en place des procédures de reconnaissance ou d'agrément des organismes sans but lucratif qui, agissant dans leur secteur d'intervention, peuvent contribuer à l'exercice d'une mission d'intérêt général, voire de service public.

Commentaire : sur un territoire sans offre biplace professionnelle, du biplace proposé par une association aurait toute sa place et pourrait possiblement échapper à l'impôt.

B. LE "PUBLIC" BENEFICIAIRE

Sont susceptibles d'être d'utilité sociale les actes payants réalisés principalement au profit de personnes justifiant l'octroi d'avantages particuliers au vu de leur situation économique et sociale (chômeurs, personnes handicapées ou éloignées de la pratique notamment...).

Commentaire : le biplace handi rentre dans la catégorie « produit d'utilité sociale mal pris en compte par le secteur lucratif », par contre ce n'est pas le cas du biplace « classique » pour personne valide qui donc serait susceptible d'être soumis aux impôts commerciaux.

C. LE « PRIX » - Les conditions dans lesquelles le service est accessible au public bénéficiaire

Il convient d'évaluer si les efforts faits par l'organisme pour faciliter l'accès du public se distinguent de ceux accomplis par les entreprises du secteur lucratif, notamment par un prix nettement inférieur pour des services de nature similaire. Cette condition peut éventuellement être remplie lorsque l'organisme pratique des tarifs modulés en fonction de la situation des clients.

Commentaire : un prix plus bas que le marché n'est pas à considérer forcément comme de la concurrence déloyale pour peu que le public visé n'ait manifestement pas les moyens de se payer un biplace auprès d'une structure professionnelle.

D. LA « PUBLICITE » - Le caractère non commercial des méthodes utilisées

En principe, le recours à des pratiques commerciales est un indice de lucrativité.

L'organisme peut néanmoins réaliser une information, notamment sur des sites internet, sur ses prestations sans toutefois que celle-ci s'apparente à de la publicité commerciale destinée à capter un public analogue à celui des entreprises du secteur concurrentiel.

L'attention est appelée sur le fait que des interrogations de moteurs de recherche peuvent faire apparaître pour une même requête aussi bien des sites d'entreprises du secteur lucratif que d'organismes sans but lucratif.

Pour distinguer l'information de la publicité, il convient de regarder si le contenu des messages diffusés et le support utilisé ont été sélectionnés pour tenir compte du public particulier auquel s'adresse l'action non lucrative de l'organisme en cause.

Le fait qu'un organisme sans but lucratif dispose d'un site internet pour informer tant ses adhérents que toute personne intéressée par ses activités ne doit pas conduire à considérer que cette association recourt à des méthodes commerciales destinées à capter un public analogue à celui des entreprises du secteur concurrentiel. Internet apparaît en effet comme un vecteur normal de diffusion d'informations pour un organisme sans but lucratif.

EN RESUME ET CONCRETEMENT : LA question à se poser avant de mettre en place des activités est : Est-ce que ce que le club veut vendre est proposé par des professionnels (indépendants/Ecoles/Sociétés...peu importe) dans le secteur (alentour entre 30 à 50km) ? Si oui, est ce que ce qui est proposé le serait auprès du même public, en clair tout public, et est-ce que les tarifs seront équivalents (on ne parle pas de quelques euros d'écart) ?

Si la réponse est oui, la fiscalisation s'applique : Le club travaille comme les pros, il doit se plier aux mêmes règles ;

Si le club met en place des produits auprès de publics spécifiques, à des tarifs adaptés (liés par exemple aux ressources des publics) et notoirement moins élevés dans un objectif de découverte et de pratique, il remplit sa mission associative, sinon il est « marchand » et donc fiscalisé.

Et la déontologie fédérale, dans tout ça ?

La fédération française de vol libre, comme toute autre association agréée par le ministère des sports et bénéficiant d'une délégation de service public, a pour mission d'organiser la pratique des disciplines déléguées. Elle s'acquitte de cette mission, parmi d'autres, depuis plus de 40 ans. Le contexte atypique de cohabitation qui est le nôtre - sous la même bannière fédérale et sur les mêmes espaces de pratique - entre milieu associatif et monde professionnel génère notamment un rapprochement de tous les instants. Les fonctionnements sont mutuellement connus, le milieu est suffisamment restreint pour qu'à quelques vallées ou contrées reculées près, tout le monde se connaisse ou presque. Il en découle dans l'énorme majorité des cas un équilibre relativement stable, seulement bousculé par l'arrivée de nouveaux acteurs.

Pour autant, si l'activité professionnelle est largement encadrée par les règles édictées par les services de l'État, relatives notamment à l'obligation de diplôme, la déclaration d'activité auprès de différents services, la fiscalité,

celle de nos bénévoles ne l'est que par les textes fédéraux. Moins « pesants » en termes réglementaires, ils ont néanmoins pour vocation de définir les droits et devoirs de nos clubs affiliés, mais aussi des détenteurs des qualifications fédérales, nécessairement bénévoles et toujours synonymes de désintéressement financier.

A ce titre, nous souhaitons rappeler ici qu'aucun avantage en nature, de quelque nature qu'il soit, ne peut être concédé aux encadrants non professionnels.

La vente de prestations sportives, dont nous avons vu qu'elle était possible aux associations seulement, ne peut donc se justifier qu'au regard de charges réelles engagées par celles-ci.

Dans tous les cas, une information claire du public bénéficiaire de ces prestations payantes est nécessaire. Il doit savoir quel « produit » lui est proposé, à qui il verse de l'argent et pourquoi.

Seuls les frais réellement engagés par l'association ou le cadre bénévole peuvent faire l'objet de mouvements financiers, sur présentation de justificatifs³.

Au plan tarifaire, la non-concurrence visée avec le secteur « marchand » doit inciter le club à pratiquer des « prix » justifiables, accessibles et raisonnables.

Pour sa part, - et pour exemples - un pilote biplaceur associatif n'a strictement pas le droit de commercialiser, fût-ce au nom de son club ou club-école, une offre de vol découverte ou de baptême, pas plus qu'un moniteur de nos disciplines ne peut le faire en son nom pour des séances, cycles ou stages de découverte, d'initiation ou de perfectionnement.

Pour compléter ce tour d'horizon, un nombre très restreint de nos associations nous questionnent parfois sur deux sujets connexes : la revente de matériel aux membres et la proposition de voyages « organisés ».

Dans le premier cas, c'est encore l'instruction des impôts qui encadre l'activité, et les mêmes règles des 4 P s'appliqueront en cas de recherche du caractère désintéressé ou non.

Concernant les voyages – sur le territoire ou à l'étranger - organisés par le club pour ses adhérents, pratique somme toute assez courante, nous vous invitons à lire ou relire la note annexée à cet état des lieux.

En résumé, pour ce qui concerne le rôle et la position de la FFVL sur ces sujets complexes :

Il est essentiel de rappeler que le développement de nos clubs - comme la pérennité de nos OBL - est clairement fixé dans l'objet statutaire de la fédération. Au-delà de notre volonté certaine d'accompagner nos clubs, c'est aussi une obligation associée à notre délégation de service public, et la FFVL se doit de rendre des comptes à ce sujet, notamment au ministère en charge des sports.

Il n'est évidemment pas question pour la fédération de promouvoir une quelconque concurrence entre les OBL agréés et les clubs ou clubs-école affiliés, mais plutôt chaque fois que c'est possible des formes variées de partenariat « gagnant-gagnant », comme elle l'a fait historiquement pour les disciplines fondatrices. Le savoir vivre ensemble ne peut pas uniquement se concevoir avec des lois et des règlements qui peuvent par ailleurs s'appliquer différemment, étant lus prisme au de situations locales sur l'aspect concurrentiel par exemple.

Si certains de nos clubs développent aujourd'hui une activité lucrative, la FFVL souhaite les accompagner au mieux dans cette démarche, avec la plus grande vigilance, en veillant à bien à les informer du cadre réglementaire en vigueur.

C'est ce que nous avons tenté de faire ici !

³ Ces mouvements financiers sont normalement inscrits dans la comptabilité de l'association, premier élément à produire par le président de club en cas de contrôle. A noter que notre R.I. fédéral prévoit la transmission à la fédération du bilan comptable annuel du club, comme du compte-rendu de son assemblée générale !

Annexe

Lorsqu'un club organise un voyage de groupe...

De façon récurrente, la question du cadre juridique de l'organisation de voyages par les clubs de la fédération nous est posée.

En effet nombre de clubs proposent bien légitimement des sorties à leurs adhérents, celles-ci variant du week-end avec covoiturage et hébergement collectif jusqu'au séjour exotique avec billet d'avion, hébergement, transport et accompagnement sur place, le tout traité collectivement et présenté en formule tout compris.

Nous évoluons alors dans le cadre du code du tourisme qui introduit l'application au plan national de la législation européenne relative à la vente de voyage au forfait. Cette notion de forfait est définie comme la combinaison d'au moins deux opérations telle que transport, logement et/ou prestations touristiques sur une durée dépassant 24 heures proposées à un tarif tout compris et ce quelle que soit la destination ou le lieu de déroulement de la prestation.

Les organismes proposant ce type de prestation se voient alors soumis à des obligations telles que garantie financière, responsabilité civile professionnelle et aptitude professionnelle certifiée afin d'accéder à des statuts, agréments ou habilitations type agence de voyage ou prestataire touristique dûment reconnus et certifiés par Atout France.

Nous nous éloignons des capacités intrinsèques des clubs à mettre en œuvre ce type de moyens. Bien heureusement le législateur en a tenu compte en n'imposant pas aux associations et organismes à but non lucratif de satisfaire aux conditions citées précédemment pour peu qu'elles n'aient pas pour objet l'organisation de voyages ou de séjours et qu'elles ne se livrent à ces opérations qu'à l'occasion de leurs assemblées générales ou de voyages exceptionnels, liés à leur fonctionnement et organisés pour leurs adhérents. En clair tant que vous organisez des séjours avec pour thème principal la pratique de l'activité et ce avec une fréquence relevant d'un caractère secondaire et/ou exceptionnel dans les activités du club, vous êtes dans la légalité.

Cependant voici quelques conseils afin d'éviter de tomber dans certains pièges :

- réservez ces sorties aux adhérents du club et si parfois se greffent des accompagnants et/ou des pratiquants issus d'autres structures, faites-les adhérer au club ;
- sachez que la responsabilité civile au titre d'organisateur souscrite par la fédération couvre les responsables du club pour cette activité d'organisateur, pour autant veillez à ce que les participants soient bien licenciés afin de vous garantir de leur couverture RC chacun restant tiers vis-à-vis des autres ;
- n'hésitez pas, surtout sur les destinations lointaines, à conseiller aux participants la souscription d'assurances complémentaires en Individuelle Accident et particulièrement en Assistance Rapatriement, sensibilisez-les à ce qu'ils soient vigilants aux conditions d'exclusion des risques liés à nos activités comme c'est souvent le cas notamment pour les assurances des cartes de crédits et de plus en plus fréquemment des RC habitation ou multi-risques y compris pour nos activités non volantes ;
- Veillez à ce que la destination entre bien dans le périmètre géographique des divers contrats ou demandez une étendue de celle-ci si nécessaire.

Bons voyages et bons vols.

La commission des Assurances.

⁵Source législative : article L211-18 du code du tourisme pour les activités et professions du tourisme au titre des agents de voyage et autres opérateurs de la vente de voyages et de séjours précisant le régime de la vente de voyages et de séjours et notamment les obligations et conditions d'immatriculation.