

**FICHE TECHNIQUE  
RELATIVE A LA LUCRATIVITE DES ASSOCIATIONS  
EXPLOITANT DES LIEUX DE SPECTACLES VIVANTS**

La présente fiche concerne les associations qui développent une activité culturelle et artistique dans un lieu de spectacles vivants. Elle ne traite pas des bars qui constituent une activité lucrative soumise aux impôts commerciaux.

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-5-98, 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.

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

La zone géographique au sein de laquelle est appréciée la concurrence dépend de la notoriété des artistes accueillis. Ainsi, la concurrence pourra s'apprécier dans un cadre régional voire interrégional lorsque les artistes ont une notoriété nationale et dans un cadre local lorsque les artistes accueillis sont des artistes sans notoriété.

L'existence de la concurrence doit également s'apprécier au regard de la prépondérance de l'activité. Ainsi une association, qui exploite un lieu de spectacle disposant d'un bar qui n'est ouvert que lorsque des artistes se produisent, ne concurrence pas, pour son activité d'accueil de spectacles musicaux, un bar qui fonctionne quotidiennement et accueille en fin de semaine des artistes afin de fournir une animation musicale à ses clients.

**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. 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 se distinguer d'une entreprise commerciale dès lors que :

- sa principale activité ne réside pas dans la simple mise à disposition d'un lieu de spectacle à des artistes;

**UFISC – Union Fédérale d'Intervention des Structures Culturelles**

Fédération nationale des arts de la rue – Fédurok – SYNAVI (Syndicat National des Arts Vivants) – SCC (Syndicat du Cirque de Création) - FSJ (Fédération des Scènes de Jazz et des Musiques Improvisées) – CITI (Centre International pour les Théâtres Itinérants) – Le Chaînon/ FNTAV (Fédération des Nouveaux Territoires des Arts) – Actes'If (Réseau solidaire de lieux culturels franciliens) – RIF (Confédération des réseaux départementaux de lieux de musiques actuelles/amplifiées en Ile de France) – SMA (Syndicat National des petites et moyennes structures à but non-lucratif de Musiques Actuelles) – Zone Franche (le Réseau des Musiques du Monde)  
Membres associés : La FFEC (Fédération Française des Ecoles de Cirque) – La FRAAP (Fédération des Réseaux et Associations d'Artistes Plasticiens) – La Fédération des Acteurs « Culture-Multimédia ».

c/o Maison des Réseaux Artistiques et Culturels – 221 rue de Belleville – 75019 Paris

01 42 49 53 64 – [ufisc.coordination@gmail.com](mailto:ufisc.coordination@gmail.com) – [paola.villain@ufisc.org](mailto:paola.villain@ufisc.org) - [www.ufisc.org](http://www.ufisc.org) - Siret 488 850 439 00016 - APE 9412Z

- elle propose essentiellement, dans le cadre d'un projet global artistique et culturel identifié, des créations artistiques qui ne sont pas diffusées habituellement dans les circuits commerciaux de par leur caractère innovant ou expérimental ou leur très faible notoriété ;
- elle accueille principalement des artistes amateurs ou professionnels sans moyens financiers et dont le projet artistique ou la notoriété personnelle est à établir. Ces artistes trouvent souvent au sein de ces associations l'occasion unique de produire et de diffuser leurs oeuvres ;
- elle développe et organise des activités socioculturelles ou d'action culturelle dans le cadre d'un projet culturel et artistique identifié où la mission d'éducation du public est clairement signalée avec un travail en particulier en direction de populations spécifiques telles que scolaires, rurales ou des quartiers défavorisés ;
- elle fonctionne grâce au soutien de bénévoles qui ont une participation active dans le fonctionnement du lieu de spectacle.

b) Public :

Les spectacles proposés peuvent s'adresser à tout type de public.

Néanmoins, l'implantation locale d'une association et les actions qu'elle peut mener auprès de personnes en difficulté, issues de quartiers défavorisés ou de zones rurales sous-équipés et mal pourvus en offre culturelle et artistique, tant en leur permettant d'assister aux spectacles et aux animations proposées que de participer à l'organisation même des activités permettent de considérer que ce critère est rempli.

c) Prix :

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. Ce critère devra être strictement respecté même lorsque la salle accueille, même ponctuellement, des artistes de renommée nationale ou internationale.

d) Publicité :

Le recours à la publicité constitue un simple indice de lucrativité de l'activité. Au demeurant, les associations peuvent porter à la connaissance du public l'existence des spectacles qu'elles organisent 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.

© Ministère de l'Économie et des Finances - 09/2000

---

**UFISC – Union Fédérale d'Intervention des Structures Culturelles**

Fédération nationale des arts de la rue – Fédurok – SYNAVI (Syndicat National des Arts Vivants) – SCC (Syndicat du Cirque de Création) - FSJ (Fédération des Scènes de Jazz et des Musiques Improvisées) – CITI (Centre International pour les Théâtres Itinérants) – Le Chaînon/ FNTAV (Fédération des Nouveaux Territoires des Arts) – Actes'If (Réseau solidaire de lieux culturels franciliens) – RIF (Confédération des réseaux départementaux de lieux de musiques actuelles/amplifiées en Ile de France) – SMA (Syndicat National des petites et moyennes structures à but non-lucratif de Musiques Actuelles) – Zone Franche (le Réseau des Musiques du Monde)  
Membres associés : La FFEC (Fédération Française des Ecoles de Cirque) – La FRAAP (Fédération des Réseaux et Associations d'Artistes Plasticiens) – La Fédération des Acteurs « Culture-Multimédia ».

c/o Maison des Réseaux Artistiques et Culturels – 221 rue de Belleville – 75019 Paris

01 42 49 53 64 – [ufisc.coordination@gmail.com](mailto:ufisc.coordination@gmail.com) – [paola.villain@ufisc.org](mailto:paola.villain@ufisc.org) – [www.ufisc.org](http://www.ufisc.org) - Siret 488 850 439 00016 - APE 9412Z