

Les tableaux ci-dessous vous aideront à définir l'activité de votre association comme lucrative ou non et à savoir ainsi si vous risquez d'être assujettis à la TVA.

**Voici les questions à vous poser :**

<b>Question n° 1</b>	
<b>La gestion de votre association est-elle désintéressée ?</b>	
<b>NON</b>	<b>OUI</b>
Assujettissement aux impôts commerciaux	Passer à la question n° 2
<b>Question n° 2</b>	
<b>L'activité de votre association concurrence-t-elle une entreprise ?</b>	
<b>NON</b>	<b>OUI</b>
Exonération des impôts commerciaux	Passer à l'étape 3
<b>Question n° 3</b>	
<b>Votre activité s'exerce-t-elle dans des conditions similaires à celles d'une entreprise?</b>	
Pour répondre à cette question, servez-vous de la <b>règle des "4P"</b>	
<b>NON</b>	<b>OUI</b>
Votre association est exonérée des impôts commerciaux	Votre association est imposable aux impôts commerciaux

## Règles des 4P

Pour distinguer pratique associative et gestion purement commerciale, l'instruction fiscale énonce la règle des "4P" (produit, public, prix et publicité) pour évaluer l'utilité sociale de votre association et mesurer l'aspect commercial de vos activités. Ce sont les quatre critères qui seront examinés pour déterminer votre situation fiscale.

### le Produit

Votre activité doit répondre à un besoin qui n'est pas, ou peu, pris en compte par le marché.

Attention : un agrément Jeunesse et Sports sera pris en compte par le fisc mais ce n'est pas suffisant.

### le Public

Vos actions doivent bénéficier à des personnes ayant besoin d'avantages particuliers du fait de leur situation économique et sociale. Vous ne pouvez proposer des services qu'à vos adhérents.

### le Prix

Il permet de mesurer comment vous permettez au public concerné d'avoir accès à vos activités. Vos tarifs doivent être inférieurs au secteur du marché concerné.

### la Publicité

Elle montre le caractère commercial de votre activité. Vous pouvez parfaitement informer le public concerné par vos activités ou faire appel à la générosité publique. Il faut que les moyens que vous mettez en œuvre ne soient pas des moyens de commercialisation du marché (campagne radio, panneaux publicitaires ...)