



# Organiser un événement au sein de l'association

**Jeudi 18 juin 2026**





# ORGANISER UN EVENEMENT AU SEIN DE L'ASSOCIATION



1. CHOISIR SA MANIFESTATION
2. L'ORGANISATION
3. LES REGLEMENTATIONS
4. LA FISCALITE

# POURQUOI UN EVENEMENT ?

Acquérir de la  
notoriété

Faire passer un  
message

Trouver des  
moyens  
financiers  
complémentaires

Souder les  
membres et les  
bénévoles dans  
une ambiance  
festive



# 1. CHOISIR SA MANIFESTATION



# CHOIX DE LA MANIFESTATION ET IMPACT

<i>Type de manifestation</i>	<i>Notoriété</i>	<i>Gains</i>	<i>Organisation</i>
<u>Kermesses</u>	**	**	***
<u>Ventes de charité</u>	*	***	**
<u>Vide-greniers</u>	**	**	*
<u>Lotos</u>	*	***	*
<u>Spectacles</u>	***	*	***
<u>Manifestations sportives</u>	***	*	***
<u>Repas et buvettes</u>	*	***	***
<u>Voyages</u>	*	**	***
<u>Journées "portes ouvertes"</u>	***	*	***
<u>Conférences et colloques</u>	***	*	**



# OBJECTIF NOTORIÉTÉ



# OBJECTIF NOTORIÉTÉ

Les vide-greniers : destinés à tous les publics

**Les spectacles : des évènements plus risqués**

**Les manifestations sportives : séduisent public et sponsors**

**Les journées “portes ouvertes” : une organisation minutieuse**



## Les vide-greniers : destinés à tous les publics

Les vide-greniers ou brocantes rencontrent généralement *beaucoup de succès*. Ils permettent à l'association de se faire connaître en occupant l'espace public et à peu de frais. Ils ne nécessitent pas d'organisation lourde et assurent des gains qui sont souvent fonction... des caprices de la météo !

Les associations peuvent organiser des ventes au déballage lorsque l'activité commerciale est prévue par leur statut.



# VIDES GRENIERS

## Déclaration préalable

*Pour une vente au déballage de revente d'objets mobiliers, l'association doit procéder à une simple déclaration préalable à adresser au maire de la commune du lieu de la vente.*

Elle est adressée dans les mêmes délais que la demande d'autorisation d'occupation temporaire du domaine public (délais propres à chaque commune) *si la vente est prévue sur le domaine public.*

<https://entreprendre.service-public.fr/simulateur/calcul/13939>



# VIDES GRENIERS

## Registre obligatoire

Il est obligatoire de tenir *un registre* coté (à pages numérotées) et paraphé par le commissaire de police ou, à défaut, par le maire, indiquant :

- les noms et prénoms des vendeurs,
- les qualités et coordonnées des participants (exposants),
- la nature, le numéro et la date de délivrance de la pièce d'identité avec l'indication de l'autorité qui l'a établie.



# VIDES GRENIERS

Le registre doit également comprendre pour les participants non professionnels la mention de la *remise d'une attestation sur l'honneur certifiant le respect de deux participations au plus à des manifestations de même nature au cours de l'année civile.*

Le nombre de fois par an où l'association peut organiser un vide-grenier, une braderie ou une foire à la brocante, n'est pas limité.

Toutefois, la durée cumulée des manifestations dans un même local ou sur un même emplacement ne peut pas excéder 2 mois par année civile.



## Les spectacles : des évènements plus risqués

Organiser un spectacle réussi n'est pas facile, investissement peut être important et *les gains sont souvent aléatoires*.

Mieux vaut jouer sur l'originalité

Certaines dates sont particulièrement appropriées :

fêtes de fin d'année,

fête de la musique,

fête des mères,

clôture de l'année scolaire...

*Veillez à l'impact des nuisances sonores et des attroupements* : quelle que soit la qualité du spectacle, il n'est pas question de troubler l'ordre public...



## les manifestations sportives : séduisent public et sponsors

Toutes disciplines confondues, le sport attire toujours un public nombreux et enthousiaste.

Les frais occasionnés par l'organisation d'une manifestation sportive sont assez faibles (il suffit d'obtenir la collaboration de la municipalité pour obtenir une salle, un stade, ou être autorisé à occuper certaines rues ou routes). Mais cela demande, ***pour des raisons de sécurité, un gros travail d'organisation et d'encadrement.***

Il est possible de solliciter la contribution financière des participants ou des spectateurs, ou de rechercher des parrains, pour qui le sport est souvent un excellent support publicitaire.



## Les journées “portes ouvertes” : une organisation minutieuse

Ces journées constituent un moyen très efficace de faire connaître l'association au grand public et de faire preuve de transparence dans les activités.

Mais elles nécessitent une préparation méticuleuse et la mobilisation de nombreuses personnes.



# **OBJECTIF GAINS FINANCIERS**



## OBJECTIF GAINS FINANCIERS

Les kermesses : des évènements fort rentables

Les kermesses sont des manifestations populaires.  
C'est l'un des meilleurs moyens de *se faire connaître du plus grand nombre*, sans distinction de "cible".

Organisation faciles

*Conjuguées avec d'autres types de manifestations comme un loto, une buvette ou un repas, elles peuvent être très rémunératrices.*

Cependant, faire passer des messages au cours d'une kermesse est souvent un exercice délicat.



## OBJECTIF GAINS FINANCIERS

Les lotos : une manifestation traditionnelle du milieu associatif

Un loto demande peu de démarches et mobilise un nombre restreint de bénévoles,  
peut facilement s'insérer dans le cadre d'une autre manifestation : kermesse, repas, bal,  
*génère des recettes non négligeables*, mais est en revanche *peu porteur de messages*.

*N'oubliez pas de respecter les procédures spécifiques pour l'organisation de votre loto.*

La même dérogation au monopole d'État s'applique aux *lotos traditionnels* quand ils sont organisés dans un cercle restreint, dans un but :

- culturel,
- social,
- scientifique,
- éducatif,
- d'animation locale.



# LOTÉRIE OU TOMBOLA

L'État détient encore un monopole sur les jeux d'argent.

Les articles L. 322-1 et suivants du code de la sécurité intérieure (reprenant les dispositions de la loi du 21 mai 1836 modifiée et le décret n°87-430 du 19 juin 1987 régissent l'organisation des loteries et tombolas.

*Les loteries sont absolument interdites dès l'instant où les quatre éléments suivants sont réunis : l'offre au public ; l'espérance d'un gain ; l'intervention du hasard ainsi qu'une participation financière exigée par l'opérateur quelle qu'en soit sa forme et même si un remboursement ultérieur est prévu dans le règlement.*



# LOTERIE OU TOMBOLA

*Toutes les loteries ne sont pas interdites, il existe des exceptions :*

- les loteries organisées exclusivement destinées à des actes de bienfaisance, à l'encouragement des arts et au financement d'activités sportives à but non lucratif. Elles sont cependant soumises à autorisation du maire;
- les lotos traditionnels à condition qu'ils soient organisés dans un cercle restreint, en général dans un cadre associatif;
- les loteries foraines à condition d'offrir exclusivement des lots en nature, d'une valeur maximale égale à 30 fois la mise initiale qui ne peut excéder 1,5 € (décret n° 87-264 du 13 avril 1987);
- les jeux télévisés.



# LOTERIE OU TOMBOLA

Vous devez demander une autorisation à la mairie où est situé le siège social de votre association.

La demande d'autorisation s'effectue par le biais un formulaire accompagné :

des statuts de l'association (en cas de première demande)

du bilan du dernier exercice financier pour les loteries dont le capital d'émission (nombre de billets émis x prix du billet)

dépasse 7 500 €.

[Demande d'autorisation de loterie - actes de bienfaisance - encouragement des arts - financement d'activités sportives à but non lucratif \(Formulaire 11823\\*03\) | Service-public.fr](#)



# LOTÉRIE OU TOMBOLA OU LOTO

**La mise maximum doit être inférieure à 20 €.** Les lots peuvent être des bons d'achats, non remboursables, *mais en aucun cas de sommes d'argent.* Leur valeur n'est plus limitée.



# LOTOS

Un régime particulier

La même dérogation au monopole d'État s'applique aux *lotos traditionnels* quand ils sont organisés dans un cercle restreint, dans un but :

- culturel,
- social,
- scientifique,
- éducatif,
- d'animation locale.

Les autres conditions posées en matière de loterie sont applicables aux lotos traditionnels.

Aucune démarche spécifique n'est à effectuer si le loto est bien organisé dans ces conditions.



## OBJECTIF GAINS FINANCIERS

Les repas et les buvettes : la convivialité à l'honneur

Repas des adhérents, banquet et buvette du quartier, pique-nique du printemps et barbecue du président...

Ces manifestations très conviviales demandent beaucoup de *préparation* mais sont parmi *les plus rémunératrices* pour les caisses de l'association.

Il faut veiller toutefois à remplir toutes les *exigences en matière d'hygiène et de sécurité*.

*N'oubliez pas de respecter les procédures spécifiques pour l'organisation de votre buvette.*

# Les bénévoles peuvent-ils apporter des plats préparés chez eux ?

*Réponse opérationnelle pour dirigeants*

- Oui pour un repas interne entre membres, avec prudence et information.
- À éviter fortement pour une manifestation ouverte au public.
- À proscrire pour repas vendu, public fragile ou denrées sensibles.
- Tolérable sous conditions : produits simples, cuits, peu périssables, sans crème ni chaîne du froid complexe.
- Interdire tout produit douteux, non identifié, transporté à température ambiante ou sans liste d'ingrédients.



**POSITION RECOMMANDÉE** Doctrine écrite avant l'événement, pas une négociation au moment du dépôt des plats.

# Produits faits maison : décision par niveau de risque

*Doctrine simple à adopter*

Produit	Risque	Décision recommandée
Gâteau sec, biscuit, quatre-quarts bien cuit	Faible	Acceptable sous conditions
Cake salé bien cuit	Moyen	Prudence : transport court, ingrédients listés
Tarte cuite sans crème	Faible à moyen	Acceptable si protégée
Quiche maison	Moyen à élevé	À éviter en public
Salade de riz, pâtes, pommes de terre	Élevé	À interdire en public
Mayonnaise maison, mousse, tiramisu	Très élevé	À interdire
Viande, poisson, fruits de mer, plat en sauce	Très élevé	À interdire si préparé à domicile
Produit emballé du commerce	Faible	Acceptable, conserver l'étiquette

# Risques sanitaires majeurs

*Ce qui expose vraiment l'association*

- Rupture de chaîne du froid : transport, attente, service trop long.
- Mauvais refroidissement : plats cuits la veille, gros volumes, contenants fermés trop tôt.
- Contamination croisée : cru/cuit, mains, planches, ustensiles, argent.
- Allergènes non déclarés : gluten, lait, œufs, arachides, fruits à coque, etc.
- Personne malade au service : gastro, plaie non protégée, toux, hygiène insuffisante.



# BUVETTE

Demandez une autorisation à la mairie

L'ouverture d'un débit de boissons, même temporaire, est règlementée par l'article L. 3334-2 du code de la santé publique.

*Vous devez demander une autorisation à la mairie, en précisant l'emplacement de la buvette et les boissons proposées à la vente, limitées à celles du 1er groupe (sans alcool) et du 3ème groupe (boissons fermentées non distillées).*

Ces autorisations sont limitées à *5 par an et par association.*



# BUVETTE

## Votre responsabilité peut être engagée

L'association détentrice de son autorisation d'ouverture de buvette est assimilée à un débitant de boissons. **Sa responsabilité peut par conséquent être engagée** si elle sert à boire jusqu'à l'ivresse ou à des personnes ivres. Enfin, il est interdit de vendre ou distribuer des boissons alcoolisées durant les *manifestations sportives*.

Le vin, la bière, le cidre et le champagne (boissons du 2ème groupe, de plus de 1,5° d'alcool, et plus généralement toutes les boissons alcooliques des groupes 2 à 5) sont interdits dans les stades, les salles d'éducation physique, les gymnases et de manière générale dans tous les établissements d'activités physiques et sportives (art. L. 3335-4 du code de la santé publique).



# BUVETTE

## Quelques conseils pratiques

- Si le public visé est jeune, évitez la vente de boissons alcoolisées.
- Optez systématiquement pour les bouteilles en plastique (la vente des bouteilles en verre est interdite sur la voie publique).
- Le transport des boissons alcoolisées est réglementé : au-delà de 8 litres, vous devez acquitter des droits spécifiques. Adressez-vous à un négociant en vins et spiritueux ou achetez vos boissons au supermarché local.



# BUVETTE

## Quelques conseils pratiques

- Pour parer aux tentations, prévoyez une réserve où vous conserverez le stock sous clé ; placez le bar contre un mur et interdisez-en l'accès.
- Munissez-vous d'une caisse fermant à clé, faites-la surveiller et prévoyez de la petite monnaie.
- Pensez aux systèmes de réfrigération des boissons : grandes cuvettes de glaçons ou réfrigérateurs adaptés.
- Les barmen seront autant que possible expérimentés, capables de refuser une boisson à une personne trop jeune ou visiblement en état d'ébriété avancé.
- Placez des poubelles aux endroits appropriés et prévoyez dès le départ quelques bonnes volontés pour remettre les lieux en état.



**OBJECTIF FAIRE PASSER UN MESSAGE**

## CERTAINES MANIFESTATIONS PEUVENT VOUS AIDER À FAIRE PASSER UN MESSAGE FORT

Les conférences et les colloques marquent les interlocuteurs Animés par des personnalités scientifiques, politiques ou artistiques, les conférences et les colloques permettent de *faire passer des messages forts* de manière percutante.

Ils sont un puissant *vecteur de la notoriété* de l'association, mais nécessitent une *préparation assez lourde*.

*N'oubliez pas de respecter les réglementations spécifiques pour l'intervention d'un conférencier.*



## 2/ L'ORGANISATION

# La méthode en 8 étapes

*Un événement se pilote comme un projet associatif temporaire*

1. Décision politique : validation CA/bureau, mandat, budget maximal.
2. Cadrage : objectif, public, jauge, lieu, programme, risques.
3. Parties prenantes : internes, externes, autorités, partenaires.
4. Rétroplanning : jalons, dépendances, responsables.
5. Budget : recettes certaines/incertaines, charges fixes, marge.
6. Autorisations et sécurité : dossiers, assurance, ERP, alimentation.
7. Communication et bénévoles : public, partenaires, équipe.
8. Jour J et bilan : conduite, incidents, caisse, évaluation.

# Étape 1 — Décision politique

*Le CA ou le bureau doit fixer le cadre avant toute dépense*

- Décider : objectif, date cible, lieu, responsable projet, enveloppe maximale.
- Valider : niveau de risque, ventes prévues, alcool ou non, public cible.
- Autoriser : demandes administratives, devis, signatures, avances de frais.
- Documenter : relevé de décision, responsable, budget, limites.
- Prévoir : qui peut annuler, reporter ou arbitrer en urgence.

# Étape 2 — Fiche-projet en une page

*La fiche qui évite les malentendus*

- Nom provisoire, date, lieu, responsable, objectif principal.
- Public cible, jauge attendue, tarif, programme simplifié.
- Recettes prévues, dépenses prévues, résultat visé.
- Autorisations nécessaires, assurance, sécurité, alimentation, musique.
- Besoins bénévoles, partenaires, matériel, communication.
- Décisions encore à prendre et date limite de décision.

# Étape 3 — Cartographier les parties prenantes

*On ne gère pas seulement des tâches : on gère des acteurs*

- Internes : bureau, CA, bénévoles, adhérents, salariés éventuels.
- Institutionnels : mairie, préfecture, gestionnaire de salle, police municipale.
- Techniques : assureur, secouristes, prestataires, traiteur, sonorisateur.
- Partenaires : sponsors, commerces, fédération, réseaux associatifs, médias.
- Publics sensibles : enfants, personnes âgées, personnes handicapées, riverains.

# RACI simplifié

*Clarifier qui fait quoi, qui valide, qui est informé*

Mission	Responsable	Valideur	Consulté	Informé
<b>Autorisations mairie</b>	Resp. projet	Président	Mairie, assureur	CA
<b>Budget et caisse</b>	Trésorier	Bureau	Resp. stands	CA
<b>Sécurité site</b>	Référent sécurité	Président	Gestionnaire, secours	Bénévoles
<b>Communication</b>	Référent com	Bureau	Partenaires	Adhérents
<b>Restauration</b>	Référent resto	Président	Assureur, mairie	Bénévoles
<b>Jour J</b>	Resp. projet	Bureau	Tous référents	Public si besoin

# Étape 4 — Rétroplanning général

*Les délais légaux ne sont jamais des délais projet suffisants*

- J-6 mois : idée, décision, pré-réservation, contact mairie, budget macro.
- J-4 mois : autorisations complexes, devis, assurance, partenaires.
- J-3 mois : programme, budget, « save the date », bénévoles.
- J-2 mois : dossiers, inscriptions, plan site, prestataires, sponsors.
- J-1 mois : confirmations, communication active, briefing responsables.
- J-7 jours : check sécurité, météo, caisse, impressions, dernier briefing.
- J+7 : paiements, remerciements, bilan financier provisoire.



**PRINCIPE** Tout ce qui dépend d'une autorité externe doit partir plus tôt que le minimum légal.

# Étape 5 — Jalons de décision

*Décider au bon moment évite les dépenses inutiles*

1. Go/no-go après retour mairie ou salle.
2. Budget engagé seulement après vérification assurance et autorisations majeures.
3. Communication publique seulement quand date, lieu et conditions sont fiables.
4. Maintien ou report selon météo, bénévoles, inscriptions, sécurité.
5. Bilan de reconduction après résultat financier et retours terrain.



**EXEMPLE** Ne pas imprimer 500 affiches avant l'accord d'occupation du domaine public.



## LE LIEU

Premier élément à définir

Faire le choix après avoir effectué l'inventaire des possibilités pour une manifestation

Puis vous étudierez :

- les *conditions d'accès* au site,
- les possibilités de *parking* (voitures et éventuellement autocars).

Ensuite, il vous faudra vérifier le bon état et le bon fonctionnement :

- *des équipements* (sono, éclairage...),
- *des aménagements* (stands, estrades, bar, vestiaires...).

Sans oublier bien sûr de vérifier la présence de toilettes !

## LA DATE

### Un choix réfléchi

Vous devez déterminer la date *en fonction du public visé par l'évènement.*

*Du public dépend le choix :*

- d'un jour de semaine ou d'un week-end,
- de la saison,
- de l'horaire.

#### Attention

- Pour les manifestations en extérieur, soyez attentifs bien sûr à la météo !
- *Évitez absolument d'entrer en concurrence avec d'autres évènements marquants* qui se dérouleraient au même moment (match "majeur" de coupe du monde de football...).



## LA DATE

La date de la manifestation doit *être fixée suffisamment à l'avance* pour avoir le temps de vous organiser et de faire un minimum de promotion.

En revanche, votre manifestation peut voir son *impact multiplié* grâce à divers effets de synergie : choix de la date en fonction :

- d'un sujet d'actualité brûlant,
- d'un débat parlementaire en cours,
- d'un problème de société à l'affiche.

Des manifestations communes avec d'autres associations ou organisations qui partagent des préoccupations proches de celles de votre association peuvent aussi contribuer à renforcer vos messages et à décupler votre notoriété.

Mais il faut alors prendre garde de ne pas brouiller les discours et d'éviter de donner une impression de confusion.



## LA LOGISTIQUE

Une organisation soignée

De trois à six mois avant l'évènement

Vous devrez *décider de manière collective* au sein de l'association :

- du principe,
- de l'opportunité,
- du type de la manifestation.

Vous tracerez le plus tôt possible *les grandes lignes de l'organisation et du budget*.

- prospectus,
- affiches,
- liste des invités,
- cartons d'invitation,
- confirmation de la participation des intervenants extérieurs...



## LA LOGISTIQUE

Au moins trois mois à l'avance

Vous devrez :

- retenir la salle,
- contacter les artistes et/ou les personnalités dont vous souhaiteriez l'intervention.

De trois mois à un mois avant l'évènement

Vous devrez avoir mis au point toutes *les opérations de communication* :

- communiqués de presse,
- prospectus,
- affiches,
- liste des invités,
- cartons d'invitation,
- confirmation de la participation des intervenants extérieurs...



Dans le mois qui précède la manifestation

Définissez :

- les rôles de chacun (adhérents et bénévoles),
- le planning d'exécution des tâches :
  - distribution des prospectus,
  - collage des affiches
  - location ou achat des équipements nécessaires,
  - organisation du service de sécurité,
  - rédaction et préparation des discours,
- accueil des participants...

C'est aussi le moment pour vous de vérifier soigneusement avec votre assureur que *l'assurance de l'association couvre tous les risques* liés à l'évènement.

Enfin, deux jours avant ou la veille de la manifestation

Procédez aux achats éventuels de nourriture et de boissons.

Faites effectuer tous les essais techniques nécessaires.



## LES RISQUES

Quelques exemples de questions à vous poser concernant :

*Le nombre de personnes présentes :*

- Existe-t-il des risques de bousculade ?
- Le lieu de la manifestation et ses accès présentent-ils des goulets d'étranglement ?
- L'accès de secours est-il assuré ?...

*Le type de public :*

- Y aura-t-il des enfants (avec les risques inhérents à l'inconscience de leur âge) ?
- Des personnes âgées ou peu mobiles ?
- Si du public remuant est attendu, faut-il demander au commissariat le passage de rondes de police ?...



## LES RISQUES

### *Le matériel :*

- Risques particuliers d'incendie ?
- De chute d'objets ?
- Est-il raisonnable de vendre des bouteilles en verre à la buvette ?...

### *Le type de manifestation :*

- Des barrières de sécurité sont-elles prévues (manifestation sportive) ?
- La sécurité de la caisse est-elle assurée (manifestation payante) ?
- Les objets mis en ventes sont-ils surveillés (vide-greniers) ?



## LE PARRAINAGE OU SPONSORING

***Passez en revue les entreprises ou commerces susceptibles de trouver un intérêt dans le sujet de votre manifestation :***

- magasins ou fabricants de matériel sportif pour une réunion sportive,
- agences de voyages ou de prestations de loisirs pour un spectacle,
- entreprises de distribution de détail pour une kermesse ou un loto



## MEDIAS

Faites connaître votre manifestation

Selon le type de manifestation choisie, vous concevrez et diffuserez :

- soit un communiqué,
- soit un dossier de presse.

Choisissez avec discernement les journalistes et les personnalités invitées, sans oublier de penser à “la” personne qui, pour l’occasion, peut apporter un grand “plus” à votre manifestation. Le patronage bienveillant d’une personnalité connue est toujours un gage de succès.

***Pour que votre manifestation soit une réussite et qu’elle attire le plus grand nombre possible de personnes, faites-la connaître !***

- Multipliez affiches, banderoles, prospectus et programmes à distribuer.
- Choisissez habilement les endroits où les poser ou les diffuser.

## Les principales démarches pour l'organisation d'une manifestation

### Quand ?

### Les démarches à entreprendre

#### 6 mois avant

- Discussion collective et décision d'organiser la manifestation.
- Etablissement des grandes lignes de l'organisation et du budget.

#### 6 à 3 mois avant

- Demande d'autorisation à la mairie (pour la manifestation et, le cas échéant, pour une buvette).
- Demande d'autorisation à la préfecture (dans certains cas : manifestation sportive, ouverture de buvette dans un lieu protégé...).
- Prise de connaissance de tous les arrêtés préfectoraux et municipaux qui réglementent l'organisation de manifestations ouvertes au public.
- Location d'une salle, si nécessaire.
- Mise en place d'un comité de pilotage (pour les manifestations d'importance).
- Premiers contacts avec les artistes ou conférenciers sollicités.
- Planning et budget précis.
- Prise de contact avec une société pour le service d'ordre (le cas échéant).

#### 3 à 1 mois avant

- Préparation de la communication (communiqué ou dossier de presse, affiches, tracts, cartons d'invitation...).
- Confirmation de la participation des intervenants extérieurs.
- Edition des billets d'entrée (manifestations payantes).
- Contact avec la commission de sécurité.
- Vérification avec votre assureur que la manifestation est couverte ; sinon, négociation d'un avenant spécifique au contrat d'assurance.

#### 1 mois à 15 jours avant

- Déclaration de la manifestation auprès de la SACEM (musique), de la SACD (pièce de théâtre) ou de la SGDL (textes littéraires).
- Déclaration de la manifestation au commissariat de police.
- Déclaration à la DDASS (en cas d'aliments servis au public).
- Déclaration auprès du GUSO pour l'emploi d'artistes.
- Envoi des documents destinés à la presse et des invitations.
- Collage des affiches, distribution des tracts.
- Location ou achat de matériel (sono, projecteurs...).
- Préparation des discours.

#### 1 à 2 jours avant

- Achat de nourriture et de boissons.
- Réception, installation et test du matériel technique.
- Vérification des aspects logistiques et du rôle de chacun.

#### Après

- Envoi des états de recettes-dépenses de la manifestation à la SACEM (sauf si un paiement forfaitaire a été effectué avant la séance). À cet état sera joint le programme précis des œuvres diffusées permettant l'établissement de la facture finale.
- Règlement des droits d'auteur (SACEM, SACD, SGLD).
- Règlement des cotisations au GUSO sous 15 jours (pour les artistes employés).
- "Débriefing" entre les membres : les incidents, les réussites...
- Retrait des affiches autorisées par la mairie sous 7 jours.
- Conservation des comptes et des justificatifs pendant 6 ans.

# INTÉGRER LE DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS L'ORGANISATION DE SON ÉVÉNEMENT

Le lieu et la mobilité

Le traiteur et les produits alimentaires

Les déchets

La communication



# 3/ LES REGLEMENTATIONS

## LES REGLES COMMUNES

### L'utilisation d'un lieu public

Les organisateurs auront toujours intérêt à devancer les délais légaux :

- les requêtes complémentaires formulées par l'administration,
- les reports,
- les malentendus,
- les oublis,

... peuvent facilement perturber les prévisions et menacer la tenue de la manifestation si le calendrier initial est trop serré.

Chaque fois que votre association souhaite organiser une manifestation publique, elle se pose en premier lieu la question suivante : où aura lieu la manifestation ?

L'utilisation d'un *lieu ouvert public* nécessite dans tous les cas *une autorisation spécifique et l'accord d'une commission de sécurité.*

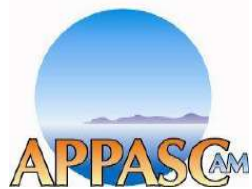


# LES REGLES COMMUNES

**L'autorisation est obtenue auprès de la mairie**  
(auprès de la préfecture de police, pour les associations domiciliées à Paris, Lyon ou Marseille) en indiquant :

- l'identité des dirigeants de l'association,
- la (ou les) date(s) et les horaires de début et de fin de la manifestation,
- le lieu et la sonorisation prévue.

Si la manifestation se déroule sur la voie publique, il faut également adresser une demande auprès de la *préfecture*.



# LES REGLES COMMUNES

L'autorisation pourra vous être accordée pour plusieurs manifestations si les dates de celles-ci sont déjà connues au moment de la demande.

**La commission de sécurité doit être prévenue**

Elle interviendra notamment si la manifestation nécessite des aménagements en intérieur ou en extérieur, ou si elle accueille plus de 1 500 personnes dans un lieu non prévu à cet effet.

Il vaut mieux (mais ce n'est pas une obligation) avertir également la *gendarmerie* ou le commissariat de police si vous prévoyez un public nombreux ou remuant.



# LES REGLES COMMUNES

## SECURITE ET ACCESIBILITE

Obligatoire dans certains cas

Le passage d'une commission de sécurité et d'accessibilité peut être nécessaire pour l'organisation de certaines manifestations :

- commission communale ou intercommunale de sécurité et d'accessibilité pour les manifestations sur la voie publique ou les établissements recevant du public (moins de 1 500 personnes),
- commission consultative départementale de sécurité et d'accessibilité pour les manifestations se déroulant dans des établissements recevant du public (dont le nombre de personnes est de plus de 1 500 personnes).

Après examen du dossier, la commission de sécurité et d'accessibilité fera une visite de réception technique sur place



# 4/ LA FISCALITE

## Les bénéficiaires d'exonération

Selon le Code général des impôts (article 261,7, 1°, c), sont exonérées de TVA (et de l'impôt sur les sociétés) "les recettes de six manifestations de bienfaisance ou de soutien organisées dans l'année à leur profit exclusif par les organismes rendant des services à caractère social, éducatif, culturel ou sportif à leurs membres et les organismes présentant un caractère social ou philanthropique".

Pour en bénéficier, l'association doit être :

- légalement constituée,
- à but non lucratif,
- gérée de façon désintéressée.

Cette exonération est tacite et ne nécessite pas de demande spécifique auprès de l'administration fiscale.

Vous devez toujours pouvoir justifier de vos recettes et dépenses, en cas de contrôle. Tenez bien vos comptes et conservez précieusement tous les justificatifs pendant 6 ans.

## Conseil

Au-delà de six manifestations, ou si les conditions d'exonération de la manifestation ne sont pas remplies, les recettes sont imposables à la TVA et à l'impôt sur les sociétés. Toutefois la franchise en base de TVA de 80 000 € reste applicable, étant précisé que ce montant est indexé, chaque année, sur la prévision de l'indice des prix à la consommation, hors tabac, retenue dans le projet de loi de finances de).

## Les conditions d'exonération

Ces manifestations doivent avoir un caractère exceptionnel, hors cadre des activités habituelles de l'association.

L'exonération concerne l'ensemble des recettes (prix d'entrée, ventes d'objets et de programmes, recettes de restauration et de la buvette, locations de stands, recettes publicitaires...).

De plus, les salaires versés lors de ces manifestations exceptionnelles ne sont pas assujettis à la taxe sur les salaires (s'il s'agit bien sûr de salaires versés à cette seule occasion, et non pas de ceux versés aux permanents de l'association).

Du fait de l'exonération sur les recettes, il n'est pas question de récupérer la TVA sur les dépenses engagées pour la manifestation.

Toute manifestation organisée en commun avec d'autres associations est comptabilisée à part entière pour chacune d'entre elles.

En revanche, si la manifestation donne lieu par exemple à la fois à un déjeuner, à un loto et à un spectacle, elle sera considérée comme une seule et unique manifestation.

## Les comptes principaux des manifestations

*Les recettes des manifestations exceptionnelles sont enregistrées au crédit du compte de résultat dans les comptes de la classe 7 :*

- 701 - Ventes de produits finis
- 706 - Prestations de services
- 707 - Ventes de marchandises

