

TVA et sponsoring

Préface de Pierre-Marie Glauser

par

Arnaud Cywie

Table des matières

Remerciements	1
Avant-propos	3
Préface	5
Sommaire	7
Liste des abréviations	9
Introduction	11
1 Fonctionnement et principes de la TVA	13
1.1 Mécanisme de la TVA	13
1.2 Quelques principes de la TVA	15
1.3 Question spécifique : les non-chiffres d'affaires	16
2 Notions de don et sponsoring hors TVA	19
2.1 Notions de don et sponsoring en droit civil	19
2.1.1 La notion de don	19
2.1.1.1 Définition et caractéristiques du contrat	19
2.1.1.2 Délimitations avec d'autres contrats	20
2.1.2 La notion de sponsoring	21
2.1.2.1 Définition	21
2.1.2.2 Champ d'application et objectifs du sponsoring	22
2.1.2.3 Caractéristiques du contrat	23
2.1.2.3.1 Les parties	23
2.1.2.3.2 Obligations du sponsor	23
2.1.2.3.3 Obligations du sponsorisé	24
2.1.2.4 Le sponsoring : un contrat <i>sui generis</i>	24
2.1.2.4.1 Délimitations	24
2.1.2.4.2 Un contrat <i>sui generis</i>	25
2.2 Notions de don et sponsoring en droit fiscal hors TVA	26
2.2.1 Don en droit fiscal hors TVA	26
2.2.2 Sponsoring en droit fiscal hors TVA	26

3 Notions de don et sponsoring en TVA	28
3.1 Importance de la distinction	28
3.1.1 Implications au niveau de la TVA	28
3.1.2 L'élément essentiel : la question de la prestation du sponsorisé	28
3.2 Situation et analyse de l'ancien droit	30
3.2.1 Utilité de l'analyse	30
3.2.2 La jurisprudence	31
3.2.2.1 Brève description de la jurisprudence	31
3.2.2.2 Critère central posé : la nature de l'activité du sponsor	34
3.2.2.3 Autres éléments découlant de la jurisprudence	35
3.2.2.4 Récents développements	35
3.2.3 La loi	37
3.2.4 La pratique administrative	39
3.3 Situation et analyse du nouveau droit	40
3.3.1 La loi	40
3.3.1.1 L'article 3, let. i, première phrase LTVA	40
3.3.1.1.1 Quelques imprécisions	40
3.3.1.1.2 Le don : une notion propre à la LTVA	41
3.3.1.2 L'article 3, let. i, deuxième phrase LTVA	43
3.3.1.3 L'article 3, let. i, troisième phrase LTVA	44
3.3.2 L'impact sur la jurisprudence ?	45
3.3.3 Questions particulières	47
3.3.3.1 Le splitting	47
3.3.3.2 Exigence d'une prestation du sponsorisé ?	48
3.3.4 La pratique administrative	49
3.3.4.1 Quels changements ?	49
3.3.4.2 Critiques	50
3.3.4.3 Projet de changement de pratique de l'Info TVA 04 (objet de l'impôt)	52

4 Prestations de sponsoring hors champ d'organisations d'utilité publique : l'article 21, al. 2, ch. 27 LTVA	54
4.1 Prestations hors champ de l'impôt et non-chiffres d'affaires	54
4.2 Relation entre l'article 21, al. 2, ch. 27 LTVA et l'article 3, let. i LTVA	55
4.3 La notion de prestation visant à la promotion de l'image	56
4.4 La notion d'organisation d'utilité publique	57
5 Le sponsoring et la TVA : brève étude sous l'angle du droit français	60
5.1 La TVA en France	60
5.2 Mécénat et mécénat d'entreprise (ou parrainage)	62
5.2.1 Généralités	62
5.2.2 Mécénat, mécénat d'entreprise et TVA	65
Conclusion	67
Annexes	69
Info TVA 05 Subventions et dons	69
Projet de changement de pratique Info TVA 04 Objet de l'impôt	83
Bibliographie	91
Documents administratifs suisses et documents officiels étrangers	97
Lexique français-allemand	99
Lexique allemand-français	101
Liste des arrêts cités	103