

Extrait du Bulletin Officiel des Finances Publiques-Impôts

DIRECTION GÉNÉRALE DES FINANCES PUBLIQUES

Identifiant juridique : BOI-ANNX-000187-20120912

Date de publication : 12/09/2012

Date de fin de publication : 22/04/2013

Autres annexes

Centres d'optique

L'activité consiste à gérer des centres d'optique.

Les centres d'optique mutualistes doivent fonctionner conformément aux dispositions qui régissent la profession ([article L4362-1 et suivants du code de la santé publique](#)).

Etape n° 1 : La mutuelle doit être gérée de façon désintéressée :

Il n'existe aucun particularisme pour les mutuelles qui exercent cette activité. La gestion doit être désintéressée sous réserve de l'application des mesures de tolérance précisées au [BOI-IS-GEO-20-30-I-B-1 § 120 à 130](#).

Etape n° 2 : La mutuelle concurrence-t-elle un organisme du secteur lucratif ?

Divers intervenants du secteur lucratif interviennent à côté des opticiens mutualistes. Les centres d'optique mutualistes entrent donc en concurrence directe avec des organismes du secteur lucratif (voir en ce sens la jurisprudence constante du Conseil d'Etat : [CE, arrêt du 29 juillet 1998, n° 140448](#) . [CE, arrêt du 5 avril 2006, n° 256507](#)).

Une mutuelle sera en situation de concurrence s'il existe un ou plusieurs organismes du secteur lucratif dans un rayon significatif de kilomètres.

La notion de « rayon significatif de kilomètres » doit s'apprécier en fonction des voies de communication existantes dans la zone géographique dans laquelle est implantée la mutuelle et qui permettent un parcours des distances plus ou moins rapide (présence d'autoroutes ou de voies de communications rapides, zone de montagne...).

Etape n° 3 : La mutuelle exerce-t-elle son activité dans des conditions similaires à celles d'un organisme du secteur lucratif ?

Pour être considérée comme non lucrative, l'activité concurrentielle doit être exercée selon des modalités différentes de celles des organismes du secteur lucratif. Afin de vérifier la réalisation de cette condition, il conviendra d'analyser les critères suivants, classés en fonction de l'importance décroissante qu'il convient de leur accorder.

Produit

En principe, les centres d'optique mutualistes proposent les mêmes produits que les centres d'optique relevant du secteur commercial.

Cependant, les centres d'optique mutualistes ont l'interdiction de vendre des produits sans rapport avec les articles d'optique médicale et de prothèse oculaire et leurs accessoires (par exemple, des jumelles, longues-vues, baromètres...).

Les centres d'optique mutualistes peuvent en outre proposer des services spécifiques au profit des adhérents mutualistes : tiers payant sur la partie relevant du régime obligatoire et la partie complémentaire, choix des verres et des montures dont le « reste à charge » est maîtrisé.

Cependant, les différences entre un produit proposé par un centre d'optique mutualiste et un produit proposé par un centre d'optique du secteur lucratif ne sont pas significatives a priori. Il est donc considéré que dans la plupart des cas, le critère « produit » n'est pas rempli, sauf à démontrer l'existence d'un produit réellement différent de celui proposé par le secteur lucratif.

Public

Les centres d'optique mutualistes ne s'adressent en principe à aucun public en particulier. Tous les publics, adhérents ou non, peuvent s'adresser à ces centres et peuvent acheter les produits proposés par ces derniers.

Dès lors, le public visé par les centres d'optique mutualistes n'est pas, en principe, différent de celui visé par les centres d'optique du secteur lucratif.

Si toutefois le centre est réservé exclusivement à un public mutualiste, cela ne constitue qu'un indice permettant de considérer que le public est effectivement distinct de celui d'une entreprise du secteur commercial.

Prix

Les tarifs sont librement fixés par l'organisme mutualiste et aucune distinction de prix n'est pratiquée entre un adhérent et un non-adhérent.

Toutefois, lorsque le centre est réservé à un public mutualiste, si une différence de prix sensiblement inférieure avec les prix relevés des opticiens libéraux est démontrée, le critère de prix est alors rempli.

Publicité

D'une façon générale, tant que le centre d'optique mutualiste se borne à réaliser des opérations d'information sur ses prestations, il est admis que cette information ne constitue pas un indice de lucrativité. Bien entendu, la mutuelle ne doit pas se livrer à des campagnes de publicité à destination d'un public indifférencié.

Dans la plupart des cas, les conditions d'activité d'un centre d'optique mutualistes ne sont pas différentes de celles d'une entreprise commerciale ; ces centres sont donc considérés, en principe, comme exerçant une activité lucrative.

Nota : En tout état de cause, en matière de TVA, les ventes de produits par les centres d'optique mutualistes n'entrent pas dans le champ d'application des exonérations visées aux [a et b du 1° du 7 de l'article 261 du CGI](#), lorsqu'elles sont effectuées dans des lieux spécifiquement dédiés à ces opérations de vente.

Commentaire renvoyant à ce document :

[IS – Régimes sectoriels – Régime fiscal des mutuelles et de leurs unions régies par les livres I et III du code de la mutualité](#)