



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

établissements

Question écrite n° 46352

Texte de la question

M. Marc Joulaud appelle l'attention de M. le ministre de l'éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche sur l'introduction de plus en plus fréquente de formes de publicité diverses au sein des établissements scolaires. De longue date, la loi a longtemps proclamé l'interdiction absolue de toute publicité à l'école et ce principe protecteur de l'enfance a, d'ailleurs, été régulièrement réaffirmé témoignant d'un consensus national sur cette question. En ce sens, le ministère de l'éducation nationale avait publié dans le Bulletin officiel du 5 avril 2001 une circulaire intitulée « code de bonne conduite des interventions des entreprises en milieu scolaire ». Toutefois, ce texte introduit la neutralité commerciale qui a ainsi permis de multiplier les marques dans les écoles à travers l'initiative des kits pédagogiques, des jeux concours ou différentes sortes de sponsoring. Un grand nombre de parlementaires ont régulièrement rappelé leur souhait que ce principe de neutralité scolaire soit particulièrement défendu dans la mesure où l'école doit, bien entendu, rester un lieu d'apprentissage à l'autonomie et à la citoyenneté, ce qui suppose que l'on protège les enfants des initiatives commerciales de toute sorte. Dans ces conditions, il lui demande si des mesures pourraient être envisagées afin de limiter plus strictement toute initiative de promotion commerciale au sein des établissements scolaires.

Texte de la réponse

La circulaire n° 2001-053 du 28 mars 2001 a établi un code de bonne conduite des interventions des entreprises en milieu scolaire. En effet, le principe de neutralité du service public doit être scrupuleusement respecté dans les établissements scolaires. Cependant, dans un but pédagogique d'ouverture de l'école sur le monde extérieur, ces établissements doivent avoir la possibilité de développer des contacts et des échanges avec leur environnement économique, culturel et social, et notamment avec des entreprises. Celles-ci peuvent en effet proposer des actions ayant un réel intérêt pédagogique. Les relations qui s'instaurent alors entre les entreprises et les établissements d'enseignement doivent s'inscrire dans un cadre précis afin d'éviter les dérives commerciales et publicitaires qui peuvent être sous-jacentes aux demandes d'intervention de certaines entreprises. C'est pourquoi il est apparu nécessaire de fixer les modalités de ces relations dans un texte, en particulier les conditions de mise en oeuvre d'un partenariat avec ces entreprises. La circulaire du 28 mars 2001 a le mérite de rappeler la portée du principe de neutralité du service public et la nécessité pour un établissement scolaire de l'appliquer dans ses relations avec les entreprises. Elle rappelle également l'interdiction de toute démarche publicitaire dans les établissements. Elle se réfère en outre expressément aux notes de service du 27 avril 1995 et du 9 août 1999 qui rappellent les principes fondamentaux de l'école et les conditions de tout partenariat entre un établissement et une entreprise. L'ensemble de ces textes apporte les garanties nécessaires afin de protéger les établissements scolaires publics des intrusions publicitaires et commerciales des entreprises et à préserver la neutralité du service public.

Données clés

Auteur : [M. Marc Joulaud](#)

Circonscription : Sarthe (4^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 46352

Rubrique : Enseignement

Ministère interrogé : éducation nationale

Ministère attributaire : éducation nationale

Date(s) clé(e)s

Question publiée le : 7 septembre 2004, page 6944

Réponse publiée le : 5 octobre 2004, page 7766