



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

établissements

Question écrite n° 50532

Texte de la question

M. Claude Évin attire l'attention de M. le ministre de l'éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche sur le principe de neutralité scolaire en matière de publicité. De très longue date, les pouvoirs publics ont cherché à promouvoir l'interdiction absolue de toute publicité à l'école. Ce principe protecteur de l'enfance a été réaffirmé à plusieurs reprises, témoignant ainsi d'un consensus national sur cette question, considérant que l'institution scolaire, pilier de la défense des valeurs républicaines, ne pouvait pas être le vecteur d'une culture de consommation et de publicité. Force est de constater que les tentatives d'intrusion des intérêts privés et marchands au sein de notre système d'enseignement public, par le biais d'outils pédagogiques (mallettes, kits, jeux, conférences...), sont de plus en plus importantes. Elles ont conduit les pouvoirs publics à adopter une circulaire intitulée « Code de bonne conduite des interventions des entreprises en milieu scolaire », publiée au Bulletin officiel de l'éducation nationale du 5 avril 2001, qui a été complétée par une circulaire du 17 février 2003. S'interrogeant sur le bilan concret qui peut être fait suite à l'adoption de ces différentes circulaires, il souhaiterait connaître les réflexions qui sont aujourd'hui engagées pour s'opposer à la multiplication des interventions à but commercial ou publicitaire qui compromet le principe de neutralité scolaire.

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 de préserver la neutralité du service public.

Données clés

Auteur : [M. Claude Evin](#)

Circonscription : Loire-Atlantique (8^e circonscription) - Socialiste

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 50532

Rubrique : Enseignement

Ministère interrogé : éducation nationale

Ministère attributaire : éducation nationale

Date(s) clé(e)s

Question publiée le : 9 novembre 2004, page 8794

Réponse publiée le : 14 décembre 2004, page 10022