



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

établissements

Question écrite n° 74236

Texte de la question

M. Jean-Yves Le Bouillonnet 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. Pourtant, 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 ainsi 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. De nombreux professeurs et parents d'élèves regrettent aujourd'hui que l'application de cette circulaire n'ait pas permis d'atteindre son objectif. Loin d'avoir encadré le phénomène, la notion de « neutralité commerciale » semble avoir engendré au contraire la multiplication des interventions des marques à l'école. Il lui demande donc quelle mesure il entend prendre pour revenir sur les dispositions de la circulaire du 5 avril 2001 et protéger davantage le principe de neutralité scolaire.

Texte de la réponse

La circulaire n° 2001-053 du 28 mars 2001, qui a établi un code de bonne conduite des interventions des entreprises en milieu scolaire, rappelle la portée du principe de neutralité du service public et la nécessité pour un établissement scolaire d'y soumettre ses relations avec les entreprises, ainsi que l'interdiction de toute démarche publicitaire dans les établissements. Elle se réfère expressément aux notes de service du 27 avril 1995 et du 9 août 1999, toujours en vigueur, qui interdisent l'organisation de concours, journées ou opérations diverses proposées par les entreprises privées dans un but manifestement publicitaire et commercial. Cependant, dans un but pédagogique d'ouverture de l'école sur le monde extérieur, les établissements scolaires doivent avoir la possibilité de développer des contacts et des échanges avec leur environnement économique, culturel et social, notamment avec des entreprises. Ces relations doivent bien entendu présenter un réel intérêt pédagogique et s'inscrire dans un cadre précis. C'est pourquoi il est apparu nécessaire de fixer leurs modalités dans un texte précisant les conditions de mise en oeuvre d'un partenariat avec les entreprises, partenariat dorénavant formalisé par une convention entre l'établissement scolaire et l'entreprise concernée, ce qui doit permettre d'éviter d'éventuelles dérives commerciales et publicitaires. Si toutefois des dérives étaient observées dans certains établissements scolaires, il appartiendrait aux autorités académiques compétentes d'intervenir afin que, dans l'intérêt des élèves, la neutralité du service public de l'éducation soit préservée.

Données clés

Auteur : [M. Jean-Yves Le Bouillonnet](#)

Circonscription : Val-de-Marne (11^e circonscription) - Socialiste

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 74236

Rubrique : Enseignement

Ministère interrogé : éducation nationale

Ministère attributaire : éducation nationale

Date(s) clé(e)s

Question publiée le : 27 septembre 2005, page 8863

Réponse publiée le : 3 janvier 2006, page 84