



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

établissements

Question écrite n° 79301

Texte de la question

M. Jean Michel souhaite attirer l'attention de M. le ministre de l'éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche sur le problème de la publicité dans les écoles. L'Assemblée nationale avait en 1936 proclamé l'interdiction absolue de toute publicité à l'école. Ce principe protecteur de l'enfance a été sans cesse réaffirmé, témoignant ainsi de l'existence d'un véritable consensus national sur cette question. Le ministère de l'éducation nationale a publié, au Bulletin officiel de l'éducation nationale n° 14 du 5 avril 2001, la circulaire n° 2001-053 intitulée « Code de bonne conduite des interventions des entreprises en milieu scolaire ». Ce texte qui introduit la notion contestable de « neutralité commerciale » a permis de multiplier les interventions des marques dans les écoles : kits pédagogiques, jeux-concours, sponsoring, etc. De nombreux députés ont interrogé les ministres successifs sur le risque de violation du principe de « neutralité scolaire » que crée le flou de cette circulaire administrative. Le Conseil d'État a cependant conclu à sa légalité. L'école doit rester un lieu d'apprentissage de l'autonomie et de la citoyenneté, ce qui suppose que l'on protège les enfants des appétits des entreprises mais aussi de leurs propres pulsions consommatrices qui les conduisent à s'enfermer dans des « identités de marques ». L'école n'a pas à se faire le vecteur d'une monoculture de la consommation en tolérant en son sein la présence de publicités et doit défendre une conception républicaine de l'enseignement. Veut-on que les élèves français soient obligés demain comme aux États-Unis de regarder tous les matins un programme de publicité dans les classes ? Il lui demande donc s'il entend abroger la circulaire du 5 avril 2001 qui, semble-t-il, prêche à confusion et s'il entend interdire toutes formes de publicité à l'école.

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 Michel](#)

Circonscription : Puy-de-Dôme (6^e circonscription) - Socialiste

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 79301

Rubrique : Enseignement

Ministère interrogé : éducation nationale

Ministère attributaire : éducation nationale

[Date\(s\) clé\(e\)s](#)

Question publiée le : 29 novembre 2005, page 10965

Réponse publiée le : 3 janvier 2006, page 84