



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

établissements

Question écrite n° 50154

Texte de la question

M. Guy Teissier attire l'attention de M. le ministre de l'éducation nationale sur la remise en cause du principe de « neutralité scolaire ». En effet, la circulaire n° 2001-053 du 28 mars 2001, publiée au Bulletin officiel de l'éducation nationale du 5 avril 2001, intitulée « Code de bonne conduite des interventions des entreprises en milieu scolaire » a permis de multiplier les interventions des marques commerciales dans les écoles *via* des *kits* pédagogiques, jeux concours, *sponsoring*... Dans ce contexte et compte tenu des risques de violation du principe de neutralité scolaire qui pourraient se faire jour, il lui demande de bien vouloir lui préciser quelles mesures sont aujourd'hui envisagées afin d'encadrer ces partenariats école-entreprises et éviter ainsi toute dérive possible au sujet des agressions publicitaires.

Texte de la réponse

La circulaire n° 2001-053 du 28 mars 2001 relative au code de bonne conduite des interventions des entreprises en milieu scolaire, précise que le principe de neutralité du service public de l'enseignement, énoncé à l'article L. 511-2 du Code de l'éducation, est également applicable en matière commerciale. Dans un souci pédagogique d'ouverture sur leur environnement, les établissements scolaires développent en effet des relations avec des partenaires extérieurs, notamment les entreprises, aux fins d'améliorer la connaissance réciproque entre ces deux mondes. Ainsi, si l'intervention d'une entreprise présente un réel intérêt pédagogique, il est possible, conformément aux articles L. 421-7 et L. 411-3 du Code de l'éducation, de s'associer avec cette dernière dans le cadre d'une action de partenariat. Cet accord, soumis à l'autorisation du conseil d'école ou, selon, du conseil d'administration des E.P.L.E., doit faire l'objet d'une convention qui définit l'objet de l'opération, sa nature, sa durée, les obligations des cocontractants et les modalités de résiliation. Dans ce cadre, peuvent ainsi être admis les messages publicitaires pour des activités répondant à l'intérêt public ou constituant un prolongement du service public de l'éducation, à l'exclusion des publications commerciales dépourvues de telles justifications. Ces limitations visent à protéger efficacement les établissements scolaires publics des intrusions publicitaires abusives, et à préserver la neutralité du service public de l'enseignement. Si toutefois des dérives étaient observées dans certains établissements scolaires, il appartiendrait aux autorités académiques compétentes, auprès desquelles un chargé de mission école-entreprise est désormais installé, d'intervenir afin que la neutralité du service public de l'éducation soit garantie.

Données clés

Auteur : [M. Guy Teissier](#)

Circonscription : Bouches-du-Rhône (6^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 50154

Rubrique : Enseignement

Ministère interrogé : Éducation nationale

Ministère attributaire : Éducation nationale

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 26 mai 2009, page 5058

Réponse publiée le : 15 décembre 2009, page 12038