



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

établissements

Question écrite n° 21017

Texte de la question

M. Yves Cochet appelle l'attention de M. le ministre de la jeunesse, de l'éducation nationale et de la recherche sur les problèmes posés par la diffusion publicitaire, au sein des établissements scolaires. Aujourd'hui des entreprises interviennent de plus en plus dans le domaine scolaire - mallettes, kits, jeux, conférence, formations. En 2001, la publication d'une circulaire intitulée « code de bonne conduite des interventions des entreprises en milieu scolaire » (n° 2001-053 du 28 mars 2001) a permis de légitimer notamment par les dispositions de paragraphe III, des pratiques publicitaires et commerciales que différents textes interdisaient jusqu'alors dans l'enseignement public. Le premier bilan de cette circulaire montre une influence de plus en plus importante de ces entreprises au mépris du principe de neutralité scolaire. Aussi, il lui demande si la circulaire n° 2001-053 du 28 mars 2001 pouvait être annulée et si un retour à l'application d'une note de service n° 99-118 du 9 août 1999 (circulaire n° 95-102 du 27 avril 1995) pourrait être envisagé afin de rendre à l'école ses qualités premières de neutralité et d'éducation.

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, afin de réglementer les relations du système éducatif avec le monde professionnel, hors du cadre de la formation professionnelle. Le code rappelle que les établissements scolaires, lieux spécifiques de diffusion du savoir, doivent respecter le principe de neutralité commerciale du service public d'éducation et y soumettre leurs relations avec les entreprises. Il rappelle également les dispositions des notes de service du 27 avril 1995 et du 9 août 1999, relatives aux modalités de partenariat entre les services de l'éducation nationale et les entreprises, qui ne sont pas remises en cause. Le respect du principe de neutralité, qui implique notamment l'interdiction des démarches publicitaires, ne doit pas empêcher les établissements scolaires de développer des contacts et des échanges avec leur environnement économique, culturel et social, dans la mesure où ceux-ci sont susceptibles de contribuer à l'exercice de la mission éducative de l'établissement. Les écoles et les établissements scolaires sont libres de s'associer à une action de partenariat avec une entreprise, à condition de s'assurer de l'intérêt pédagogique des propositions de partenariat. Les actions de partenariat, qu'elles revêtent la forme de soutien, de parrainage, d'actions de sensibilisation, de promotion, d'aides diverses ou de fournitures de « kits » pédagogiques, doivent s'inscrire dans le cadre des programmes scolaires, être liées à l'éducation ou favoriser un apport technique. Le respect des principales dispositions du code de bonne conduite des interventions des entreprises en milieu scolaire, notamment la passation d'une convention entre l'établissement scolaire et l'entreprise précisant l'objet et les modalités des actions, doivent permettre aux responsables des établissements scolaires de rejeter tout projet avec une entreprise qui ne poursuivrait pas de véritables finalités pédagogiques dans ses actions en milieu scolaire. Le Conseil d'État s'est prononcé le 6 novembre 2002 sur la légalité de certains points de la circulaire du 28 mars 2001 et a considéré que les passages contestés par le requérant ne contenaient aucune disposition réglementaire contraire au droit.

Données clés

Auteur : [M. Yves Cochet](#)

Circonscription : Paris (11^e circonscription) - Députés n'appartenant à aucun groupe

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 21017

Rubrique : Enseignement

Ministère interrogé : jeunesse et éducation nationale

Ministère attributaire : jeunesse et éducation nationale

[Date\(s\) clé\(e\)s](#)

Question publiée le : 30 juin 2003, page 5084

Réponse publiée le : 29 septembre 2003, page 7520