



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

établissements

Question écrite n° 48636

Texte de la question

M. Jean-Louis Dumont attire l'attention de M. le ministre de l'éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche sur le risque de violation du principe de « neutralité scolaire » que crée le flou de la circulaire n° 2001.053, publiée au BOEN n° 14 du 5 avril 2001 et intitulée « Code de bonne conduite des interventions des entreprises en milieu scolaire ». En effet, 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. L'école devant rester un lieu d'apprentissage à l'autonomie et à la citoyenneté, cela suppose que l'on protège les enfants des appétits des firmes mais aussi de leurs propres pulsions consommatrices qui les conduisent à s'enfermer dans des « identités de marques et de publicités ». Ces dernières véhiculent des « valeurs » et des comportements qui ne sont pas ceux de l'école puisqu'ils sont fondés sur une logique de « l'avoir » et du « paraître » contraire à la primauté de l'« être » qui régit encore l'école dans une conception républicaine de l'enseignement. En conséquence, il lui demande s'il entend prendre des mesures pour l'abrogation de la circulaire du 17 février 2003 et le retour à l'application de la note de service n° 99-118 du 9 août 1999.

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. Jean-Louis Dumont](#)

Circonscription : Meuse (2^e circonscription) - Socialiste

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 48636

Rubrique : Enseignement

Ministère interrogé : éducation nationale

Ministère attributaire : éducation nationale

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 12 octobre 2004, page 7876

Réponse publiée le : 30 novembre 2004, page 9467