



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

établissements

Question écrite n° 49592

Texte de la question

M. Jean-Claude Perez appelle l'attention de M. le ministre de l'éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche sur la publicité à l'école. En effet, dès 1936, notre assemblée avait 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. Son ministère a publié au BOEN 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, validé par le Conseil d'État, introduit la notion de « neutralité commerciale » et a permis de multiplier les interventions des marques dans les écoles : kits pédagogiques, jeux-concours, sponsoring, etc. L'école doit rester un lieu d'apprentissage à l'autonomie ainsi qu'à la citoyenneté et ne doit surtout pas devenir le vecteur d'une culture de la consommation tel que cela se pratique par exemple aux États-Unis. En conséquence, il lui demande de lui faire connaître ses intentions sur ce dossier et de lui dire si, comme cela semble extrêmement souhaitable, il entend abroger la circulaire du 17 février 2003 et revenir à l'application de la note 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-Claude Perez](#)

Circonscription : Aude (1^{re} circonscription) - Socialiste

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 49592

Rubrique : Enseignement

Ministère interrogé : éducation nationale

Ministère attributaire : éducation nationale

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 26 octobre 2004, page 8260

Réponse publiée le : 30 novembre 2004, page 9467