

ORGANISER DES ACTIONS DE PARTENARIAT EN VEILLANT A LA NEUTRALITE COMMERCIALE

CONTEXTE

Les établissements publics d'enseignement et de formation professionnelle agricoles sont tenus de respecter le principe de neutralité commerciale dans leurs relations avec des entreprises. Ce principe découle du principe général de neutralité des services publics, qui impose de ne tenir compte que de l'intérêt général, en évitant toute influence ou publicité commerciale.

RAPPELS JURIDIQUES

1. Principes fondamentaux :

Les établissements doivent garantir la neutralité commerciale (articles L. 511-2 et L. 421-7 du code de l'éducation). La publicité directe ou indirecte pour les produits ou services d'entreprises est interdite dans le cadre des activités scolaires.

2. Encadrement des partenariats et concours :

Les actions de partenariat doivent présenter un intérêt pédagogique évident.

Elles doivent s'inscrire dans les programmes scolaires, favoriser un apport technologique ou correspondre à des actions spécifiques (commémorations, initiatives culturelles ou éducatives locales).

CONDITIONS DE CONCLUSION DES PARTENARIATS

1. Critères d'acceptabilité :

Les projets doivent être examinés par le chef d'établissement en concertation avec les équipes pédagogiques.

L'entreprise partenaire doit être identifiée précisément et présenter une activité compatible avec les objectifs éducatifs.

Tout partenariat doit faire l'objet d'une convention approuvée par le conseil d'administration, précisant les objectifs, la nature de l'opération, sa durée et les obligations des parties.

2. Limitations imposées :

Aucune publicité ostentatoire ne peut être réalisée au profit des partenaires.

La collecte et la transmission de données personnelles des élèves ou de leurs familles à des fins commerciales sont strictement interdites.

Les produits distribués ou utilisés dans le cadre de partenariats ne doivent pas comporter de supports publicitaires.

La convention de partenariat ne saurait prévoir une quelconque rémunération au bénéfice des personnels enseignants ou non-enseignants des établissements d'enseignement qui ont apporté leur concours à cette opération.

Si toutefois des dérives étaient observées dans certains établissements, il appartiendrait aux DRAAF en tant qu'autorités académiques d'intervenir afin que la neutralité du service public de l'éducation soit garantie.

PARTICIPATION A DES CONCOURS ORGANISES PAR DES ENTREPRISES

1. Principes encadrant les concours :

Les concours doivent répondre à un intérêt pédagogique, être volontaires et approuvés par la direction de l'établissement.

Les prix ou récompenses doivent être adaptés à l'âge des participants et en cohérence avec les programmes éducatifs.

2. Contrôles et restrictions :

Les concours ne peuvent inclure des objectifs de promotion commerciale.

Ils doivent être validés selon des procédures strictes et leurs modalités doivent être transparentes.

Une note de service N°99-119 du 09 août 1999 de l'éducation nationale prescrit aux établissements de refuser des opérations de concours et de journées thématiques en milieu scolaire organisées par les entreprises et qui ont généralement des visées publicitaires ou commerciales. Elle indique ainsi « que ne sont désormais validés au niveau national que les concours et opérations qui font l'objet d'une signalisation, publiée au Bulletin officiel de l'Éducation nationale ou annoncée par courrier officiel, décrivant les objectifs, le public concerné, les partenaires engagés et les modalités retenues ».

Cette prescription qui vise à réduire le nombre de ce type d'opération, doit également être mise en œuvre dans l'enseignement agricole.

PUBLICITE ET SUPPORTS NUMERIQUES

1. Sites internet des établissements :

La publicité y est exclue, sauf pour des mentions discrètes liées à des partenariats

pédagogiques autorisés.

Les bannières ou encarts publicitaires sont prohibés pour préserver la neutralité commerciale.

2. Supports éducatifs et matériels scolaires :

L'imposition ou la recommandation de marques spécifiques pour le matériel scolaire est interdite.

CONCLUSION

Les établissements publics d'enseignement et de formation professionnelle agricoles doivent veiller à ce que leurs partenariats et concours soient en cohérence avec le principe de neutralité commerciale. Cela implique une vigilance accrue pour éviter toute influence commerciale sur les élèves et pour préserver l'intégrité des objectifs pédagogiques. Les conventions bien formalisées et le contrôle rigoureux des actions proposées sont les garants du respect de ces principes.

Cadre juridique :

Articles L. 511-2 et L. 421-7 du code de l'éducation,
Circulaire n°2001-053 du 28 mars 2001 portant code de bonne conduite des interventions des entreprises en milieu scolaire,
Note de service N° 95-102 du 27 avril 1995 relative aux conditions de participation du Ministère de l'Éducation Nationale à des concours scolaires et à des opérations diverses,
Note de service N°99-119 du 09 août 1999 relative aux opérations, concours et journées en milieu scolaire au Ministère de l'Éducation Nationale