

FONCTIONNEMENT GENERAL

Le Principe de Neutralité Commerciale en EPLE

Rédacteurs : PAJC – DEVEP – Rectorat de LILLE
Mission Conseil – DEVEP – Rectorat de LILLE

Sommaire	P.1
Les Services Académiques	P.2
Fonctionnement Général	P.3 à 7
Le principe de neutralité en EPLE	P.3 à 6
Dem'Act	P.7
Gestion Financière	P.8 à 16
Les Marchés Publics. Textes publiés à l'été 2011	P.8 à 10
Le Recouvrement des créances en EPLE	P.11 à 13
La Gestion de la Trésorerie en EPLE	P.14 à 16
Comptabilité	P.17 à 24
Point sur la R.C.B.C.	P.17 à 19
Le Suivi des observations des audits de la DRFIP	P.20 à 24
Divers	P.25 à 31
Brèves	P.25 à 27
Questions/Réponses	P.28 à 31

Références :

- ✓ Code de l'éducation : articles L511-2, L421-7, L411-3
- ✓ 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
- ✓ Circulaire n°2001-053 du 28 mars 2001 portant code de bonne conduite des interventions des entreprises en milieu scolaire
- ✓ Circulaire n°2003-091 du 5 juin 2003 relative à la photographie scolaire

Sources :

Note d'information de l'Académie de Reims de janvier 2008
Guide juridique du chef d'établissement : fiche n°1
Éduscol (notamment « principe de neutralité », « interdiction de pratiques commerciales dans les EPLE »)
Lettre d'Information Juridique n°41 – 2000 ; 152 – février 2011

Le principe

Prolongement du principe d'égalité, la neutralité du service public impose aux autorités administratives et à leurs agents de n'agir qu'en tenant compte des exigences de l'intérêt général.

Le principe de neutralité du service public de l'éducation nationale, rappelé notamment par **l'article L 511-2 du code de l'éducation**, s'entend aussi de la neutralité commerciale comme le souligne un jugement, aux termes duquel l'organisation d'un concours d'orthographe dans une école par un établissement bancaire contrevenait au principe de neutralité scolaire (*Tribunal administratif de Caen, 30 novembre 1993, Jean-Pierre Ponthus*).

Les établissements scolaires, qui sont des lieux spécifiques de diffusion du savoir, doivent respecter le principe de neutralité commerciale du service public de l'éducation et y soumettre leurs relations avec les entreprises.

Le terme « entreprise » employé dans la circulaire 2001-053 du 28 mars 2001 doit s'entendre au sens large et vise donc aussi les associations et ce dans le cadre de toute opération commerciale ou publicitaire à destination des élèves ou des enseignants (Lettre d'Information Juridique n°152 - février 2011).

I. Publicité : La publicité est interdite dans l'enceinte de l'établissement

- Interdiction de tout démarchage en milieu scolaire

Les enseignants et les élèves ne peuvent, en aucun cas, servir directement ou indirectement, à quelque publicité commerciale que ce soit.

La distribution aux élèves, par les personnels de l'établissement, de publicités ou de questionnaires commerciaux permettant la visite de démarcheurs au domicile des parents d'élèves est interdite dans les établissements scolaires. De même, l'accès à l'établissement des représentants d'entreprises qui souhaitent distribuer des documents publicitaires, doit être prohibé.

Ces instructions s'appliquent également à la distribution gratuite aux élèves ou à leurs parents de produits à finalité publicitaire (agendas, vidéocassettes).

- Interdiction de diffusion des données personnelles des élèves

La liste des élèves inscrits, leur adresse ou les renseignements personnels concernant leurs parents ou eux-mêmes ne doivent en aucun cas être communiqués à des entreprises : conformément à la loi du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, la collecte, l'enregistrement et la conservation du nom, de l'adresse personnelle ou de l'âge des élèves, qui sont des données nominatives couvertes par le secret de la vie privée, supposent le consentement des intéressés (*Article 6 de la loi n° 78-753 du 17 juillet 1978 modifiée portant mesures d'amélioration des relations entre l'administration et le public et diverses dispositions d'ordre administratif, social et fiscal*).

Les élèves, notamment ceux de l'enseignement professionnel et des classes post baccalauréat, ainsi que les personnels de l'établissement scolaire ne doivent en aucun cas être autorisés à apporter leur concours à une entreprise pour créer, à partir d'informations de l'établissement, un fichier clients.

- Encarts publicitaires dans les plaquettes de présentation des établissements scolaires du second degré

o Contenu

L'insertion dans une publication administrative d'encarts publicitaires est possible si elle peut être « regardée comme répondant à un intérêt public ou comme le complément ou le prolongement de l'activité de service public, qui est ici aussi l'information des fonctionnaires et des administrés » (*Avis du Conseil d'État, 19 novembre 1987*).

Peuvent donc être admises dans ces plaquettes des publicités relatives à des activités parascolaires (association sportive, distributeurs de fournitures scolaires, éditeurs, libraires). Les établissements d'enseignement professionnel peuvent accepter les publicités des entreprises qui accueillent des stagiaires, les messages publicitaires devant mettre l'accent sur le rôle que joue l'entreprise dans la formation des élèves.

o Financement

Dans la mesure où l'entreprise ne facture pas sa prestation à l'établissement, celui-ci s'estime dispensé le plus souvent du respect des règles applicables en matière de marchés publics.

Or, comme le relève la Cour des comptes, ce type de contrat doit être regardé comme une convention de prestation de service en faveur de l'établissement scolaire soumise à la réglementation des marchés publics. L'évaluation du coût de la prestation nécessite la prise en compte des recettes induites par les encarts publicitaires figurant dans la brochure, l'établissement en étant finalement le bénéficiaire.

II. Le partenariat avec les entreprises

Le principe de neutralité commerciale n'interdit pas d'envisager certaines formes de partenariat avec des entreprises privées ou publiques, dans la mesure où cela présente un réel intérêt pédagogique pour les élèves. L'opération organisée ne doit, pour autant, en aucun cas se substituer aux activités d'enseignement et de formation fixées par l'Etat.

A ce sujet, le Ministre de l'Education Nationale précise le 15 décembre 2009 : « 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'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

Sommaire	P.1
Les Services Académiques	P.2
Fonctionnement Général	P.3 à 7
Le principe de neutralité en EPLE	P.3 à 6
Dem'Act	P.7
Gestion Financière	P.8 à 16
Les Marchés Publics. Textes publiés à l'été 2011	P.8 à 10
Le Recouvrement des créances en EPLE	P.11 à 13
La Gestion de la Trésorerie en EPLE	P.14 à 16
Comptabilité	P.17 à 24
Point sur la R.C.B.C.	P.17 à 19
Le Suivi des observations des audits de la DRFIP	P.20 à 24
Divers	P.25 à 31
Brèves	P.25 à 27
Questions/Réponses	P.28 à 31

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 ».

Ces actions de partenariat doivent :

- soit s'inscrire dans le cadre des programmes scolaires,
- soit favoriser un apport technique (notamment pour la réalisation de produits multimédia)
- soit correspondre à une action spécifique (commémoration, action locale).

La LIJ n°152 rappelle, de plus, la nécessaire intégration du partenariat dans le cadre de l'action éducative : « le partenariat doit être intégré dans les contenus d'une ou plusieurs disciplines d'enseignement et s'inscrire dans les activités éducatives définies par le projet d'établissement. **Il doit être lié à l'éducation par son caractère culturel, civique, social ou sanitaire et ne doit pas par conséquent entrer en contradiction avec le principe émis par le code de l'éducation et les activités d'enseignement que seul ce dernier peut légitimement définir.**

Le partenariat doit être entouré d'un certain nombre de précautions :

s'assurer que la raison sociale de l'entreprise à une action de partenariat et son activité sont susceptibles d'avoir un lien avec l'action pédagogique ;
veiller à ce que l'entreprise ne cède pas les coordonnées à d'autres entreprises, pour éviter des campagnes de publipostage et des démarches systématiques.

Tout partenariat entre l'E.P.L.E. et une entreprise ou une association doit faire l'objet d'un **contrat signé du chef d'établissement avec l'autorisation du conseil d'administration.** Le contrat doit préciser l'objet de l'opération, sa nature, sa durée, les obligations des cocontractants et les modalités de résiliation. Il est soumis à l'examen des autorités de contrôle, conformément aux articles L421-1 et R421-9 8° du code de l'éducation (LIJ n°152).

Toute forme de rémunération des personnels des E.P.L.E. est exclue. L'article cité de la LIJ rappelle l'interdiction de toute publicité ostentatoire au profit du partenaire, la même interdiction prévaut pour toute collecte de données personnelles, destinées à constituer des fichiers clients.

III. Sites Internet

En vertu du principe de neutralité commerciale du service public de l'Éducation Nationale, la publicité y est exclue.

Toutefois, en cas de partenariat pédagogique avec une entreprise, le site peut comporter la mention du partenaire, de façon intégrée dans le contenu, pas sous la forme d'un bandeau publicitaire.

Il ne doit pas être fait de publicité pour les produits de cette entreprise ; un lien vers le site internet de l'entreprise est admissible, mais doit être discret.

Si la participation des services de l'Éducation Nationale ne permet pas de couvrir l'ensemble des coûts de gestion du site et si l'utilisation du site est gratuite en milieu scolaire, le recours à la publicité est admis sous réserve de l'acceptation par l'entreprise des conditions suivantes :

- limitation du temps d'affichage des publicités,
- lien des messages publicitaires avec l'objet pédagogique du site,
- publicités ponctuelles en relation avec une activité culturelle ou un événement lié au monde éducatif.

En revanche, l'utilisation de produits multimédia par les établissements scolaires, à des fins d'enseignement, est libre : possibilité de consultation de sites internet privés ou d'utilisation de cédéroms qui comportent des messages publicitaires.

Sommaire	P.1
Les Services Académiques	P.2
Fonctionnement Général	P.3 à 7
Le principe de neutralité en EPLE	P.3 à 6
Dem'Act	P.7
Gestion Financière	P.8 à 16
Les Marchés Publics. Textes publiés à l'été 2011	P.8 à 10
Le Recouvrement des créances en EPLE	P.11 à 13
La Gestion de la Trésorerie en EPLE	P.14 à 16
Comptabilité	P.17 à 24
Point sur la R.C.B.C.	P.17 à 19
Le Suivi des observations des audits de la DRFIP	P.20 à 24
Divers	P.25 à 31
Brèves	P.25 à 27
Questions/Réponses	P.28 à 31

pole-conseil@ac-lille.fr

DEVEP –
Mission Conseil

IV. Photographies (circulaire n°76-076 du 18 février 1976)

JO Sénat du 18/11/2009 – page 10594 :
« (...) la circulaire du 5 juin 2003 pose des règles très strictes pour encadrer la pratique de la photographie scolaire, notamment afin de garantir la neutralité du service public et inciter à une très grande prudence à l'égard des pratiques commerciales qui pourraient accompagner le développement de la photographie à l'école ».

V. Fournitures et matériel scolaire.

L'exigence ou la recommandation d'une marque particulière de fournitures scolaires est interdite.

Les produits ne doivent pas être désignés par le nom d'une marque. (voir fiches Eduscol : « principe de neutralité » et « Textes de référence sur les fournitures scolaires »).

VI. Les Assurances.

La recommandation aux familles d'un assureur précis, pour l'assurance scolaire est interdite (T.A. de Caen 1992).

VII. Les Concours Scolaires.

Des concours scolaires organisés par des entreprises peuvent être proposés aux élèves. De telles actions ne peuvent être entreprises que sur la base du volontariat et sous la responsabilité des chefs d'établissement, des enseignants et des autres membres de la communauté éducative.

Pour toute demande de participation à des concours ou opérations diverses, les dossiers présentés doivent être examinés à la lumière des critères suivants :

- le respect des principes fondamentaux de l'École (principe de neutralité commerciale notamment)
- l'intérêt pédagogique global de l'action envisagée
- la présence du thème proposé dans les programmes scolaires
- le cas échéant, l'obligation de l'adéquation des prix et des récompenses à l'âge et aux intérêts du public concerné.

Sommaire	P.1
Les Services Académiques	P.2
Fonctionnement Général	P.3 à 7
Le principe de neutralité en EPLE	P.3 à 6
Dem'Act	P.7
Gestion Financière	P.8 à 16
Les Marchés Publics. Textes publiés à l'été 2011	P.8 à 10
Le Recouvrement des créances en EPLE	P.11 à 13
La Gestion de la Trésorerie en EPLE	P.14 à 16
Comptabilité	P.17 à 24
Point sur la R.C.B.C.	P.17 à 19
Le Suivi des observations des audits de la DRFIP	P.20 à 24
Divers	P.25 à 31
Brèves	P.25 à 27
Questions/Réponses	P.28 à 31