

Objet : PUBLICITÉ DANS LES ÉTABLISSEMENTS SCOLAIRES ET MATÉRIEL DIDACTIQUE DIFFUSÉ PAR DES FIRMES COMMERCIALES

Réseaux : Tous

Niveaux et services : FOND / SEC / CPMS

Période : Année scolaire 2004-2005

- A Madame et Messieurs les Gouverneurs de Province ;
- A Mesdames et Messieurs les Bourgmestres ;
- Aux membres des services d'Inspection de l'enseignement fondamental et secondaire de la Communauté française ;
- Aux Organes de représentation et de coordination ;
- Aux Pouvoirs organisateurs des établissements d'enseignement fondamental et secondaire subventionnés, ordinaires et spécialisés ;
- Aux Chefs d'établissement d'enseignement fondamental et secondaire organisés ou subventionnés par la Communauté française, ordinaires et spécialisés ;
- Aux Centres psycho-médico-sociaux organisés ou subventionnés par la Communauté française ;

Pour information :

- Aux Organisations syndicales ;
- Aux Associations de Parents ;

Autorités : Ministre-Présidente chargée de l'enseignement obligatoire et de l'enseignement de promotion sociale

Signataire(s) : Marie ARENA

Gestionnaires : Cabinet de la Ministre-Présidente

Personne(s)-ressource(s) : Francis LEES (francis.lees@cfwb.be)

Renvoi(s) :

Nombre de pages : texte : 3 p.

Téléphone pour duplicata :

Mots-clés : éducation à l'alimentation – publicité – matériel didactique.

Bruxelles, le 27/12/2004

Madame, Monsieur,

Il a été récemment beaucoup question de la distribution dans les écoles d'un jeu pédagogique financé par une grande marque de céréales, jeu intitulé « miam, la forme ! ». Au-delà de l'intérêt du matériel qui propose une approche ludique de l'éducation nutritionnelle, chacun conviendra qu'il s'agit avant tout d'une opération publicitaire.

Il n'est pas inutile de rappeler que l'article 41 de la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l'enseignement établit que toute activité commerciale est interdite dans les établissements d'enseignement organisés par les personnes publiques et dans les établissements d'enseignement libre subventionnés. Cependant cette disposition ne règle pas tout, car il n'est pas aisé de déterminer ce qui constitue une activité commerciale dans un établissement d'enseignement.

La distribution de colis, d'échantillons ou de dépliants publicitaires tombe bien sous le coup de cette interdiction, mais c'est moins clair lorsqu'il s'agit d'ouvrages ou de matériels didactiques financés ou diffusés par des firmes commerciales. Faut-il refuser toute initiative d'origine commerciale, même lorsqu'elle peut apporter un petit plus aux écoles ?

Constatant que les enseignants et les responsables scolaires ont toujours fait preuve de la plus grande circonspection par rapport à l'intrusion de la publicité dans l'école, je continuerai à leur faire confiance pour adopter l'attitude la mieux appropriée dans chaque cas particulier.

Ne nous voilons d'ailleurs pas la face : la publicité fait partie de l'environnement quotidien des enfants comme des adultes. Les enseignants ne sont-ils dès lors pas bien placés pour former les enfants et les adolescents à développer une attitude critique face au matraquage publicitaire ? Je le pense.

Nous disposons de ressources dans cette matière. Dans l'enseignement fondamental, la lecture critique de messages publicitaires fait partie de l'éducation aux médias. Dans l'enseignement secondaire, on développe cette compétence notamment dans les activités du cours de langue maternelle, mais aussi de manière plus transversale dans d'autres disciplines.

Je me limiterai dès lors à inviter les enseignants à développer particulièrement les activités disciplinaires ou transversales qui permettront à l'enfant ou à l'adolescent d'acquérir son autonomie et sa liberté face au message publicitaire.

Convaincue de la conscience et du bon sens de chacun, je vous remercie de votre collaboration.

Madame la Ministre-Présidente,

Marie ARENA