

Règlementation des pratiques commerciales en milieu scolaire

Comme chaque début d'année, des collègues nous interrogent sur les nombreuses sollicitations (par courriel ou directement par des commerciaux) de sociétés qui commercialisent **des bulbes de fleurs, des chocolats, des carnets d'étiquettes, des « objets tendances »**, et autres produits commerciaux sans lien avec la vocation de l'école...ou coopérative scolaire !

→ **Il s'agit d'une action strictement commerciale** puisque ces achats sont effectués en vue d'une revente, ce qui s'apparente à **un acte purement commercial au sens de l'art. L 1101 du Code de commerce et qui pourrait être taxé de concurrence déloyale** par rapport à une entreprise locale qui vend les mêmes articles mais qui est assujettie aux taxes d'un commerçant.

→ D'autre part, nos coopératives scolaires œuvrent **au sein d'un espace éducatif public** et il convient de rappeler **le nécessaire respect du principe de neutralité commerciale du service public de l'Éducation nationale** (Circ. 2001053 du 28/3/01).

« ...Le service d'enseignement doit répondre à l'intérêt général et aux missions qui lui sont dévolues. Les établissements scolaires n'ont par conséquent pas vocation à effectuer des opérations commerciales... »

« ... la neutralité s'impose tout particulièrement aux enseignants, qui doivent respecter la liberté des choix des familles et le jeu de la concurrence en matière d'achats... »

« ...La publicité est interdite dans l'enceinte de l'école. Ni les enseignants, ni les élèves ne doivent servir, directement ou indirectement à quelque publicité commerciale que ce soit... »

Achat de produits finis dans le commerce pour revente aux familles, vente dans l'école, publicité, concours...

L'OCCE 13 rappelle que ces pratiques commerciales sont réglementées et pour la plupart interdites aux coopératives scolaires affiliées à l'OCCE...

En cas de plaintes de familles ou d'entreprises, l'OCCE ne pourrait pas apporter son soutien juridique aux contrevenants...

Ce qui est autorisé :

De par ses statuts, la coopérative peut vivre du travail de ses membres pour financer ses actions...

L'interdiction ne concerne que les produits achetés dans le commerce et revendus sans transformation.

Il vous est donc possible d'acheter des produits que vous revendez transformés, dans le cadre d'un projet impliquant les élèves, par exemple un marché de Noël...

Ces objets, fabriqués spécialement pour la revente, seront anonymes.

Exemples :

- bulbes plantés dans des pots décorés par les élèves...
- Des objets imaginés, fabriqués, décorés par les enfants...
- sacs ou torchons comportant des illustrations, logo, maximes.... créés et choisis par les enfants... *mais attention: tous ces objets « personnalisés » proposés clef en main par certaines entreprises sont bien éloignés des valeurs de l'école... et de l'OCCE!*

Ce qui est formellement interdit :

➔ Installer un stand d'une entreprise de diffusion de livres au sein de l'école :

Exemple:

... La semaine de votre choix... nous venons vous livrer et installer une sélection d'ouvrages à l'emplacement de votre choix (entre 150 et 200 références en plusieurs exemplaires)... Une ou plusieurs ventes aux parents sont organisées.... A l'issue de la vente, votre école bénéficie gratuitement de 20 % du montant de la recette sous forme de livres....

Relisez bien la page précédente...

Êtes-vous sûr qu'il s'agit d'un « moment privilégié autour du livre »? Ou plutôt d'une vente illégale au sein d'un espace éducatif public ?

Et aussi :

- ➔ la vente sur catalogue, bons de commandes...
- ➔ La vente de sapins, chocolats, parfums, étiquettes...
- ➔ Acheter des croissants (par exemple : en lots en grande surface pour les revendre à l'unité...
- ➔ Distribuer des pochettes publicitaires...

La photographie scolaire

Pour les écoles maternelles et élémentaires, dans la mesure où elles ne disposent pas de la personnalité juridique et de l'autonomie financière, seule une association en lien avec l'école, **en particulier la coopérative scolaire**, peut passer commande auprès d'un photographe et revendre ces photos aux familles.
Circulaire N°2003091 BO N°24 du 12/07/2003

Partenariat avec une entreprise

Une action de partenariat avec des entreprises publiques ou privées est possible à **condition** que l'opération ait une **finalité pédagogique** pour les élèves « (...) Toute action de partenariat ne saurait dissimuler une véritable opération commerciale. Tout partenariat avec une entreprise doit faire l'objet d'une **convention** qui définit l'objet de l'opération, sa nature, sa durée, les obligations des cocontractants, les modalités de résiliation afin d'éviter des actions contentieuses. Les interventions des entreprises en milieu scolaire font l'objet d'un « **Code de bonne conduite** » qui rappelle les règles qui régissent les relations entre l'Éducation nationale et les entreprises.
BO N°14 du 15/04/2001

Les concours scolaires :

Des concours scolaires organisés par des entreprises peuvent être proposés aux élèves. La participation d'une école à un concours de ce type ne peut être envisagée que si plusieurs conditions sont remplies

- L'entreprise doit être clairement identifiée, son objet social et ses activités doivent avoir un lien avec l'action éducative.
- Le concours doit présenter un intérêt pédagogique et répondre à un objectif précis, lié à l'éducation.
- Les activités entraînées par la participation au concours doivent correspondre aux programmes scolaires et s'inscrire dans le projet d'école.
- Les prix et récompenses doivent être adaptés à l'âge et aux intérêts des élèves concernés. Les prix individuels en espèces sont refusés, à moins que leur utilisation ne soit définie de manière à répondre à l'intérêt éducatif des lauréats et que le montant ne soit pas excessif.

Aucune des modalités de l'opération ne doit contrevenir aux principes de neutralité qui sous-tendent le fonctionnement de l'école ou de l'établissement scolaire.

Il est rappelé, en particulier, que les chefs d'établissement, les directeurs d'école et les enseignants ne doivent, en aucune manière, favoriser des pratiques commerciales ou publicitaires durant les activités scolaires.
(BO n°19 du 11 mai 1995)