

Jurisprudence publicité et activités commerciales

Table des matières

Introduction	4
1. Principe d'interdiction dans les établissements scolaires.....	4
2. Définition du concept de pratique commerciale.....	4
3. Position relativiste – une tolérance exceptionnelle qui n'est pas une autorisation .	4
Les pratiques reconnues commerciales, mais ayant cessé	5
C42/2 : les calendriers de la maison d'édition	5
C42/4 : « le bon compte » de la banque.....	5
C42/5 : ouverture des carnets d'épargne dans une école.....	5
C42/7 : campagne publicitaire à propos des céréales	6
C42/16 brochure de l'offre d'enseignement.....	6
C42/23 : « l'alcool en promotion ».....	6
C42/26 : « les supports pédagogiques de la banque. ».....	7
C42/33 : « école sans pub »	7
Position relativiste	8
C42/10 : la section mécanique automobile	8
C42/11 : campagne de sensibilisation des jeunes à la violence dans les relations amoureuses.....	9
C42/14 action sportive.....	9
C42/20 : « nations cup ».....	9
C42/25 : « fruits et légumes »	10
C42/33 : « école sans pub »	10
C42/34 « action olympique »	11
Activités non commerciales	12
C42/18 : coiffure à petit prix.....	12
C42/6 : l'éducation à la publicité	12
C42/14 action sportive.....	13
Annexes reprenant les avis intégralement	14
Les pratiques reconnues commerciales, mais ayant cessé	15
C42/2 les calendriers de l'éditeur D***	15
C42/5 : Ouverture des carnets d'épargne dans une école	16
C42/7 : Campagne publicitaire à propos de céréales	17
C42/ 13 Voyages, publicité et concurrence entre réseaux	18
Commission article 1.7.3-4 du Code de l'enseignement – Jurisprudence	2

C42/16 Brochure de l'offre d'enseignement.....	19
C42/23 : « L'alcool en promotion »	20
C42/26 : « Les supports pédagogiques de la banque ».....	21
C42/33 : « École sans pub »	22
Position relativiste	23
C42/3 : Programme de mise en forme	23
C42/10 : La section mécanique automobile.....	25
C42/ 11 : campagne de sensibilisation des jeunes à la violence dans les relations amoureuses	26
C42/14 Action sportive.....	27
C42/20- «Nation's Cup »	30
C42/25 : « Fruits et légumes ».....	32
C42/33 : « École sans pub »	34
C42/34 : « Action olympique ».....	35
Activités non commerciales	37
C42/18 Coiffure à petit prix	37
C42/6 : « Media Smart » - éducation à la publicité	38
C42/ 15 – Papillomavirus.....	40
C42/ 14 Action sportive.....	41

Introduction

Voici les lignes de force utilisées par la Commission dans l'analyse des cas soumis à son examen en matière commerciale :

1. Principe d'interdiction dans les établissements scolaires

Le principe édicté dans l'article 1.7.3-3¹ du Code de l'Enseignement fondamental et de l'Enseignement secondaire demeure un principe fondamental.

2. Définition du concept de pratique commerciale

Les avis se réfèrent à la définition de la pratique commerciale contenue dans le droit commercial et économique belge ou international tel qu'applicable en Belgique.

3. Position relativiste – une tolérance exceptionnelle qui n'est pas une autorisation

Dans l'analyse de certains cas, la jurisprudence de la Commission a estimé que le monde scolaire, jusqu'à un certain point, ne peut pas faire abstraction du monde économique, d'autant que le décret mission fait un devoir à l'école de préparer les jeunes à entrer dans la vie active. L'école ne saurait être un lieu d'échanges commerciaux, mais elle ne doit pas perdre de vue que tôt ou tard, les jeunes se trouveront, d'une manière ou d'une autre, confrontés à la réalité économique.

- a. Soit l'acte de commerce est autorisé dans le respect de l'article 12 ter du Pacte scolaire, formulé de la manière suivante :
« Par arrêté royal² délibéré en Conseil des ministres, le Roi fixe d'une manière uniforme pour tous les réseaux d'enseignement les conditions auxquelles des objets produits ou des services rendus par un établissement scolaire peuvent être aliénés ou loués ».
- b. Soit l'acte est toujours considéré comme commercial et donc en principe interdit, mais, pour ce cas-là, il possède des caractéristiques qui sont compatibles avec le monde scolaire (discrétion, avantages, retombées positives). Un acte analogue sera donc toujours susceptible de faire l'objet d'une plainte que la Commission examinera au cas par cas. Comme nous l'avons vu plus haut, la Commission n'est pas habilitée à délivrer des autorisations.

¹ Ancien article 41 de la commission article 42

² L'arrêté royal du [12 février 1976 \(.pdf\)](#) fixant les conditions auxquelles les objets produits ou les services rendus par un établissement d'enseignement peuvent être aliénés ou loués, et son arrêté d'exécution, l'arrêté ministériel du [12 juillet 1977 \(.pdf\)](#). Texte également disponible sur le site internet « [Gallilex](#) ».

Les pratiques reconnues commerciales, mais ayant cessé

C42/2 : LES CALENDRIERS DE LA MAISON D'ÉDITION

Reconnaissance implicite du caractère commercial de la pratique - Pratique hors du champ de l'art. 41. (Devenu l'article 1.7.3-3 du CE)

Un inspecteur diffusa des calendriers scolaires édités par une maison d'édition. Sa bonne foi ne fut pas mise en cause. Du moment que le nom de l'éditeur figurait sur les calendriers, il découlait un aspect commercial de la pratique. Mais ce qui importait, aux yeux de la Commission, c'est qu'« aucun établissement scolaire ne s'est rendu coupable lui-même de la pratique examinée. » Aussi, la Commission émit-elle l'avis qu'« une telle pratique ne rentrait pas dans le champ d'application de l'article 41, alinéa 1. »

Vers l'avis complet : [C42/2 : les calendriers de la maison d'édition](#)

C42/4 : « LE BON COMPTE » DE LA BANQUE

Reconnaissance implicite du caractère commercial de la pratique - pratique ayant cessé

Une banque avait pris l'initiative de présenter un jeu sur son site Internet, qui se présentait comme un « projet scolaire éducatif », destiné aux élèves de l'enseignement fondamental. Interpellée, la banque informa la Commission que le site Internet était fermé depuis le mois de juin 2007. L'organisme précisa en outre que le jeu n'était remis aux enseignants que lors de leurs visites d'agences.

Vers l'avis complet : [C42/4 : « le bon compte » de la banque](#)

C42/5 : OUVERTURE DES CARNETS D'ÉPARGNE DANS UNE ÉCOLE

Reconnaissance implicite du caractère commercial de la pratique - pratique ayant cessé

Une banque avait contacté, durant l'année scolaire 2006-2007, un établissement scolaire à des fins de sponsoring : l'école proposait aux parents l'ouverture d'un compte d'épargne pour payer par exemple des classes de neige. En échange de cela, l'école recevait de l'établissement financier des lattes et des objets classiques portant le logo de la banque.

Au moment de l'examen du dossier par la Commission, cette pratique avait cessé au sein de l'établissement précité.

Vers l'avis complet : [C42/5 : ouverture des carnets d'épargne dans une école](#)

C42/7 : CAMPAGNE PUBLICITAIRE À PROPOS DES CÉRÉALES

Pratique commerciale ayant cessé.

Une campagne publicitaire (commerciale) menée par un fabricant de céréales et un producteur de jeux récréatifs était menée au sein d'une école, affichage et dépliants compris, afin d'inciter enfants (et parents) à acheter le produit pour réunir un certain

nombre de timbres-épargne afin de recevoir des modules de jeux. L'activité avait déjà cessé au moment où l'avis fut rendu.

Vers l'avis complet : [C42/7 : campagne publicitaire à propos des céréales](#)

C42/13 : VOYAGES, PUBLICITÉ ET CONCURRENCE ENTRE RÉSEAUX

Publicité commerciale – absence de la réunion des éléments constitutifs de l'art. 41.(devenu l'article 1.7.3-3 du CE)

Une certaine radio diffusait une publicité commerciale au bénéfice d'un tour-opérateur. Elle citait nommément un établissement scolaire. Il ne fut pas établi que cette publicité, commerciale puisqu'elle émanait d'un commerçant, avait eu lieu à l'initiative ou avec la complicité du chef d'établissement. En outre, elle avait eu lieu sur les ondes et non dans un établissement scolaire.

Vers l'avis complet : [C42/13 voyages, publicité et concurrence entre réseaux](#)

C42/16 : BROCHURE DE L'OFFRE D'ENSEIGNEMENT

La publicité d'un commerçant possède la caractéristique d'être commerçante – notion d'activité commerciale dans un établissement - Activité ayant cessé – plus lieu de l'interdire.

Une brochure éditée par un établissement scolaire, destinée à renseigner le public sur l'offre d'enseignement de l'établissement était parcourue de nombreuses publicités émanant de personnes physiques ou morales ayant la qualité de « commerçant ». L'établissement ayant immédiatement cessé sa diffusion sur injonction de son Pouvoir organisateur, la distribution de la brochure ayant cessé, il n'y avait pas lieu de l'interdire.

Vers l'avis complet : [C42/16 brochure de l'offre d'enseignement](#)

C42/23 : « L'ALCOOL EN PROMOTION »

Pratique commerciale – démarchage publicitaire – absence d'acte dans le chef des établissements – non-application de l'art. 41. (Devenu l'article 1.7.3-3 du CE)

La Commission fut informée de ce qu'une société fabricant des boissons alcoolisées démarchait certains établissements d'une zone déterminée. De fait, une enquête, diligentée par l'Inspection à la demande de la Commission, révéla que la démarche commerciale a[vait] bien eu lieu [mais que] les chefs d'établissement concernés déclar[ai]ent ne pas y avoir donné suite. »

L'inspection n'ayant trouvé aucune raison de douter de ces affirmations, les membres furent d'avis que, dans la mesure où les chefs d'établissement n'avaient donné aucune suite au démarchage publicitaire, il n'y avait donc eu aucune activité commerciale dans les établissements concernés, et partant, pas d'infraction à l'article 41. (Devenu l'article 1.7.3-3 du CE)

Vers l'avis complet : [C42/23 : « l'alcool en promotion »](#)

C42/26 : « LES SUPPORTS PÉDAGOGIQUES DE LA BANQUE. »

Pratique commerciale – opération de banque - absence d’infraction – irrecevabilité.

La Commission fut saisie d’une plainte d’une organisation de consommateurs : une banque souhaitait mettre en œuvre des supports pédagogiques destinés aux élèves les plus âgés de l’enseignement primaire et du premier degré de l’enseignement secondaire.

Elle fut informée par cette même organisation, qui entretemps s’était renseignée, que l’initiative bancaire se limiterait à la partie néerlandophone du pays et que le contenu de ces supports serait effectué de manière indépendante des banques. Aussi, les membres furent-ils d’avis, à l’unanimité, qu’aucun nom d’établissement scolaire n’ayant été mentionné au sein duquel une infraction aurait été constatée, les conditions d’application de l’article 41 n’étaient pas réunies et que la plainte de l’organisme de consommateur était irrecevable.

Vers l’avis complet : [C42/26 : « les supports pédagogiques de la banque. »](#)

C42/33 : « ECOLE SANS PUB »

Pratique commerciale – brochure publicitaire – absence d’acte dans un établissement scolaire déterminé – irrecevabilité de la demande et non-application de l’art.41 (devenu l’article 1.7.3-3 du CE)

En l’espèce, le responsable d’une association de consommateurs déposa la plainte suivante : plusieurs écoles d’une région déterminée furent le théâtre d’une opération destinée à promouvoir les carrières, pendant laquelle on distribua dans certaines classes, pendant les heures de cours, une brochure contenant de nombreuses pages de publicité commerciale.

Dans la mesure où le requérant, interrogé par courrier, n’apporta pas la démonstration que les faits s’étaient déroulés dans un ou plusieurs établissements scolaires déterminés, comme le préconise l’article 41, les membres de la Commission émirent l’avis, à l’unanimité, que la demande était irrecevable.

Vers l’avis complet : [C42/33 : « école sans pub »](#)

Position relativiste

C42/3 : PROGRAMME DE MISE EN FORME

Pratique commerciale – discrétion – retombées positives.

Le programme de mise en forme « projet...pour entretenir la condition physique générale des enfants », était bien une « activité commerciale » au sens de l'article 41 du Pacte scolaire, devenu l'article 1.7.3-3 du CE, mais les membres nuancèrent leur avis de manière à aborder l'article 41 sous un angle pragmatique, tenant compte des retombées positives de l'action et de la discrétion du logo commercial.

À noter : l'élément commercial n'avait interpellé les enfants à aucun moment.

Vers l'avis complet : [C42/3 : programme de mise en forme](#)

C42/10 : LA SECTION MÉCANIQUE AUTOMOBILE

Publicité commerciale – discrétion – retombées positives.

Dans cette école, il existait effectivement des bannières d'un célèbre constructeur automobile, mais elles se trouvaient exclusivement dans le local des élèves de l'option. Ce que les Inspecteurs mirent en lumière, c'est l'existence d'un partenariat sur base d'un « gentlemen agreement », dont la pertinence permettait aux étudiants d'être en symbiose avec l'évolution technologique du secteur automobile et à l'enseignement technique d'être justement proche de la réalité du monde industriel.

Vers l'avis complet : [C42/10 : la section mécanique automobile](#)

C42/11 : CAMPAGNE DE SENSIBILISATION DES JEUNES À LA VIOLENCE DANS LES RELATIONS AMOUREUSES

Sponsoring – logos – discrétion – retombées positives

Une campagne de sensibilisation des jeunes à la violence dans les relations amoureuses, en ce qu'elle s'accompagnait d'affiches comportant les logos des partenaires du projet, cinq sponsors, un cinéma, une revue hebdomadaire, une radio, une librairie et celui de la Fédération Wallonie-Bruxelles³ elle-même, fit l'objet d'un examen par la Commission. Son objectif, faire prendre conscience aux jeunes gens de 14 à 18 ans des risques de certains écarts de la relation amoureuse et de la nécessité d'y apporter remède par le respect mutuel, et son enjeu étaient conformes au but d'une éducation citoyenne. Ce but ne fut bien entendu pas jugé incompatible avec l'enseignement dispensé dans les établissements scolaires.

À supposer que les logos dussent être définis comme rentrant dans le concept « d'activité commerciale », ceux-ci n'incitaient manifestement pas à l'achat, à l'exploitation ou à la consommation de produits commerciaux au sein des établissements.

³ Communauté française à l'époque

Vers l'avis complet : [C42/11 : campagne de sensibilisation des jeunes à la violence dans les relations amoureuses](#)

C42/ 14 ACTION SPORTIVE

Pratique commerciale perdant sa caractéristique– discrétion - retombées positives.

Voir plus haut : on insiste sur l'aspect positif de l'opération, la discrétion de l'aspect commercial voire sur le fait qu'il s'agit d'une initiative publique en concordance avec l'intérêt de l'enseignement.

Vers l'avis complet : [C42/14 action sportive](#)

C42/20 : « NATIONS CUP »

Pratique commerciale – discrétion – sponsoring - retombées positives

Une sorte de coupe mondiale de football à l'échelle « junior » était organisée par une grande marque de produits laitiers, avec l'aide de différents partenaires, notamment des sponsors, dans quarante pays, dans le but de développer une série de valeurs comme l'esprit sportif, la santé et l'ouverture aux autres, en Belgique. Ceci se fit en collaboration avec une fédération sportive.

Trois journées sportives étaient organisées dans la perspective de la « Nation's Cup » et elles se déroulaient dans le cadre de l'organe de fédération des trois fédérations du sport scolaire. Ces activités concernaient les jeunes des trois réseaux d'enseignement et leur but est d'être sélectionnés pour aller disputer la coupe au Brésil. Ces journées étaient prises en charge par la société commerciale et différents sponsors, qui fournissaient des animations, telles que des châteaux gonflables.

La plupart des événements sportifs s'accompagnent de sponsoring et le sport dans l'univers scolaire n'y échappe pas nécessairement.

L'activité revêtait un aspect non seulement sportif, mais également pédagogique, car l'équipe était composée d'enfants de différents régimes linguistiques du pays, qui, en outre, pouvaient découvrir de nouveaux horizons.

Les membres abordèrent l'interprétation de l'article 41 sous un angle pragmatique dans la mesure où il était proposé de tenir compte des différents aspects positifs de l'opération. Dans les conditions décrites, l'activité, qui comportait des aspects commerciaux sans doute, ne violait pas l'article 41.

Vers l'avis complet : [C42/20 : « nations cup »](#)

C42/25 : « FRUITS ET LÉGUMES »

Pratique commerciale – démarchage publicitaire dans le cadre d'une initiative des pouvoirs publics – non-application de l'art. 41. (Devenu l'article 1.7.3-3 du CE)

Le programme « Fruits & légumes à l'école » était une initiative de l'Union européenne cofinancée par la Région wallonne et la Région bruxelloise. Les Communautés française et germanophone apportaient, quant à elles, leur contribution par le développement des mesures d'accompagnement.

Ce programme visait un double objectif :

- L'éducation à l'alimentation des élèves afin de les inciter à développer dès le début de leur scolarité des comportements alimentaires basés sur des produits sains et ainsi améliorer leur santé ;
- L'information sur les modes de production ainsi que sur la consommation des produits de qualité et de proximité afin de sensibiliser à une approche durable de la consommation de fruits et légumes ;

La Commission fut saisie d'une plainte contre un groupe de producteurs qui démarchait certains établissements scolaires wallons. À l'unanimité, les membres estimèrent qu'il n'entraînait pas dans les compétences de la Commission d'examiner les activités de ce groupe de producteurs, dans le cadre de ce démarchage.

En effet, ils considérèrent que cette activité était liée à une initiative des pouvoirs publics et que ce démarchage, qui accompagnait le programme «fruits et légumes» se présentait comme une forme d'approvisionnement des écoles.

Dans ces circonstances, les membres furent d'avis que les enfants et les jeunes gens n'étaient pas particulièrement la cible d'une activité commerciale. Dans cette perspective, les pratiques incriminées n'entraînaient pas dans le champ de l'article 41 et il n'entraînait donc pas dans leur compétence de les examiner.

Vers l'avis complet : [C42/25 : « fruits et légumes »](#)

C42/33 : L'ECOLE SANS PUB

Pratique commerciale – brochure publicitaire – absence d'acte dans un établissement scolaire déterminé – irrecevabilité de la demande et non-application de l'art.41 (devenu l'article 1.7.3-3 du CE)

En l'espèce, le responsable d'une association de consommateurs déposa la plainte suivante : plusieurs écoles d'une région déterminée furent le théâtre d'une opération destinée à promouvoir les carrières, pendant laquelle on distribua dans certaines classes, pendant les heures de cours, une brochure contenant de nombreuses pages de publicité commerciale.

Dans la mesure où le requérant, interrogé par courrier, n'apporta pas la démonstration que les faits s'étaient déroulés dans un ou plusieurs établissements scolaires déterminés, comme le préconise l'article 41, les membres de la Commission émirent l'avis, à l'unanimité, que la demande était irrecevable.

Vers l'avis complet : [C42/33 : « école sans pub »](#)

C42/34 : ACTION OLYMPIQUE

Pratique commerciale – discrétion – équilibre d'intérêt - retombées positives.

En l'espèce, par message électronique du 16 mars 2011, un parent d'un élève de 3^e maternelle souhaita attirer l'attention de la Commission au sujet de l'action dite « Action olympique, » par laquelle on souhaitait dynamiser les activités sportives à l'école, en faisant acheter aux élèves des sacs de sport à 5 € dont 2,5 € allaient directement dans la caisse de l'établissement. Il y aurait notamment 400 journées dans

un certain parc d'attractions à gagner. Cette plainte eut été reprise à son compte par le CRIOC dont le sentiment était que l'action était de nature purement commerciale, et, par conséquent, tombait entièrement sous le coup de l'article 41 de la loi précitée.

Cependant, à l'unanimité, les membres de la Commission ont considéré dans leur avis que l'activité incriminée constituait une pratique qui s'apparentait à une forme de sponsoring et qui, dans les conditions décrites, ne violait pas l'article 41 de la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l'enseignement.

Vers l'avis complet : [C42/34 « action olympique »](#)

Activités non commerciales

C42/18 : COIFFURE A PETIT PRIX

Pratique commerciale hors du champ de l'art. 41 (devenu l'article 1.7.3-3 du CE) – application de l'art 12 ter de la loi du 29 mai 1959.

La coiffure fait l'objet d'un enseignement dans les établissements scolaires et cet enseignement mène à l'obtention d'un titre de qualification qui permet d'exercer la profession. Pour obtenir ce titre, il faut avoir suivi la grille horaire de l'établissement qui prévoit des travaux pratiques, notamment la coiffure de modèles. Ceux-ci, qui font partie des exigences de la grille horaire, s'effectuent en principe en conformité avec l'arrêté royal du 12 février 1976 fixant les conditions auxquelles les objets produits ou les services rendus par un établissement d'enseignement peuvent être aliénés ou loués, pris en exécution de l'article 12 ter du Pacte scolaire.

Il arriva qu'une union professionnelle s'émût à propos de publicité effectuée pour et par les établissements d'enseignement qui dispensent des cours de coiffure.

La pratique dénoncée était la suivante : une union professionnelle porta plainte à propos d'articles de presse portant sur des établissements d'enseignement qui dispensent des cours de coiffure. Ces publicités indiquaient des prix de coupes inférieurs à ceux du marché de la profession.

L'union professionnelle voyait dans cette pratique une forme de concurrence avec les professionnels de la coiffure.

Comme suite à l'enquête demandée par les membres de la Commission, il s'avéra que « les règles de bases relatives aux travaux pour tiers [furent] bien respectées ». (AR du 12 février 1976)

Enfin, l'enquête ne put faire la lumière sur l'origine des articles de presse et finit par conclure qu'« aucune intention de concurrence n' [était] avérée ».

Aussi, la Commission émit-elle l'avis, à l'unanimité, que les pratiques évoquées ne violaient pas l'article 41 de la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l'enseignement.

Vers l'avis complet : [C42/18 : coiffure à petit prix](#)

C42/6 : L'EDUCATION A LA PUBLICITE

Pratique hors du champ de l'art. 41. (Devenu l'article 1.7.3-3 du CE)

Une plainte fut déposée contre une ASBL qui avait mis au point un module d'éducation à la publicité. La Commission en fut saisie et estima que les critiques qu'on pouvait adresser à cet « outil » étaient davantage d'ordre pédagogique que d'ordre « commercial » à proprement parler. Et, comme la pratique n'avait pas eu lieu dans les établissements scolaires, la Commission fut d'avis que les faits reprochés n'étaient pas susceptibles d'aller à l'encontre du prescrit de l'article 41.

Vers l'avis complet : [C42/6 : l'éducation à la publicité](#)

C42/15 : PAPILLOMAVIRUS

Pratique hors du champ de l'art. 41. (devenu l'article 1.7.3-3 du CE)

Une campagne d'information organisée dans les écoles par une société de délégués médicaux, à propos du cancer du col de l'utérus, destinée « à des élèves entre 13 et 18 ans et dans les classes de même tranche d'âge » fut l'objet d'une plainte. Mais, comme elle n'était accompagnée d'aucune démonstration de nature commerciale, la Commission fut d'avis que cette pratique n'entraîne pas dans le champ d'application de l'art 41.

Vers l'avis complet : [C42/15 papillomavirus](#)

C42/14 : ACTION SPORTIVE

Pratique commerciale perdant sa caractéristique – discrétion - retombées positives.

L'action « Sport à l'École » est organisée depuis 25 ans par le Comité olympique et interfédéral belge en collaboration avec les fédérations sportives et avec le soutien d'entreprises commerciales, partenaires pour une action qui a rapporté en un quart de siècle près de 16.000.000 € au sport scolaire.

La Cour de cassation a dit pour droit qu'un acte commercial peut perdre sa caractéristique commerciale si l'auteur de l'acte n'a pas été inspiré par l'intention de réaliser un bénéfice. (Cass., 25 février 1935, Pas. 1935, I, 170 et Cass. 19 janvier 1973, Pas., 1973, I, 492)

L'opération : « action sportive », constitue une pratique dont le but n'est pas tant commercial que lié à la santé publique essentiellement. Elle présente donc des retombées positives.

L'action « Action sportive » met en présence certains acteurs qui sont, il est vrai, des sociétés commerciales. Mais il apparaît que l'aspect commercial est assez discret.

Vers l'avis complet : [C42/14 action sportive](#)

Annexes reprenant les avis intégralement

Les pratiques reconnues commerciales, mais ayant cessé

C42/2 les calendriers de l'éditeur D***

Avis prononcé le 13 novembre 2007
Décision de l'autorité du 4 février 2008 : accord.

La Commission,

Considérant la lettre du 15 juin 2007 d'un certain chef d'établissement, par laquelle l'intéressé signala à la bonne attention de la Direction générale de l'Enseignement obligatoire qu'un inspecteur assurait la diffusion de calendriers en couleur qui portaient la marque de l'éditeur D*** ;

Considérant que, dans un premier temps, la Direction générale de l'Enseignement obligatoire transmit cette lettre le 9 juillet 2007 à Monsieur l'Administrateur général Jean-Pierre HUBIN afin qu'il entende l'intéressé.

Considérant que Monsieur l'Administrateur général estima que «...[les] intentions [de Monsieur l'Inspecteur] étant tout à fait louables, il n'y a[vait] aucun élément moral constitutif d'une faute de sa part...[et que]...cet incident était clos et n'impliquait pas que soit entamée une procédure disciplinaire ;»

Considérant la note du 2 juillet 2007 par laquelle Madame la Ministre-Présidente souhaite que la Commission soit saisie de l'affaire ;

Considérant que l'article 41, alinéa 1 de la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l'enseignement dispose de ce que : « toute activité et propagande politique ainsi que toute activité commerciale sont interdites dans les établissements d'enseignement organisés par les personnes publiques et dans les établissements d'enseignement libre subventionnés ; »

Considérant que ce calendrier connut une large diffusion dans la mesure où il fut distribué dans la plupart des établissements ;

Considérant qu'aucun établissement scolaire ne s'est rendu coupable lui-même de la pratique examinée ;

Considérant qu'une telle pratique ne rentre donc pas dans le champ d'application de l'article 41, alinéa 1 précité ;

Considérant par ailleurs que le cas d'espèce a fait l'objet d'un examen par Monsieur l'Administrateur général HUBIN et a donc connu sa conclusion par la voie hiérarchique;

Emet l'avis, à l'unanimité, que la diffusion de calendriers en couleur portant la marque de l'éditeur D*** dans les établissements d'enseignement de la Communauté française par un inspecteur de l'Enseignement fondamental ne constitue pas une pratique susceptible d'être examinée par la Commission.

C42/4 : «Le bon compte » de la banque

Avis prononcé le 11 janvier 2008

Décision de l'autorité du 4 mai 2008 : l'autorité prend acte de l'avis.

La Commission, Considérant que, par sa note du 9 octobre 2007, Madame Marie ARENA, Ministre-Présidente en charge de l'Enseignement obligatoire, saisie d'une plainte formulée par l'organisation de protection des consommateurs « CRIOC » et d'une plainte d'un chef d'établissement, sollicite l'avis de la Commission à propos du projet scolaire éducatif intitulé « le bon compte », initié sur Internet ;

Considérant que le site Internet consacré au jeu « le bon compte », au dire des requérants, se présentait comme un projet scolaire éducatif destiné aux élèves de l'enseignement fondamental ;

Considérant qu'au cours de sa réunion du 13 novembre 2007, la Commission chargea Madame la Présidente d'écrire à la banque [Untel] afin de rassembler un maximum d'informations destinées à éclairer les membres ;

Considérant que, le 30 novembre 2007, [la banque UNTEL] informa la Commission que le site Internet était fermé depuis le mois de juin 2007 et qu'il importait de relever la circonstance que le jeu était remis aux enseignants lors de visites d'agences [de la banque UNTEL] ;

Considérant que [la banque UNTEL] écrit à propos du projet « le bon compte » que, « même s'il avait été envoyé dans les écoles, quod non, le pacte scolaire interdit l'exercice d'activités commerciales (càd. de ventes) mais non la publicité. »

Considérant l'article 41 de la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l'enseignement ;

Considérant que cet article dispose notamment de ce que : «... toute activité commerciale [est] interdite dans les établissements d'enseignement organisés par les personnes publiques et dans les établissements d'enseignement libre subventionnés... » ;

Considérant que, l'activité elle-même ayant cessé, il n'y a pas lieu de l'interdire ;

Emet l'avis, à l'unanimité, qu'il n'y a plus lieu d'appliquer l'article 41 de la loi précitée.

C42/5 : Ouverture des carnets d'épargne dans une école

Avis prononcé le 11 janvier 2008

Décision de l'autorité du 4 mai 2008 : l'autorité prend acte de l'avis.

La Commission,

Considérant que, par sa note du 9 octobre 2007, Madame Marie ARENA, Ministre-Présidente en charge de l'Enseignement obligatoire, a saisi la Commission de l'existence d'une pratique [d'une banque déterminée] d'avoir contacté, durant l'année scolaire 2006-2007 au moins, un établissement scolaire à des fins de sponsoring ;

Considérant que l'école proposait aux parents l'ouverture d'un compte d'épargne pour payer par exemple des classes de neige et qu'en échange de cela, l'établissement recevait de [cette banque] des lattes et des objets classiques au logo de la banque. Considérant qu'au cours de sa réunion du 13 novembre 2007, la Commission chargea Madame la Présidente d'écrire à la banque [en question] afin de rassembler un maximum d'informations destinées à éclairer les membres ;

Considérant que le 30 novembre 2007 [l'établissement financier] informa la Commission que cette pratique avait totalement cessé ;

Considérant l'article 41 de la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l'enseignement ;

Considérant que cet article dispose notamment de ce que : «... toute activité commerciale [est] interdite dans les établissements d'enseignement organisés par les personnes publiques et dans les établissements d'enseignement libre subventionnés... » ;

Considérant que, l'activité elle-même ayant cessé, il n'y a pas lieu de l'interdire ;

Émet l'avis, à l'unanimité, que, vu les éléments qui ont été soumis à son analyse, il n'y a plus lieu d'appliquer l'article 41 de la loi précitée.

C42/7 : Campagne publicitaire à propos de céréales

Avis prononcé le 11 janvier 2008

Décision de l'autorité du 4 mai 2008 : l'autorité prend acte de l'avis.

La Commission,

Considérant que, par sa note du 9 octobre 2007, Madame la Ministre-Présidente Marie ARENA a tenu à saisir la Commission de la plainte suivante :

Considérant un courrier du 13 mars 2007 du CRIOC, organisme chargé de la défense et de l'information des consommateurs, relatant qu'une maman d'élève de 3e maternelle d'un établissement d'enseignement se plaignait d'une campagne publicitaire menée par une société fabriquant des céréales, et un producteur de jeux récréatifs ;

Considérant que cette campagne était menée au sein de l'école, affichage et dépliants compris, afin d'inciter enfants (et parents) à acheter le produit pour réunir un certain nombre de timbres-épargne afin de recevoir des modules de jeux ;

Considérant qu'un membre du CECP, qui s'était renseigné auprès de l'autorité communale afin d'obtenir des renseignements sur les suites de la campagne publicitaire, fit part à la Commission, dans sa lettre du 29 novembre 2007, de ce que la campagne en question avait duré seulement deux jours au sein de l'école concernée ;

Considérant qu'un membre du SETCa apporta la précision qu'elle fut limitée au 15 janvier 2007 ;

Considérant l'article 41 de la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l'enseignement ;

Considérant que cet article dispose notamment de ce que : «... toute activité commerciale [est] interdite dans les établissements d'enseignement organisés par les personnes publiques et dans les établissements d'enseignement libre subventionnés... » ;

Considérant que l'on ne peut pas nier que la pratique incriminée soit de nature commerciale, car il y a publicité dans le but d'acheter les produits de commerçants, et que la pratique s'est produite au sein de l'établissement ;

Considérant toutefois que, l'activité elle-même ayant cessé, il n'y a pas lieu de l'interdire ;

Emet l'avis, à l'unanimité, que, vu les éléments qui ont été soumis à son analyse, il n'y a plus lieu d'appliquer l'article 41 de la loi précitée.

C42/ 13 Voyages, publicité et concurrence entre réseaux

Avis prononcé le 25 avril 2008

Décision de l'autorité : accord le 12 juin 2009

Les membres de la Commission,

Considérant que, par sa note du 18 mars 2008, un membre de l'Inspection a sollicité que ceux-ci examinent l'occurrence suivante :

Considérant que la note exposait que vers cette date, «pass[ait] sur les antennes d'une certaine radio une publicité commerciale au bénéfice du tour opérateur T***... repos[ant] sur un dialogue fictif entre un père d'élève et l'administration d'une école spécifiquement mentionnée ;»

Considérant qu'il s'agissait d'un scénario radiophonique dans lequel une famille appréciait à ce point d'être en vacances avec « T*** » qu'il advint qu'un papa téléphone à l'école pour avertir qu'il prolongeait en quelque sorte ses vacances. Que, par conséquent, son fils serait absent de l'établissement, identifié spécifiquement dans la publicité ;
Considérant que Monsieur l'Inspecteur posa la question de savoir dans quelle mesure cette pratique ne constitue pas une pratique déloyale de concurrence entre établissements, prohibée par l'article 41 de la loi du 29 mai 1959 précitée ;
Considérant qu'interrogés, le Pouvoir organisateur ainsi que l'établissement répondirent que l'initiative de cette publicité émanait du tour opérateur, sans que ni l'un ni l'autre n'aient été préalablement consultés ;

Considérant que leur réaction fut rapide afin d'en faire cesser la diffusion sur les ondes ;

Considérant que T*** expliqua que la mention du nom de l'établissement consistait en un pur hasard ;

Considérant que, selon l'article 1er du Code de commerce, « sont commerçants ceux qui exercent des actes qualifiés commerciaux par la loi et qui en font leur profession habituelle, soit à titre principal, soit à titre d'appoint ; »

Considérant que la société T*** possède la qualité de commerçante ;

Considérant que la publicité qui émane d'une personne, physique ou morale, réputée commerçante, ne saurait pas être définie autrement que comme acte de commerce, car elle est censée assurer la mise en valeur du fonds de commerce et des activités qui s'y déroulent ;

Considérant que la pratique telle qu'exposée dans la note de Monsieur l'Inspecteur est une pratique commerciale ;

Considérant le texte de l'article 41 précité, qui dispose de ce que : « toute activité et propagande politique ainsi que toute activité commerciale sont interdites dans les établissements d'enseignement organisés par les personnes publiques et dans les établissements d'enseignement libre subventionnés.

Toute pratique déloyale est de même interdite dans la concurrence entre ces établissements.

La propagande en faveur d'un enseignement doit rester objective et exempte de toute attaque contre un autre enseignement. »

Considérant qu'il convient d'analyser cette pratique à la lumière du prescrit de l'article 41 précité ;

Considérant que rien ne prouve l'initiative ou la complicité de l'établissement ou du réseau d'enseignement auquel il appartient ;

Considérant que si donc ni l'un ni l'autre n'ont agi, on ne saurait parler de pratique ni de concurrence dans leur chef, et que donc on ne saurait qualifier de déloyale une pratique qui n'a pas lieu;

Considérant par ailleurs que cette pratique, examinée sous son jour commercial, n'a pas eu lieu dans l'établissement, mais sur les ondes ;

Considérant donc que les éléments compris dans l'article 41 ne sont pas réunis ;
Émettre l'avis, à l'unanimité, que la pratique évoquée par Monsieur l'Inspecteur ne viole pas l'article 41 de la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l'enseignement.

C42/16 Brochure de l'offre d'enseignement

Avis prononcé le 8 octobre 2008

Décision de l'autorité : accord le 12 juin 2009

Les membres de la Commission,

Considérant que, par sa note du 11 septembre 2008, Monsieur Christian DUPONT, ministre de l'Enseignement obligatoire, souhaite saisir la Commission pour qu'elle rende un avis à propos de la brochure éditée par un établissement d'enseignement scolaire, destinée à renseigner le public sur l'offre d'enseignement de l'établissement ;

Considérant que l'interrogation porte particulièrement sur la présence d'une abondante publicité dans la revue ;

Considérant qu'effectivement la brochure est parcourue de nombreuses publicités. Qu'il s'agit notamment de publicités concernant les métiers de bouche, ce qui n'est pas sans rappeler l'offre d'enseignement de l'établissement, en ce qu'elle comprend notamment la restauration et l'hôtellerie ;

Considérant néanmoins que ces publicités émanent de personnes physiques ou morales qui ont la qualité de « commerçant » ;

Considérant que la publicité, lorsqu'elle émane d'un commerçant, est forcément liée à l'activité de ce dernier, et à la mise en valeur de son fonds de commerce, qui possèdent la caractéristique d'être « commerçant » ;

Considérant que le prescrit de l'article 41, alinéa 1er de la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation sur l'enseignement énonce ce qui suit : « Toute activité et propagande politique ainsi que toute activité commerciale sont interdites dans les établissements d'enseignement organisés par les personnes publiques et dans les établissements d'enseignement libre subventionnés. »

Considérant que l'édition de la brochure, dont le caractère commercial est établi, a beau avoir été confiée à un imprimeur, il n'en demeure pas moins qu'elle émane de la direction de l'établissement dans le cadre de ses activités scolaires, puisqu'elle est destinée à les promouvoir ;

Considérant donc que les conditions d'application de l'article 41 se trouvent réunies ;
Considérant cependant que l'établissement, sous l'injonction de son Pouvoir organisateur, a cessé la diffusion de la brochure incriminée ;

Considérant que, la distribution de la brochure ayant cessé, il n'y a pas lieu de l'interdire ;
Émet l'avis, à l'unanimité, qu'il n'y a plus lieu d'appliquer l'article 41 de la loi précitée.

C42/23 : « L'alcool en promotion »

Avis prononcé le 2 septembre 2010
Décision de l'autorité : accord le 16 novembre 2010

Les membres de la Commission,

Considérant que, par sa note du 30 octobre 2009, Madame Marie-Dominique SIMONET, ministre de l'Enseignement obligatoire, s'est dite interpellée une infirmière de centre PMS l'informant de ce qu' « un délégué commercial de la société « M*** » se serait présenté dans différents établissements de la région X dans le but de promouvoir des boissons alcoolisées énergisantes ;

Considérant que, le 23 février 2010, cette personne devait communiquer une liste de trois établissements à la Commission ;

Considérant qu'au cours de la séance du 21 avril 2010, les membres souhaitèrent qu'une enquête soit diligentée par l'Inspection afin de savoir si un démarchage de type commercial avait été accepté dans les établissements mentionnés dans le courrier précité ;

Considérant que le rapport de l'Inspection indiquait que « la démarche commerciale a bien eu lieu [que] les trois chefs d'établissement déclarent ne pas y avoir donné suite [qu']il n'y a aucune raison, dans l'état actuel du dossier, de mettre en doute leur déclaration ; »

Considérant le texte de l'article 41 alinéa 1 précité, qui dispose de ce que : « toute activité et propagande politique ainsi que toute activité commerciale sont interdites dans les établissements d'enseignement organisés par les personnes publiques et dans les établissements d'enseignement libre subventionnés.»

Considérant que, dans la mesure où les chefs d'établissement n'ont donné aucune suite au démarchage publicitaire, il n'y a donc eu aucune activité commerciale dans les établissements concernés ;

Émettre l'avis, à l'unanimité, qu'il n'y a pas lieu de parler de violation de l'article 41 de la loi précitée.

C42/26 : « Les supports pédagogiques de la banque »

Avis prononcé le 21 avril 2010.

Décision de l'autorité : accord le 16 juin 2010.

Considérant que, par courrier du 31 mars 2010, Monsieur Marc VANDERCAMMEN, Directeur général du CRIOC, porta plainte devant la Commission contre « l'initiative d'[une certaine banque] de lancer des supports pédagogiques destinés aux élèves du troisième degré de l'enseignement primaire et du premier degré de l'enseignement secondaire ; »

Considérant que l'intéressé estime en effet que « l'éducation financière doit, selon [le CRIOC] offrir des garanties de qualité et surtout d'objectivité. [Que cette institution bancaire] ne réunit pas ces critères. [Que] pour garantir cette nécessité d'objectivité, elle doit forcément être dispensée par des organismes indépendants des intérêts marchands ; »

Considérant que le CRIOC a été informé par [l'entreprise concernée] que cette opération se limiterait à la partie néerlandophone du pays et que le contenu des supports pédagogiques serait effectué de manière indépendante des banques ;

Considérant que le délégué du CRIOC a fait part de cette occurrence aux membres au cours de la séance ;

Considérant toutefois que cette information n'a pas été confirmée par écrit ;

Considérant le prescrit de l'article 41 alinéa 1er précité, qui dispose de ce que : « toute activité et propagande politique ainsi que toute activité commerciale sont interdites dans les établissements d'enseignement organisés par les personnes publiques et dans les établissements d'enseignement libre subventionnés ; »

Considérant que le CRIOC n'a mentionné aucun nom d'établissement scolaire au sein duquel une infraction aurait été constatée ;

Considérant que les conditions d'application de l'article 41 ne sont pas réunies ;

Émettre l'avis, à l'unanimité, que, par conséquent, la plainte du CRIOC est irrecevable.

Ainsi prononcé à la réunion du 21 avril 2010.

C42/33 : « École sans pub »

Avis prononcé à la réunion du 23 septembre 2011.

Décision de l'autorité : accord 16 novembre 2011

Considérant que, par courrier électronique du 27 février 2011, le responsable d'une association de consommateurs déposait tant auprès de Madame la Ministre qu'au Secrétariat de la Commission une plainte pour infraction à l'article 41 du 29 mai 1959 ;

Considérant que la plainte était ainsi libellée : « Plusieurs écoles d'une région déterminée ont été le théâtre d'une intrusion publicitaire...au prétexte d'annoncer une « opération carrières » par [le club Untel], qui a fait distribuer dans certaines classes, pendant les heures de cours, une brochure contenant de nombreuses pages de publicité commerciale » ;

Considérant le prescrit de l'article 41 alinéa 1er de la loi précitée qui énonce que : « Toute activité et propagande politique ainsi que toute activité commerciale sont interdites dans les établissements d'enseignement organisés par les personnes publiques et dans les établissements d'enseignement libre subventionnés » ;

Considérant que le 23 mars 2011, Madame Lise-Anne HANSE, Directrice générale de l'Enseignement obligatoire, interrogea le requérant pour qu'il indique dans quels établissements il avait remarqué les infractions dénoncées dans la plainte qu'il avait émise ;

Considérant que, réunis au cours de leur séance du 6 avril 2011, les membres convinrent de laisser le temps au requérant d'apporter réponse et proposèrent de solliciter une enquête de l'Inspection si les informations éventuellement fournies par [le requérant] appelaient des éclaircissements ;

Considérant que, réunis au cours de leur séance du 23 septembre 2011, les membres constatèrent que le courrier du 23 mars 2011 était resté sans réponse ;

Considérant que la requête doit avoir pour objet une pratique déloyale telle qu'elle est envisagée par l'article 41 de la loi ;

Considérant que le requérant restait en défaut de démontrer que l'infraction dénoncée s'était déroulée dans un établissement scolaire ;

Considérant que dès lors, la demande ne réunissait pas les conditions de son examen,

Émit l'avis, à l'unanimité, que la plainte déposée par le requérant était irrecevable.

Position relativiste

C42/3 : Programme de mise en forme

Avis prononcé le 13 novembre 2007
Décision de l'autorité du 4 février 2008 : accord.

La Commission,

« Considérant que par sa note du 19 juin 2007, Madame Marie ARENA, Ministre-Présidente en charge de l'Enseignement obligatoire, sollicite l'avis de la Commission à propos d'un « Programme de mise en forme » ;

Considérant l'existence, sur un certain site Internet, de la fiche de l'opération, destinée aux parents ;

Considérant que le contenu de cette fiche révèle qu'il s'agit « d'un projet...pour entretenir la condition physique générale des enfants. [Que] l'enseignant est le « coach » de la classe et reçoit un package du projet qui comprend, entre autres, une brochure avec tous les exercices déjà préparés – à chaque degré d'étude, des défis adaptés. [Que] les élèves peuvent suivre leurs performances sur une fiche de résultats par classe ; »

Considérant que le contenu de cette fiche révèle également « [que]...les écoles qui participent et qui renvoient la fiche de résultats correctement remplie peuvent remporter un prix unique : un événement sportif pour toute l'école avec une championne olympique; »

Considérant que 900 établissements auraient participé à cette action ;

Considérant qu'au cours de sa réunion du 29 juin 2007, la Commission chargea Madame la Présidente d'écrire à la firme M*** pour demander à prendre connaissance du package ;

Considérant que dans le but de rassembler un maximum d'informations pour pouvoir procéder à une analyse de ce cas d'espèce, l'Inspection fut invitée à bien vouloir interroger des établissements qui avaient participé à l'initiative ;

Considérant que Madame l'Inspectrice générale f.f. du service de l'inspection de l'enseignement fondamental émit, le 8 octobre 2007, plusieurs mentions positives vis-à-vis du programme ;

Considérant que ces appréciations positives énoncent qu'«à la lecture des éléments rapportés, il apparaît de manière unanime : 1. que le programme a été apprécié ; 2. que les retombées au niveau sportif et au niveau nutritionnel sont positives ; 3. que l'élément « publicité commerciale » est on ne peut plus discret et n'a interpellé les enfants à aucun moment. »

Considérant l'article 41 de la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l'enseignement ;

Considérant que cet article dispose notamment de ce que : «... toute activité commerciale [est] interdite dans les établissements d'enseignement organisés par les personnes publiques et dans les établissements d'enseignement libre subventionnés... » ;

Considérant que certains membres abordent l'interprétation de l'article 41 sous un angle pragmatique dans la mesure où il est proposé de tenir compte des aspects positifs de l'expérience « Programme de mise en forme » ;

Considérant que la Commission constate que le logo de l'entreprise M*** apparaît de manière très discrète au cours de toute l'opération ;

Considérant que le CRIOC attire toutefois l'attention de la Commission sur le fait que les firmes commerciales font apparaître leur logo, si discret soit-il, à l'occasion d'opérations de même nature que celle qui fait l'objet du présent avis, spécialement dans le secteur alimentaire, dans le but d'associer l'image de l'entreprise à celles des valeurs positives d'éducation à la nutrition saine ;

Considérant que le « Programme de mise en forme » est une « activité commerciale » au sens de l'article 41 du Pacte scolaire ;

Considérant que l'analyse de l'article 41 n'interdit pas de tenir compte, en l'espèce, des aspects positifs de l'expérience « Programme de mise en forme.»

Considérant les remarques de l'inspection ;

Considérant que l'élément « publicité commerciale » est on ne peut plus discret et n'a interpellé les enfants à aucun moment. »

Considérant que les établissements scolaires resteront confrontés à des opérations semblables de la part des firmes commerciales dans la mesure où les pouvoirs publics sont en défaut de le faire, vu les moyens budgétaires limités dont dispose la Communauté française ;

Emet l'avis, à l'unanimité, que le « programme de mise en forme » développé dans les établissements d'enseignement de la Communauté française constitue une pratique qui, dans les conditions décrites, ne viole pas l'article 41 de la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l'enseignement.

C42/10 : La section mécanique automobile

Avis prononcé le 11 janvier 2008

Décision de l'autorité : Accord le 12 juin 2009

La Commission,

Considérant que, par sa lettre du 29 octobre 2007, un membre d'une organisation syndicale saisit la Commission, photo à l'appui, de l'existence « d'une action publicitaire intense » organisée par T*** au sein d'un établissement scolaire dispensant des cours de mécanique automobile ;

Considérant qu'afin de rassembler un maximum d'informations destinées à éclairer la Commission, il fut décidé à l'unanimité des membres, réunis en séance du 13 novembre 2007, d'inviter l'Inspection à bien vouloir diligenter une mission d'enquête au sein de l'établissement afin de connaître la portée exacte de l'action décrite dans le courrier de ce membre ;

Considérant que par sa note du 4 décembre 2007, M. L'Inspecteur général ff VAN LOUBBEECK fit état du rapport du 30 novembre 2007 de Messieurs les Inspecteurs;

Considérant qu'après enquête, ceux-ci arrivèrent à la conclusion qu'il n'y a pas de dérive publicitaire en l'occurrence.

Considérant que Messieurs les Inspecteurs constatèrent notamment l'existence d'un partenariat qui se fit sur base d'un « gentlemen agreement », en ce que la firme n'exigea pas en primeur la liste des meilleurs élèves ; qu'aucune publicité n'avait lieu pour faire connaître la venue des dirigeants de T***, qui avait pour but de reconnaître la qualité et le niveau d'études atteint par les élèves ;

Considérant qu'il existe effectivement des bannières « T*** », mais qu'elles sont exclusivement dans le local des élèves de l'option ;

Considérant les éléments positifs relatés par Messieurs les Inspecteurs ; compte tenu de ce que la pertinence du partenariat avec la firme T*** permet aux étudiants d'être en symbiose avec l'évolution technologique du secteur automobile ; compte tenu de ce que ce partenariat permet à l'enseignement technique d'être ici proche de la réalité du monde

industriel ; compte tenu de ce que l'ensemble de l'équipe pédagogique de l'option s'investit énormément afin de dispenser un enseignement de qualité ; compte tenu de ce qu'aucun sigle de la firme T*** n'apparaît dans les notes de cours distribuées aux élèves ; compte tenu de ce que les vêtements de travail et l'outillage ne portent pas la mention de la marque ; compte tenu de ce que tous les équipements techniques mis à la disposition des étudiants (matériel didactique), dans quelque établissement que ce soit, portent toujours la marque du fabricant ;

Considérant l'article 41 de la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l'enseignement ;

Considérant que cet article dispose notamment de ce que : «... toute activité commerciale [est] interdite dans les établissements d'enseignement organisés par les personnes publiques et dans les établissements d'enseignement libre subventionnés... » ;

Considérant que certains membres abordent l'interprétation de l'article 41 sous un angle pragmatique dans la mesure où il est proposé de tenir compte des aspects positifs de la pratique incriminée ;

Considérant que l'élément « publicité commerciale », même si on se plaît à déplorer sa présence, est on ne peut plus discret ;

Considérant que les établissements scolaires resteront confrontés à des opérations semblables de la part des firmes commerciales dans la mesure où les pouvoirs publics sont en défaut de le faire, vu les moyens budgétaires limités dont dispose la Communauté française ;

Emet l'avis, à l'unanimité, que l'action publicitaire organisée par T*** au sein de l'établissement scolaire concerné constitue une pratique qui, dans les conditions décrites, ne viole pas l'article 41 de la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l'enseignement.

C42/ 11 : campagne de sensibilisation des jeunes à la violence dans les relations amoureuses

Avis prononcé le 11 janvier 2008
Décision de l'autorité du 4 février 2008 : accord implicite

Les membres de la Commission,

Considérant que par sa note du 14 décembre 2007, Monsieur l'Administrateur général Jean-Pierre HUBIN sollicite l'avis de la Commission à propos de la campagne de sensibilisation des jeunes à la violence dans les relations amoureuses, en ce qu'elle s'accompagne d'affiches comportant les logos des partenaires du projet, susceptibles d'être diffusées dans les établissements scolaires ;

Considérant l'exposé de Madame ADRIAENSSENS, Directrice chargée de mission à la Direction de l'égalité des chances à propos du contexte de la campagne et de son objectif, faire prendre conscience aux jeunes gens de 14 à 18 ans des risques de certains écarts de la relation amoureuse et de la nécessité d'y apporter remède par le respect mutuel ;

Considérant que cet objectif louable sera facilité par une campagne en partie supportée par différents sponsors qui en assurent une certaine logistique, conformément à un cahier spécial des charges précis ;

Considérant que ce cahier des charges prévoit notamment une brochure, un site Internet, une affiche et une campagne à travers les médias ;

Considérant que l’affiche comporte des logos de cinq sponsors, un cinéma, une revue hebdomadaire, une radio, une librairie et celui de la Communauté française elle-même ;
Considérant que les logos figureront un temps limité à une durée de trois mois, période prévue pour le lancement de la campagne ;

Considérant que l’objectif et l’enjeu de la campagne sont conformes au but d’une éducation citoyenne et que ce but n’est bien entendu pas incompatible avec l’enseignement dispensé dans les établissements organisés ou subventionnés par la Communauté française ;

Considérant l’article 41 de la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l’enseignement ;

Considérant que cet article dispose notamment de ce que : «... toute activité commerciale [est] interdite dans les établissements d’enseignement organisés par les personnes publiques et dans les établissements d’enseignement libre subventionnés... » ;

Considérant que les membres abordent l’interprétation de l’article 41 sous un angle pragmatique dans la mesure où il est proposé de tenir compte des aspects positifs de la campagne étudiée ;

Considérant que la Commission constate que les logos des différents sponsors apparaissent sur l’affiche de manière très discrète et uniquement au cours du lancement l’opération ;

Compte tenu qu’à supposer que les logos doivent être définis comme rentrant dans le concept « d’activité commerciale », ceux-ci n’incitent manifestement pas à l’achat, à l’exploitation ou à la consommation de produits commerciaux au sein des établissements ;

Considérant que l’analyse de l’article 41 n’interdit pas de tenir compte, en l’espèce, des aspects positifs de la campagne de sensibilisation des jeunes à la violence dans les relations amoureuses ;

Émettent l’avis, à l’unanimité, que la campagne de sensibilisation : « La violence dans les relations amoureuses », initiée par la Direction de l’égalité des chances, constitue une pratique qui, dans les conditions décrites, ne viole pas l’article 41 de la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l’enseignement.

C42/14 Action sportive

Avis prononcé le 3 septembre 2008

Décision de l’autorité : accord le 12 juin 2009.

Les membres de la Commission,

Considérant que, par sa note du 13 mai 2008, Monsieur Christian DUPONT, ministre en charge de l'Enseignement obligatoire, sollicite l'avis de la Commission à propos d'une action sportive, organisée par l'Association des fédérations francophones du sport scolaire, AFFSS, et soutenue par le Comité olympique et interfédéral belge, COIB ;

Considérant que Monsieur le Ministre fait état dans sa note de ce que « dans le cadre de cette action...élèves et enseignants sont invités à vendre le plus de bics possible, les écoles gard[ant] la moitié du produit de la vente afin d'investir directement dans la promotion du sport dans l'établissement scolaire ; »

Qu' « il est prévu que [les] écoles qui auront vendu le plus de bics recevront une entrée gratuite au parc d'attractions W***...dans le cadre d'un voyage scolaire ; que les meilleures écoles remporteront, en outre, une séance de cinéma gratuite pour cent personnes dans l'un des complexes du groupe K*** ; »

Considérant que l'interrogation de Monsieur le Ministre porte particulièrement sur la présence de sponsors dans les concours organisés dans le cadre de cette action ;

Considérant que l'AFFSS est l'organe de fédération de trois fédérations du sport scolaire, à savoir la Fédération royale sportive de l'Enseignement libre (F.R.S.E.L.), la Fédération sportive de l'Enseignement de la Communauté (F.S.E.C.) et la Fédération sportive de l'Enseignement officiel subventionné (F.S.E.O.S.) ;

Considérant qu'au cours de la séance du 5 juin 2008, les membres prirent connaissance des explications fournies par Madame Christine DEVOS, Marketing manager au COIB, dans un courrier électronique daté du 26 mai 2008 ;

Considérant que ce courriel mentionne que « l'action « Sport à l'École » est organisée depuis 25 ans par le Comité olympique et interfédéral belge en collaboration avec l'AFFSS et avec le soutien de W***, trois partenaires identiques pour une action qui a rapporté en un quart de siècle près de 16.000.000 € au sport scolaire ; »

Que « cette action s'inscrit depuis plusieurs années dans le cadre de l'Olympic Health Foundation, une initiative du COIB, qui a pour mission la promotion de l'activité physique et des bonnes habitudes alimentaires pour un mode de vie plus sain ; »

Considérant qu'au cours de cette réunion, la Commission se proposa d'inviter les représentants de l'AFFSS et du COIB à assister à la plus prochaine séance de la Commission afin qu'ils apportent des précisions notamment sur le financement de l'opération ;

Considérant qu'au cours de la réunion du 3 septembre 2008, les membres entendirent les explications de ces personnes ;

Considérant qu'il fut exposé que les stylos à bille sont vendus au prix de € 3 pièce, que les écoles conserveront directement 50 % du produit de la vente pour promouvoir le sport dans les écoles ;

Considérant que, selon les explications données par Madame DEVOS, € 1,5 est consacré à l'établissement, € 0,25 est réparti entre les trois fédérations du sport scolaire et que le solde est versé au COIB ;

Considérant que Monsieur Patrick DE HAENE, responsable de l'AFFSS et président du bureau de concertation du sport scolaire belge, Monsieur Joseph DELHAXHE, trésorier adjoint de la FSEOS, et Madame Christine DEVOS exposèrent que l'action « Action sportive » s'inscrit en droite ligne des perspectives de l'Olympic Health foundation, qui prône la santé et le sport dans le cadre scolaire. Que cette fondation est soutenue pas des partenaires qui ont signé une convention où ils s'engagent entre autres de ne pas faire état de marques ou de logos. Qu'il y a là une forme de parrainage ;

Considérant l'article 41 de la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l'enseignement ;

Considérant que cet article dispose notamment de ce que : «... toute activité commerciale [est] interdite dans les établissements d'enseignement organisés par les personnes publiques et dans les établissements d'enseignement libre subventionnés... » ;

Considérant que l'action « Action sportive » met en présence certains acteurs comme W*** et K***, qui sont, il est vrai, des sociétés commerciales ;

Considérant que W*** et K***rappellent effectivement leur présence par la présentation d'un gadget à l'image d'un célèbre petit kangourou d'une part, et par l'offre de places de cinéma d'autre part ;

Considérant que l'image du kangourou est une forme de publicité qui aurait pour but de promouvoir l'activité commerciale de W*** ;

Considérant toutefois qu'en l'espèce, cette forme de promotion non seulement n'est pas directe, mais qu'il apparaît bien que l'aspect commercial est assez discret, car le kangourou met l'accent sur les tenues sportives dont il est revêtu ; que, vêtu de la sorte, il indique apporter un soutien d'ordre culturel, voire pédagogique puisqu'il encourage le sport ; qu'en ce qui concerne K*** aucun logo n'apparaît ;

Considérant qu'en l'espèce, l'opération s'apparente à une activité de parrainage;

Considérant d'autre part que l'opération « action sportive » a été suscitée par les acteurs du secteur non marchand ;

Considérant que ces acteurs, la COIB et les fédérations contribuent à vérifier qu'il ne soit pas fait état de marques ou de logos dans leurs actions ;

Considérant également que la Cour de cassation a dit pour droit qu'un acte commercial peut perdre sa caractéristique commerciale si l'auteur de l'acte n'a pas été inspiré par l'intention de réaliser un bénéfice ; (Cass., 25 février 1935, Pas. 1935, I, 170)

Considérant que la vocation au bénéfice, caractéristique de l'acte commercial s'il en est, se traduit en l'espèce comme le souci de dégager des recettes dans le but de les affecter à des activités sportives au profit du sport scolaire;

Considérant que ce but n'est pas tant commercial que lié à la santé publique essentiellement ;

Considérant que le fondement de l'opération « action sportive » rejoint tout naturellement les préoccupations des autorités en matière d'alimentation saine, car elle concerne la santé de tous les enfants des écoles y compris ceux qui n'ont pas d'aptitudes sportives particulières;

Considérant que le rôle des fédérations du sport scolaire est très important dans cette problématique et que l'opération : « action sportive» ne manque pas d'y contribuer ;

Considérant qu'il apparaît également au cours de la réunion que l'action : « action sportive» constitue la principale source de revenus de l'une des fédérations du sport scolaire, la FSEOS ;

Considérant les appréciations positives émises à propos de l'action : « action sportive ; »

Considérant que les membres abordent l'interprétation de l'article 41 sous un angle pragmatique dans la mesure où il est proposé de tenir compte des différents aspects positifs de l'opération ;

Considérant que certains membres attirent toutefois l'attention de la Commission quant à la nature de la « récompense » d'une journée à W*** ou de la perspective d'une séance de cinéma, en ce qu'elles n'ont pas de rapport immédiat avec le sport ;

Considérant cependant que rien n'empêche les enseignants d'aborder l'opération de manière pédagogique afin de faire comprendre aux jeunes qu'elle autorise un partenariat positif qui permet d'encourager l'action sportive ;

Considérant que les établissements scolaires resteront confrontés à de semblables opérations dans la mesure où les pouvoirs publics sont en défaut de le faire, vu les moyens budgétaires limités dont dispose la Communauté française ;

Emet l'avis, à l'unanimité, que l'opération : « action sportive », organisée depuis vingt-cinq ans dans les établissements d'enseignement organisés par la Communauté française et dans les établissements d'enseignement subventionnés par la Communauté française constitue une pratique qui, dans les conditions décrites, ne viole pas l'article 41 de la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l'enseignement.

C42/20- «Nation's Cup »

Avis prononcé le 5 mai 2009.

Décision de l'autorité : accord le 21 septembre 2011

Considérant que, par sa note du 3 avril 2009, Monsieur Christian DUPONT, ministre en charge de l'Enseignement obligatoire, interpellé en séance du Parlement de la Communauté française par un membre élu, sollicite l'avis de la Commission à propos de l'action : «Nation's Cup », organisée par une grande [société de réputation mondiale], en collaboration avec la Fédération royale sportive de l'Enseignement libre (FRSEL) ;

Considérant que Monsieur le Ministre de l'Enseignement obligatoire attire l'attention de la Commission sur ce qu'il semblerait que ce partenariat conduise la FRSEL à organiser des journées sportives et récréatives [en référence à cette entreprise] ;

Considérant qu'au cours de la séance du 5 mai 2009, les membres prirent connaissance des éléments du dossier ;

Considérant que, sur son propre site Internet, indépendamment de l'action analysée elle-même [cette entreprise] se présente comme un groupe [...] mondial ;

Considérant qu'une manière de coupe mondiale de football, à l'échelle des juniors, la ... Nation's Cup, est organisée par [l'entreprise] avec l'aide de différents partenaires, notamment des sponsors, dans quarante pays, dans le but de développer une série de valeurs comme l'esprit sportif, la santé et l'ouverture aux autres ;

Considérant qu'en Belgique, l'un des partenaires est la Fédération FRSEL ;

Considérant que la FRSEL organise les inscriptions en passant par les écoles ;

Considérant l'article 41 de la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l'enseignement ;

Considérant que cet article dispose notamment de ce que : «... toute activité commerciale [est] interdite dans les établissements d'enseignement organisés par les personnes publiques et dans les établissements d'enseignement libre subventionnés... » ;

Considérant le site Internet et la page d'accueil de la Nation's Cup, qui renvoie aux différents sites Internet nationaux, via un petit drapeau national sur lequel il suffit de cliquer ;

Considérant que la page Internet belge présente « la dixième édition de la ... Nation's Cup, le plus grand tournoi de Football pour les enfants âgés de 10 à 12 ans ; »
Considérant que l'action veut se baser sur des valeurs à développer comme le fair-play et l'ouverture, et « vivre une expérience unique de tolérance et de fraternité ; »

Considérant que l'organisation de cette compétition de football «contribue à redonner le sourire aux enfants atteints par les leucodystrophies. [Qu'] en effet, l'intégralité des recettes sera reversée à ELA (Association européenne contre les leucodystrophies) ;

Considérant que les Leucodystrophies sont des maladies d'origine génétique affectant le système nerveux central qui remettent en cause la bonne conduction des messages nerveux ;

Considérant que le site Internet belge indique que « La ... Nations Cup est organisée en collaboration avec les Fédérations sportives scolaires (FRSEL pour la Wallonie et SVS pour la Flandre), [que] la participation se fait sur inscription ; »
Considérant que le site Internet de la FRSEL précisait en 2007 que « les inscriptions passent exclusivement par les écoles ; »

Considérant que la consultation des sites Internet consacrés à la Fédération royale sportive de l'enseignement libre révèle une liste d'évènements ;

Considérant qu'un certain nombre d'évènements concernent l'organisation d'activités de football sans lien particulier avec la « Nation's Cup ; »

Considérant que sur le même site Internet, un lien discret mène à la « Nation's Cup ; »

Considérant que l'on y découvre un calendrier d'activités sportives liées à la préparation et à la sélection de l'équipe belge destinée à se rendre au Brésil disputer la coupe en question ;

Considérant qu'il n'y a apparemment pas de publicité pour [la société commerciale] dans les établissements scolaires ;

Considérant qu'un membre a contacté le Directeur de la FRSEL afin de lui demander certaines précisions ;

Considérant que l'intéressé lui a confirmé que trois journées sportives sont organisées dans la perspective de la « Nation's Cup » et qu'elles se déroulent dans le cadre de l'organe de fédération des trois fédérations du sport scolaire¹, l'AFFSS ;

Considérant que ces activités concernent les jeunes des trois réseaux d'enseignement et que leur but est d'être sélectionnés pour aller disputer la coupe au Brésil ;

Considérant que ces journées sont prises en charge par D*** et différents sponsors, qui fournissent des animations, telles que des châteaux gonflables ;

Considérant que les activités n'ont pas lieu dans les établissements scolaires, mais dans des infrastructures mises à la disposition des jeunes par les pouvoirs locaux ;

Considérant que les jeunes sont sollicités par les professeurs d'éducation physique, par l'intermédiaire de la FRSEL ;

Considérant que l'organisation de la Nation's Cup se déroule dans le cadre d'un sponsoring ; 1 La Fédération royale sportive de l'Enseignement Libre (F.R.S.E.L.), la Fédération sportive de l'Enseignement de la Communauté (F.S.E.C.) et la Fédération sportive de l'Enseignement officiel subventionné (F.S.E.O.S.) ;

Considérant qu'à l'heure actuelle, la plupart des événements sportifs s'accompagnent de sponsoring, et que le sport dans l'univers scolaire n'y échappe pas nécessairement ;

Considérant qu'aucun logo commercial n'apparaît dans les établissements scolaires à l'occasion de cette activité ;

Considérant que le fondement de la Nation's Cup rejoint naturellement les préoccupations des autorités en matière de santé et de sport, car elle concerne la santé de tous les enfants des écoles, qu'ils participent de l'enseignement ordinaire ou de l'enseignement spécialisé ;

Considérant que toute l'activité revêt un aspect non seulement sportif, mais également pédagogique, car l'équipe sera composée d'enfants des plusieurs régimes linguistiques du pays, qui, en outre, pourront découvrir de nouveaux horizons ;

Considérant que l'intégralité des recettes générées par l'opération sera reversée à l'Association européenne contre les Leucodystrophies ;

Considérant que les membres abordent l'interprétation de l'article 41 sous un angle pragmatique dans la mesure où il est proposé de tenir compte des différents aspects positifs de l'opération ;

Émettent l'avis, à l'unanimité, que l'action : « Nation's Cup » constitue une pratique qui, dans les conditions décrites, ne viole pas l'article 41 de la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l'enseignement.

C42/25 : « Fruits et légumes »

Avis prononcé le 21 avril 2010.

Décision de l'autorité : accord le 16 juin 2010.

Considérant que, par sa note du 15 février 2010, Madame la ministre de l'Enseignement obligatoire s'est dite « interpellée à propos d'un courrier transmis aux services de promotion à la santé à l'école (PSE) » ;

Considérant que, dans le cadre du « programme fruits et légumes gratuits à l'école », il semblait [à Madame la Ministre] qu'un groupe de producteurs démarch[ait] certains établissements scolaires wallons, et annex[ait] à son courrier des documents officiels ;»

Considérant que le site Internet du portail de l'agriculture wallonne, qui dépend du Ministère wallon de l'Agriculture et de l'Environnement, indiquait que « ce programme « Fruits & légumes à l'école » [était] une initiative de l'Union européenne cofinancée par la Région wallonne. [Que] Les Communautés française et germanophone apporter[ai]ent, quant à elles, leur contribution pour le développement des mesures d'accompagnement.»

« [Que] ce programme vis[ait] un double objectif :

- l'éducation à l'alimentation des élèves afin de les inciter à développer dès le début de leur scolarité des comportements alimentaires basés sur des produits sains et ainsi d'améliorer leur santé ;
- l'information sur les modes de production ainsi que sur la consommation des produits de qualité et de proximité afin de sensibiliser à une approche durable de la consommation de fruits et légumes ;

Considérant que, selon le site Internet, « les enfants à l'école en Région wallonne (idem en Région flamande et en Région bruxelloise) [allaient], pour les classes de la 1^{re} à la 6^e primaire, pouvoir bénéficier d'une distribution gratuite de fruits et légumes à l'école ;

Considérant que ce même site Internet proposait « une liste indicative des producteurs, des groupements de producteurs, des fournisseurs et des criées wallonnes répondant [à certains critères] » sous forme de fichier Excel ;

Considérant qu'« il [était] donc autorisé de s'approvisionner chez d'autres fournisseurs, qu'il s'agisse de l'épicerie du coin, d'un marché établissant ses quartiers à proximité de l'école... [qu'] il [était] également autorisé de panacher, pour une même demande d'aide, les achats chez différents fournisseurs ; »

Considérant qu'en outre « un projet pédagogique entourer[ait] ces distributions afin d'intégrer le programme à l'enseignement ; »

Considérant que le groupe de producteur mis en cause par Madame la Ministre se trouve être [un important producteur] ;

Considérant qu'interrogé par courrier, l'un des responsables de [cette entreprise,] répondit par téléphone qu'il avait demandé l'autorisation de lancer le programme au ministre responsable de l'économie en Région bruxelloise. Le secrétariat du ministre la lui aurait accordée par téléphone ;

Considérant que l'intéressé déclara qu'il fut ensuite contacté, en vue de la promotion de l'opération, par le « conseil de filière », organisme de promotion de la Région wallonne ;

Considérant que l'intéressé a confirmé ses affirmations par mail ;

Considérant que la promotion de l'opération ne pourrait se dérouler sans un certain démarchage, et que le démarchage proprement dit est un acte qui pourrait se voir confronter au prescrit de l'article 41 de la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l'enseignement ;

Considérant le texte de l'article 41 alinéa 1^{er} précité, qui dispose de ce que : « toute activité et propagande politique ainsi que toute activité commerciale sont interdites dans les établissements d'enseignement organisés par les personnes publiques et dans les établissements d'enseignement libre subventionnés ;»

Considérant qu'il convient d'analyser l'initiative de [l'entreprise concernée] à la lumière du prescrit de l'article 41 précité ;

Considérant que le programme « fruits et légumes » est une initiative des pouvoirs publics ;

Considérant que le démarchage qui accompagne le programme « fruits et légumes » se présente comme une forme d'approvisionnement des établissements scolaires ;

Considérant que, dans ces circonstances, les enfants et les jeunes gens ne sont pas particulièrement la cible d'un démarchage commercial ;

Considérant que dans cette perspective, les pratiques incriminées n'entrent pas dans le champ de l'article 41 ;

Émettre l'avis, à l'unanimité, qu'il n'entre pas dans les compétences des membres de la Commission créée à l'article 42 de la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l'enseignement d'examiner la pratique évoquée par Madame la Ministre de l'Enseignement obligatoire.

C42/33 : « École sans pub »

Avis prononcé à la réunion du 23 septembre 2011.

Décision de l'autorité : accord 16 novembre 2011

Considérant que, par courrier électronique du 27 février 2011, le responsable d'une association de consommateurs déposait tant auprès de Madame la Ministre qu'au Secrétariat de la Commission une plainte pour infraction à l'article 41 du 29 mai 1959 ;

Considérant que la plainte était ainsi libellée : « Plusieurs écoles d'une région déterminée ont été le théâtre d'une intrusion publicitaire...au prétexte d'annoncer une « opération carrières » par [le club Untel], qui a fait distribuer dans certaines classes, pendant les heures de cours, une brochure contenant de nombreuses pages de publicité commerciale » ;

Considérant le prescrit de l'article 41 alinéa 1er de la loi précitée qui énonce que : « Toute activité et propagande politique ainsi que toute activité commerciale sont interdites dans les établissements d'enseignement organisés par les personnes publiques et dans les établissements d'enseignement libre subventionnés » ;

Considérant que le 23 mars 2011, Madame Lise-Anne HANSE, Directrice générale de l'Enseignement obligatoire, interrogea le requérant pour qu'il indique dans quels établissements il avait remarqué les infractions dénoncées dans la plainte qu'il avait émise ;

Considérant que, réunis au cours de leur séance du 6 avril 2011, les membres convinrent de laisser le temps au requérant d'apporter réponse et proposèrent de solliciter une enquête de l'Inspection si les informations éventuellement fournies par [le requérant] appelaient des éclaircissements ;

Considérant que, réunis au cours de leur séance du 23 septembre 2011, les membres constatèrent que le courrier du 23 mars 2011 était resté sans réponse ;

Considérant que la requête doit avoir pour objet une pratique déloyale telle qu'elle est envisagée par l'article 41 de la loi ;

Considérant que le requérant restait en défaut de démontrer que l'infraction dénoncée s'était déroulée dans un établissement scolaire ;

Considérant que dès lors, la demande ne réunissait pas les conditions de son examen,
Émit l'avis, à l'unanimité, que la plainte déposée par le requérant était irrecevable.

C42/34 : « Action olympique »

Avis prononcé à la réunion du 06 avril 2011.
Décision de l'autorité : accord le 27 juin 2011

Considérant que, par message électronique du 16 mars 2011, le père d'un élève de 3e maternelle souhaita attirer l'attention de la Commission au sujet de l'action « Action olympique, » qui [faisait] l'objet d'un document reçu via la « farde d'avis » de son enfant ;

Considérant que ce document consistait en la lettre adressée aux parents par « Action olympique, », que l'on pouvait par ailleurs télécharger sur le site Internet de « Action olympique », qui faisait état de l'organisation d'une opération de nature à dynamiser les activités sportives à l'école, en faisant acheter des sacs de sport à 5 € dont 2,5 € [étaient] destinés à alimenter directement la caisse de l'établissement ;

Considérant que l'opération récompensait les meilleures équipes de vendeurs par 400 journées [dans un parc d'attractions] à gagner et 600 voyages pour les JO de Londres ;

Considérant que le sac de sport présentait un logo d'un [certain parc d'attractions], sous forme d'un [marsupial] ;

Considérant que le CRIOC reprit cette plainte à son compte dès le 23 mars 2011, y dénonçant une opération commerciale, camouflée en opération à vocation pédagogique, dont la récompense annoncée n'a aucun rapport avec le sport ;

Considérant que les membres rappelèrent qu'aux jours d'aujourd'hui, même si on peut le regretter, aucune manifestation sportive ne se déroule sans que les sociétés commerciales n'y soient mêlées d'une manière ou d'une autre ;

Considérant que ce type d'opération constitue une importante source de revenus pour les fédérations sportives ;

Considérant que l'opération procédait d'une forme de sponsoring d'utilité publique¹ ;

Considérant que les enfants n'étaient pas obligés de participer à l'action « Action olympique » et que c'était une faculté qui leur était laissée ;

Considérant que le courrier incriminé faisait allusion au parc d'attractions, il est vrai, mais c'était, semble-t-il, uniquement dans le but d'indiquer qu'« il y a 400 journées d'excursion à gagner » ;

Considérant que les membres les membres étaient bien conscients de ce que les écoles sont régulièrement confrontées à la nécessité de rechercher les moyens de remplir leur mission, mais souhaitaient toutefois rendre attentif à l'ambiguïté d'une certaine formulation qui pourrait laisser sous-entendre que l'école pourrait générer des revenus en recourant à la vente, alors qu'il est de principe que l'enseignement est gratuit ;
1 Comme suite au raisonnement développé dans C42/14 « Sport à l'école – action sportive »

Considérant que les membres souhaitèrent que la Commission reste cohérente et donne un avis identique dans une espèce dont la situation est relativement analogue ;

Considérant que lors de l'examen de l'espèce « Sport à l'école-action sportive », il fut exposé que des stylos à bille étaient vendus au prix de €3 pièce, que les écoles conservaient directement 50 % du produit de la vente pour promouvoir le sport dans les écoles ; que € 1,5 était consacré à l'établissement, € 0,25 était réparti entre les trois fédérations du sport scolaire et que le solde était versé au COIB ;

Considérant que cette opération avait également prévu que [les] écoles qui auraient vendu le plus de bics recevraient une entrée gratuite au parc d'attractions...dans le cadre d'un voyage scolaire ;

Considérant que les membres relevèrent une analogie entre ce dossier « Sport à l'école – action sportive » et la présente espèce en ce que le fondement de l'opération : « Sport à l'école – action sportive » rejoignait tout naturellement les préoccupations des autorités en matière d'alimentation saine, car elle concerne la santé de tous les enfants des écoles y compris ceux qui n'ont pas d'aptitudes sportives particulières ;

Considérant que les membres, comme dans l'occurrence « Sport à l'école -action sportive », remarquèrent la présence de discrets logos de sponsors, essentiellement sur le site Internet dédié à l'opération « Action olympique », mais souhaitèrent rester cohérents et rendre un avis analogue dans une espèce analogue ;

Considérant que le rôle des fédérations du sport scolaire est très important dans cette problématique et que l'opération : « Sport à l'école –action sportive » ne manque pas d'y contribuer ;

Considérant qu'il apparaît également au cours de la réunion que l'action : « Sport à l'école - action sportive » constitue la principale source de revenus de l'une des fédérations du sport scolaire, la FSEOS ;

Émirent l'avis, à l'unanimité, que l'opération : « Action olympique » constituait une pratique qui, dans les conditions décrites, ne violait pas l'article 41 de la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l'enseignement.

Activités non commerciales

C42/18 Coiffure à petit prix

Avis prononcé le 8 octobre 2009

Décision de l'autorité : accord le 11 décembre 2009

Les membres de la Commission,

Considérant que, par sa note du 28 janvier 2009, Monsieur le Ministre de l'Enseignement obligatoire Christian DUPONT signala qu'il avait été interpellé par l'Union des Coiffeurs belges Fédération Nationale, à propos de publicité effectuée pour et par les établissements d'enseignement qui dispensent des cours de coiffure ;

Considérant que, dans [une certaine] presse [...], relativement locale, le CEFA S*** proposait aux « clients » des possibilités de coupes réalisées par des élèves de 5e et 6e, à des prix moins chers que chez le coiffeur, payant 8 euros pour une coupe par exemple ;

Considérant que dans un certain quotidien, il fut présenté que l'Institut N*** proposait ce genre de services ;

Considérant qu'un troisième article de journal indiquait la possibilité de se faire coiffer dans une classe de l'IPES de L*** par des étudiantes de 7e ;

Considérant que l'UCB voyait dans cette publicité une forme de concurrence avec les professionnels de la coiffure, en quelque sorte sous forme de « dumping » ;

Considérant que la coiffure fait l'objet d'un enseignement dans les établissements scolaires et que cet enseignement mène à obtenir un titre de qualification qui permet d'exercer la profession ;

Considérant que pour obtenir le titre de qualification, il faut avoir suivi la grille horaire de l'établissement qui prévoit des travaux pratiques, notamment la coiffure de modèles ;

Considérant que l'article 41 prévoit que « toute activité et propagande politique ainsi que toute activité commerciale sont interdites dans les établissements d'enseignement organisés par les personnes publiques et dans les établissements d'enseignement libre subventionnés. »

Toute pratique déloyale est de même interdite dans la concurrence entre ces établissements. La propagande en faveur d'un enseignement doit rester objective et exempte de toute attaque contre un autre enseignement. »

Considérant que les travaux pratiques, qui font partie des exigences de la grille horaire, s'effectuent en principe en conformité avec l'arrêté royal du 12 février 1976 fixant les conditions auxquelles les objets produits ou les services rendus par un établissement d'enseignement peuvent être aliénés ou loués ;

Considérant que cet arrêté dispose de ce que le travail fourni au cours des travaux pratiques « ne peut donner lieu à des contrats commerciaux qui concurrencent l'industrie ou l'artisanat de la région » ;

Considérant qu'au cours de la séance du 04 mars 2009, à la demande de la Commission, une demande d'enquête fut décidée ;

Considérant que le 24 mars 2009 Madame la Présidente écrivit en ces termes à Monsieur Georges VAN LOUBBEECK, Inspecteur général f.f. : « Les pratiques décrites respectent-elles le prescrit de l'arrêté royal du 12 février 1976 fixant les conditions auxquelles les objets produits ou les services rendus par un établissement d'enseignement peuvent être aliénés ou loués, et celles de l'arrêté ministériel du 12 juillet 1977 exécutant le premier cité ? La Commission souhaiterait également pouvoir disposer d'éléments concrets – s'il y en a – qui permettraient de déterminer si les articles de presse pourraient constituer une forme de concurrence déloyale envers d'autres établissements et aussi une forme de « pratique commerciale ; »

Considérant que le rapport de Monsieur l'Inspecteur général VANLOUBBEECK, daté du 12 juin 2009, conclut que « l'enquête n'a pas pu faire la lumière sur l'origine des articles de presse » et termine en disant qu'« aucune intention de concurrence n'est avérée ; »
Considérant que, d'après le rapport, la presse semble s'être introduite incognito au CEFA S*** ;

Considérant que par conséquent il ne saurait y avoir d'intention de concurrence dans le chef de l'établissement et qu'elle ne saurait donc pas être déloyale ;

Considérant que l'établissement de N*** dont il est question dans l'article de « La Nouvelle Gazette » n'est pas une école de coiffure, mais est en fait issu de la fusion ... de [deux établissements] ;

Considérant que les informations concernant cet établissement sont erronées et ne rapportent aucun fait matériel permettant d'induire une pratique contraire à l'article 41 précité ;

Considérant qu'en ce qui concerne l'IPES de L***, l'article commente un projet de création de mini-entreprise, qui cadre bien avec les activités d'une 7e. Que l'article ne fait aucune référence à des prix ; que le journaliste était présent pour rendre compte de l'aspect pédagogique du projet ;

Considérant donc que les éléments compris dans l'article 41 ne sont pas réunis ;

Émettent l'avis, à l'unanimité, que les pratiques évoquées par Monsieur le Ministre le 28 janvier 2009 ne violent pas l'article 41 de la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l'enseignement.

C42/6 : « Media Smart » - éducation à la publicité

Avis prononcé le 11 janvier 2008
Décision de l'autorité du 12 juin 2009 : accord.

La Commission,

Considérant que, par sa note du 9 octobre 2007, Madame Marie ARENA, Ministre-Présidente en charge de l'Enseignement obligatoire, saisit la Commission d'une nouvelle campagne du module pédagogique « Media-Smart », programme initié par l'association représentative des annonceurs;

Considérant que la première version du programme en question avait fait l'objet de plusieurs demandes d'avis adressées à l'Inspection de l'Enseignement fondamental, de même qu'au Conseil de l'Éducation aux Médias, tel qu'instauré par l'arrêté du Gouvernement de la Communauté française du 19 mai 1995 portant création d'un Conseil de l'Éducation aux Médias et assurant la reconnaissance de Centres de Ressources en matière d'Éducation aux Médias ;

Considérant que Madame la Ministre-Présidente diffusa également, le 24 juin 2005, une circulaire n° 1169 à propos du programme d'éducation à la publicité en question, destinée notamment aux établissements scolaires ;

Considérant qu'un extrait de presse de la Libre Belgique du 3 octobre 2007 fit état de ce que l'association «[allait] repartir cette année à l'assaut des écoles avec son module pédagogique Média Smart. Initiée l'an dernier, cette démarche labellisée « éducation à la publicité » - au grand dam de certains pédagogues - a[vait] été menée dans plus de 2000 classes d'élèves âgés entre 8 et 14 ans. » [...]

Considérant que les membres, réunis en leur séance du 13 novembre 2007, souhaitèrent disposer de davantage d'éléments pour éclairer leur analyse et chargèrent Madame la Présidente de bien vouloir interroger l'association représentative des annonceurs afin de disposer de tous les renseignements possibles à propos de l'opération ;

Considérant que Media Smart fit parvenir le 26 novembre 2007 une documentation à l'administration ;

Considérant que Media Smart se donne pour mission de permettre aux enfants de 8 à 12 ans de comprendre le fonctionnement de la publicité et d'en acquérir un regard critique ;

Considérant que, sur son site Internet, Media Smart rend disponible aux enseignants un matériel didactique notamment sous forme de fiches, dans une version actualisée ;

Considérant que, par exemple, parmi les fiches actualisées, il se trouve une fiche sur les règles légales de la publicité, une fiche intitulée « la représentation de la personne dans la publicité » et une fiche sur « la pub et les techniques de promotion de vente ; »

Considérant que l'article 41 alinéa 1er de la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l'enseignement dispose notamment de ce que : «... toute activité commerciale [est] interdite dans les établissements d'enseignement organisés par les personnes publiques et dans les établissements d'enseignement libre subventionnés... » ;

Considérant que la pratique incriminée ne se déroule pas « dans les établissements d'enseignement organisés par les personnes publiques et dans les établissements d'enseignement libres subventionnés ; »

Considérant qu'il est de la liberté des enseignants de consulter le site Internet de l'ASBL, comme tout un chacun en a le droit ;

Considérant que cette liberté-là n'est pas limitée par les règles contenues dans l'article 41 précité ;

Considérant que la Commission est confrontée dans son étude à un ensemble de documentation qui comporte une approche didactique ;

Considérant que les critiques qu'on pourrait adresser à cet « outil » sont davantage d'ordre pédagogique que d'ordre « commercial » à proprement parler ;

Considérant que la Commission, ne souhaitant pas s’immiscer dans les compétences des pédagogues, ce qui n’entre pas dans son rôle, souhaite cependant attirer l’attention de l’autorité ministérielle sur l’utilité de sensibiliser l’Inspection aux aspects critiquables de l’action de « média smart », s’il en est, et suggère également la possibilité d’une action de sensibilisation des enseignants à l’occasion de la formation en cours de carrière ;

Emet l’avis, à l’unanimité, que le projet « media smart » n’est pas une pratique susceptible d’aller à l’encontre de l’article 41 de la loi précitée.

C42/ 15 – Papillomavirus

Avis prononcé le 8 octobre 2008

Décision de l’autorité du 12 juin 2009 : accord

Les membres de la Commission,

Considérant que, par sa note du 26 août 2008, Monsieur Christian DUPONT, ministre de l’Enseignement obligatoire, interpellé par Madame Catherine FONCK, ministre de l’Enfance, de l’Aide à la jeunesse et de la Santé, a souhaité saisir la Commission afin qu’elle rende un avis « quant aux pratiques de la firme I***, société de délégués médicaux, chargée de la distribution du vaccin G*** ;»

Considérant que, dans un courrier qui figure en annexe de cette note, la firme I*** expose qu’elle organise des sessions d’information dans les écoles, à propos du cancer du col de l’utérus, destinées « à des élèves entre 13 et 18 ans et dans les classes de même tranche d’âge.» Une infirmière est chargée d’un exposé sur base d’un certain nombre de slides adaptés à l’âge des adolescentes auxquelles il s’adresse ;

Considérant que les membres eurent l’occasion d’examiner la documentation fournie par la firme « I*** » ;

Considérant que cette documentation ne comporte aucun logo ni aucune publicité permettant d’identifier la nature commerciale du produit ;

Considérant que ce produit consiste en un vaccin, qu’il est destiné aux jeunes filles de la tranche d’âge citée et que la campagne est axée sur une information concernant des précautions à prendre face au cancer du col de l’utérus, donc de nature médicale;

Considérant que les jeunes filles concernées sont sensibilisées au fait d’en parler autour d’elles et de s’adresser à un médecin, homme de l’art de guérir dont on peut attendre qu’il soit juge de l’opportunité d’utiliser un vaccin de telle ou telle marque, sans que la campagne d’information de la firme I*** puisse les influencer d’aucune manière ;

Considérant qu’il convient de prendre les termes de « médecin » et « d’homme de l’art de guérir » dans leur sens épïcène ;

Considérant que Madame la Ministre FONCK fait remarquer que cette démarche se fait sans concertation avec les services chargés de la promotion de la santé à l’école (PSE ou CPMS) et en contradiction avec les différents messages diffusés en collaboration avec Madame la Ministre Marie ARENA, comme suite à l’annonce du remboursement par l’INAMI du vaccin contre le cancer du col de l’utérus en septembre 2007 ;

Considérant que la Commission conçoit la légitimité de cette remarque, mais ne saurait en débattre, dans la mesure où cette réflexion dépasse le cadre de l'article 41 de la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l'enseignement ;

Considérant le texte de l'article 41 précité, qui dispose de ce que : « toute activité et propagande politique ainsi que toute activité commerciale sont interdites dans les établissements d'enseignement organisés par les personnes publiques et dans les établissements d'enseignement libre subventionnés.

Toute pratique déloyale est de même interdite dans la concurrence entre ces établissements.

La propagande en faveur d'un enseignement doit rester objective et exempte de toute attaque contre un autre enseignement. »

Considérant qu'il convient d'analyser les pratiques de la firme « I*** » à la lumière du prescrit de l'article 41 précité ;

Considérant que la campagne d'information n'est accompagnée d'aucune démonstration de nature commerciale ;

Considérant donc que les pratiques incriminées n'entrent pas dans le champ de l'article 41;

Émettent l'avis, à l'unanimité, qu'il n'entre pas dans les compétences des membres de la Commission créée à l'article 42 de la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l'enseignement d'examiner la pratique évoquée par Monsieur le Ministre de l'Enseignement obligatoire.

C42/ 14 Action sportive

Avis prononcé le 3 septembre 2008

Décision de l'autorité : accord le 12 juin 2009.

Les membres de la Commission,

Considérant que, par sa note du 13 mai 2008, Monsieur Christian DUPONT, ministre en charge de l'Enseignement obligatoire, sollicite l'avis de la Commission à propos d'une action sportive, organisée par l'Association des fédérations francophones du sport scolaire, AFFSS, et soutenue par le Comité olympique et interfédéral belge, COIB ;

Considérant que Monsieur le Ministre fait état dans sa note de ce que « dans le cadre de cette action...élèves et enseignants sont invités à vendre le plus de bics possible, les écoles gard[ant] la moitié du produit de la vente afin d'investir directement dans la promotion du sport dans l'établissement scolaire ; »

Qu' « il est prévu que [les] écoles qui auront vendu le plus de bics recevront une entrée gratuite au parc d'attractions W***...dans le cadre d'un voyage scolaire ; que les meilleures écoles remporteront, en outre, une séance de cinéma gratuite pour cent personnes dans l'un des complexes du groupe K*** ; »

Considérant que l'interrogation de Monsieur le Ministre porte particulièrement sur la présence de sponsors dans les concours organisés dans le cadre de cette action ;
Considérant que l'AFFSS est l'organe de fédération de trois fédérations du sport scolaire, à savoir la Fédération royale sportive de l'Enseignement libre (F.R.S.E.L.), la Fédération

sportive de l'Enseignement de la Communauté (F.S.E.C.) et la Fédération sportive de l'Enseignement Officiel Subventionné (F.S.E.O.S.) ;

Considérant qu'au cours de la séance du 5 juin 2008, les membres prirent connaissance des explications fournies par Madame Christine DEVOS, Marketing manager au COIB, dans un courrier électronique daté du 26 mai 2008 ;

Considérant que ce courriel mentionne que « l'action « Sport à l'École » est organisée depuis 25 ans par le Comité olympique et interfédéral belge en collaboration avec l'AFFSS et avec le soutien de W***, trois partenaires identiques pour une action qui a rapporté en un quart de siècle près de 16.000.000 € au sport scolaire ; »

Que « cette action s'inscrit depuis plusieurs années dans le cadre de l'Olympic Health Foundation, une initiative du COIB, qui a pour mission la promotion de l'activité physique et des bonnes habitudes alimentaires pour un mode de vie plus sain ; »

Considérant qu'au cours de cette réunion, la Commission se proposa d'inviter les représentants de l'AFFSS et du COIB à assister à la plus prochaine séance de la Commission afin qu'ils apportent des précisions notamment sur le financement de l'opération ;

Considérant qu'au cours de la réunion du 3 septembre 2008, les membres entendirent les explications de ces personnes ;

Considérant qu'il fut exposé que les stylos à bille sont vendus au prix de € 3 pièce, que les écoles conserveront directement 50 % du produit de la vente pour promouvoir le sport dans les écoles ;

Considérant que, selon les explications données par Madame DEVOS, € 1,5 est consacré à l'établissement, € 0,25 est réparti entre les trois fédérations du sport scolaire et que le solde est versé au COIB ;

Considérant que Monsieur Patrick DE HAENE, responsable de l'AFFSS et président du bureau de concertation du sport scolaire belge, Monsieur Joseph DELHAXHE, trésorier adjoint de la FSEOS, et Madame Christine DEVOS exposèrent que l'action « Action sportive » s'inscrit en droite ligne des perspectives de l'Olympic Health foundation, qui prône la santé et le sport dans le cadre scolaire. Que cette fondation est soutenue par des partenaires qui ont signé une convention où ils s'engagent entre autres de ne pas faire état de marques ou de logos. Qu'il y a là une forme de parrainage ;

Considérant l'article 41 de la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l'enseignement ;

Considérant que cet article dispose notamment de ce que : «... toute activité commerciale [est] interdite dans les établissements d'enseignement organisés par les personnes publiques et dans les établissements d'enseignement libre subventionnés... » ;

Considérant que l'action « Action sportive » met en présence certains acteurs comme W*** et K***, qui sont, il est vrai, des sociétés commerciales ;

Considérant que W*** et K*** rappellent effectivement leur présence par la présentation d'un gadget à l'image d'un célèbre petit kangourou d'une part, et par l'offre de places de cinéma d'autre part ;

Considérant que l'image du kangourou est une forme de publicité qui aurait pour but de promouvoir l'activité commerciale de W*** ;

Considérant toutefois qu'en l'espèce, cette forme de promotion non seulement n'est pas directe, mais qu'il apparaît bien que l'aspect commercial est assez discret, car le kangourou met l'accent sur les tenues sportives dont il est revêtu ; que, vêtu de la sorte, il indique apporter un soutien d'ordre culturel, voire pédagogique puisqu'il encourage le sport ; qu'en ce qui concerne K*** aucun logo n'apparaît ;

Considérant qu'en l'espèce, l'opération s'apparente à une activité de parrainage ;

Considérant d'autre part que l'opération « action sportive » a été suscitée par les acteurs du secteur non marchand ;

Considérant que ces acteurs, la COIB et les fédérations contribuent à vérifier qu'il ne soit pas fait état de marques ou de logos dans leurs actions ;

Considérant également que la Cour de cassation a dit pour droit qu'un acte commercial peut perdre sa caractéristique commerciale si l'auteur de l'acte n'a pas été inspiré par l'intention de réaliser un bénéfice ; (Cass., 25 février 1935, Pas. 1935, I, 170)

Considérant que la vocation au bénéfice, caractéristique de l'acte commercial s'il en est, se traduit en l'espèce comme le souci de dégager des recettes dans le but de les affecter à des activités sportives au profit du sport scolaire ;

Considérant que ce but n'est pas tant commercial que lié à la santé publique essentiellement ;

Considérant que le fondement de l'opération « action sportive » rejoint tout naturellement les préoccupations des autorités en matière d'alimentation saine, car elle concerne la santé de tous les enfants des écoles y compris ceux qui n'ont pas d'aptitudes sportives particulières ;

Considérant que le rôle des fédérations du sport scolaire est très important dans cette problématique et que l'opération : « action sportive » ne manque pas d'y contribuer ;

Considérant qu'il apparaît également au cours de la réunion que l'action : « action sportive » constitue la principale source de revenus de l'une des fédérations du sport scolaire, la FSEOS ;

Considérant les appréciations positives émises à propos de l'action : « action sportive ; »

Considérant que les membres abordent l'interprétation de l'article 41 sous un angle pragmatique dans la mesure où il est proposé de tenir compte des différents aspects positifs de l'opération ;

Considérant que certains membres attirent toutefois l'attention de la Commission quant à la nature de la « récompense » d'une journée à W*** ou de la perspective d'une séance de cinéma, en ce qu'elles n'ont pas de rapport immédiat avec le sport ;

Considérant cependant que rien n'empêche les enseignants d'aborder l'opération de manière pédagogique afin de faire comprendre aux jeunes qu'elle autorise un partenariat positif qui permet d'encourager l'action sportive ;

Considérant que les établissements scolaires resteront confrontés à de semblables opérations dans la mesure où les pouvoirs publics sont en défaut de le faire, vu les moyens budgétaires limités dont dispose la Communauté française ;

Emet l'avis, à l'unanimité, que l'opération : « action sportive », organisée depuis vingt-cinq ans dans les établissements d'enseignement organisés par la Communauté française

et dans les établissements d'enseignement subventionnés par la Communauté française constitue une pratique qui, dans les conditions décrites, ne viole pas l'article 41 de la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l'enseignement.

FIN
