

Dehors la pub !

Jean-Marc Fiorese travaille dans le milieu juridique et s'occupe particulièrement de la commission marchandisation de l'Éducation au sein d'Attac.

Le texte qu'il nous a fait parvenir rejoint des préoccupations déjà évoquées dans les précédents numéros du *Nouvel Educateur*, c'est pourquoi il nous a semblé important de relayer la demande d'informations qu'il contient.

L'affichage publicitaire a fait son apparition dans les établissements scolaires publics et privés du premier et du second degré au début des années 1990 de façon marginale mais croissante. Aujourd'hui ce phénomène est devenu très inquiétant.

Brièvement : une société privée sollicite un établissement scolaire pour la pose de panneaux publicitaires dans l'enceinte de ce dernier et propose d'en actualiser l'affichage. Les affiches apposées portent essentiellement sur des films et sont sous le contrôle de la société privée. En contrepartie l'établissement scolaire reçoit une rémunération d'environ 150 euros par panneau et par an. Il s'agit donc d'une proposition de contrat entre cette société privée et l'établissement scolaire. Suite à cette sollicitation le Conseil d'administration de l'établissement scolaire met au vote la signature du contrat. Une fois signé, il est d'une durée de deux ans avec tacite reconduction pour la même durée et dans les mêmes conditions s'il n'est pas dénoncé dans un délai de deux mois précédant son échéance.

Cette pratique est en totale contradiction avec la neutralité scolaire.

Le collectif Attac Ile-de-France Education avec les associations Résistance à l'agression publicitaire (RAP) et Action consommation se sont penchés sur ce problème et sur le cas d'un lycée parisien. Sous couvert de pédagogie et d'information, cet établissement scolaire a voté en Conseil d'administration la pose de six panneaux publicitaires et permis la publicité de films dont l'essentiel porte sur des grosses productions américaines. Nous avons engagé une action contre cet établissement scolaire parallèlement à celle d'un groupe d'élèves de ce même établissement qui a obtenu récemment la

non reconduction du contrat et le retrait des affichages par décision du Conseil d'administration. Mais d'autres établissements scolaires sont toujours concernés par ce type de contrat. Selon la société privée Scaramouche qui propose les contrats, une centaine d'établissements scolaires en Ile-de-France sont concernés par ces affichages publicitaires mais nous ne savons pas lesquels. La Commission « Marchandisation de l'Éducation » d'Attac souhaite engager une action d'envergure nationale.

C'est pourquoi elle demande aux comités locaux d'Attac, aux différentes organisations et à toute personne sensible au respect de la neutralité scolaire de l'informer de cas similaires. Si vous le pouvez, essayez de nous donner le plus de détails possible : établissement concerné (nom et adresse), nombre de panneaux publicitaires, nom de la société contractante, type d'affichage, date de la décision du Conseil d'administration, etc.

Adresse d'envoi : education@attac.org

Dans un premier temps nous répertorierons les cas et verrons comment engager l'action en fonction des informations recueillies. Nous sommes également preneurs d'idées d'actions.

Jean-Marc Fiorese

Pour la Commission Marchandisation de l'éducation d'Attac

A lire ou relire dans le numéro 153 du *Nouvel Educateur*, l'article de Paul Ariès qui commence ainsi : *Chaque rentrée scolaire est l'occasion de transformer un peu plus les enfants en hommes-sandwich pour le profit des plus grandes marques. Le Mouvement « pour une rentrée sans marques » est né à l'initiative de Casseurs de Pubs de ce refus des jeunes de devenir de la chair à pub pour les guerres économiques.*

Ce débat sur la place de la pub à l'école est un débat à 100 milliards d'euros puisque c'est le montant du pouvoir de prescription familial des 12 millions d'enfants scolarisés.

A lire aussi « Putain de ta marque », P. Ariès - Golias.