

POLITIQUE CONCERNANT LA PUBLICITÉ, LA SOLLICITATION ET LA COMMANDITE

Unité administrative : Secrétariat général

1. Préambule

- 1.1 La Commission scolaire reconnaît la grande valeur de l'implication des acteurs économiques et sociaux qui forment la communauté éducative. Elle accueille favorablement les contributions des partenaires reposant sur la volonté de soutenir sa mission et celle de ses établissements, l'ensemble de leurs activités et les besoins des élèves.
- 1.2 La Commission scolaire veut assurer le respect de la mission et des responsabilités des établissements ainsi qu'assurer un climat et un environnement éducatif exempt d'influence commerciale.
- 1.3 La présente politique énonce les principes et détermine les paramètres et règles d'encadrement des activités d'information, de publicité, de promotion ou de sollicitation qui s'adressent aux élèves ou à leurs parents en vue d'une interprétation et d'une application communes dans tous les établissements.

2. Fondements

La présente politique repose sur les prescriptions législatives relatives au rôle et à la mission de la Commission scolaire et applicables à la sollicitation commerciale dans les établissements scolaires ainsi qu'en matière de publicité destinée aux enfants telles qu'en vigueur au moment de son application.

Extraits de Loi sur l'Instruction publique L.R.Q. c. I-13.3

Article 207.1

La commission scolaire a pour mission de contribuer, dans la mesure prévue par la loi, au développement social, culturel et économique de sa région.

Articles 94 et 110.4

Le conseil d'établissement peut, au nom de la commission scolaire, solliciter et recevoir toute somme d'argent par don, legs, subventions ou autres contributions bénévoles de toute personne ou de tout organisme public ou privé désirant soutenir financièrement les activités de l'école ou du centre.

Il ne peut cependant solliciter ou recevoir des dons, legs, subventions ou autres contributions auxquels sont rattachées des conditions qui sont incompatibles avec la mission de l'école, notamment des conditions relatives à toute forme de sollicitation de nature commerciale.

Article 36

L'école est un établissement d'enseignement destiné à dispenser les services éducatifs prévus par la présente loi et le régime pédagogique et à collaborer au développement social et culturel de la communauté. Elle a pour mission d'instruire, de socialiser et de qualifier les élèves, tout en les rendant aptes à entreprendre et à réussir un parcours scolaire.

Article 97

Le centre de formation professionnelle et le centre d'éducation des adultes sont des établissements d'enseignement destiné à dispenser les services éducatifs prévus aux régimes pédagogiques. Ils sont aussi destinés à collaborer au développement social et culturel de la communauté.

Extrait de la Loi sur la protection du consommateur L.R.Q. c. P-40.1

Article 248

Nul ne peut faire de la publicité à but commercial destinée à des personnes de moins de treize ans.

3. Objectifs

- 3.1 Éviter les situations où les élèves ou leurs parents sont la cible de publicité commerciale.
- 3.2 Éviter les situations où les élèves ou leurs parents font l'objet de sollicitation commerciale.
- 3.3 Éviter que les établissements ne deviennent ou ne soient considérés comme vitrine commerciale ou lieu de commerce, permettant de profiter d'une clientèle captive.
- 3.4 S'assurer que les communications ou les informations destinées aux élèves ou à leurs parents soient exemptes d'éléments publicitaires ou de stratégies dont les effets sont d'inciter ou d'inviter les élèves, leurs parents ou leurs familles à se procurer un bien, un produit ou un service.
- 3.5 Éviter les situations ou circonstances où un don ou une contribution sont rattachés à des conditions incompatibles avec la mission de l'établissement ou de la Commission scolaire, ses politiques ou règlements ou lorsque la mission ou les activités du donateur y contreviennent.
- 3.6 Éviter les contributions financières ou bénévoles qui sont offertes dans un intérêt principalement commercial et liées significativement à une stratégie commerciale pour la promotion d'un bien, d'un produit ou d'un service.
- 3.7 Dans le cadre de la diffusion d'information concernant la participation d'un partenaire ou de la visibilité qui peut lui être accordée, établir un juste équilibre entre la reconnaissance publique de sa contribution et l'association de l'établissement à une stratégie promotionnelle.
- 3.8 Favoriser la collaboration avec les services et organismes publics en diffusant l'information pertinente sur les services qu'ils dispensent.
- 3.9 Faire preuve de prudence pour ne pas se porter garant d'un service ou d'un produit offert par un tiers.

4. Définitions

4.1 Contribution

Don d'argent, de bien, de cadeau ou autre bénéfice ou avantage au profit de l'établissement ou de ses élèves, subvention pour soutenir les activités des établissements, offre bénévole de services.

4.2 Contrepartie

Exigence d'un tiers liée au don ou à la contribution destiné à l'établissement ou à ses élèves.

4.3 Établissement

Écoles et centres de la Commission scolaire et lorsqu'applicable, les services administratifs.

4.4 Logo

Marque de commerce, logo corporatif, signature-image d'un produit ou du nom d'une entreprise, mascotte ou personnage à l'effigie d'un produit ou d'une entreprise.

4.5 Publicité commerciale

Tout message ou information visant à faire connaître les caractéristiques d'un produit, d'un bien ou d'un service de manière à inciter, inviter ou à persuader de l'acheter ou de se le procurer ou à inviter une autre personne à le faire et pouvant résulter en un avantage financier ou de fidélisation de clientèle.

Diffusion dans un but commercial d'un logo corporatif, du slogan d'un produit ou du nom d'une entreprise commerciale.

4.6 Sollicitation commerciale

Tout procédé visant inciter, inviter, prier ou encourager à acheter ou se procurer un produit ou un service, en faire la promotion ou les offrir pour des motifs promotionnels, informer sur des rabais ou pratiques commerciales, offrir un rabais en vue de l'achat d'un produit ou d'un service.

5. Principes

Les principes ci-énoncés doivent guider toute décision relative à l'information et aux messages destinés aux élèves ou à leurs parents et à l'acceptation de tout don ou contribution pour soutenir les activités des établissements de la CSL ou destinés à leurs élèves.

5.1 Le conseil d'établissement est l'autorité compétente pour autoriser les campagnes de financement ou de levée de fonds et pour désigner qui peut y participer ou les mener pour et au nom de l'école ou du centre ou les représenter. De telles activités ne peuvent contrevenir à la mission, aux valeurs, aux orientations et aux responsabilités de l'établissement.

5.2 Les établissements ou leurs élèves ne doivent pas servir d'intermédiaire pour transmettre de l'information concernant un produit ou un service offert ou dispensé par un tiers dans un but promotionnel ou commercial.

5.3 Une contribution ne peut être conditionnelle à ce que l'établissement accorde en contrepartie le droit de s'adresser aux élèves ou à leurs parents en vue de faire la publicité ou la promotion d'un bien, produit ou service.

- 5.4 Une contribution ne peut être assortie d'une obligation de se procurer un bien ou un service.
- 5.5 Les établissements ne peuvent accepter, offrir, distribuer ou vendre des produits ou services qui comportent ou impliquent un engagement à effectuer une dépense supplémentaire.
- 5.6 On ne peut recourir aux élèves ou à l'établissement comme agent vendeur, porte-parole, porte-bannière ou étendard de la marque, du logo ou de la signature commerciale d'un produit ou d'un service lorsqu'elles sont l'objet principal de la contribution d'un tiers ou d'une campagne de financement.
- 5.7 Ne peuvent s'adresser aux élèves des messages ou campagnes liés à une mission d'ordre social ou philanthropique dont le contenu ne permet pas de jeter un regard critique notamment en raison de l'âge des élèves. Les campagnes de financement menées par des organismes voués à des œuvres humanitaires ne sont autorisées que si elles sont intégrées aux activités de l'établissement, que ce dernier y souscrit et qu'elles respectent la présente politique. Cependant, les fondations mises sur pied pour et au nom ou au profit des établissements ou de leurs élèves peuvent mener des campagnes de financement ou recueillir des sommes ou des dons au profit des élèves avec l'autorisation du conseil d'établissement. Lorsque la fondation de la CSL mène des activités de financement au nom des élèves ou des établissements elle en détermine les modalités avec la direction générale.
- 5.8 La reconnaissance sobre et discrète d'un commanditaire est permise si l'information concernant son identité n'est pas de nature à inciter à se procurer, acheter ou utiliser un produit ou un service offert par ce dernier.
- 5.9 Les établissements ne peuvent consentir d'avantage indu à une entreprise ou un organisme pour s'adresser aux élèves ou aux parents ni lui consentir un droit d'exclusivité ou lui conférer un traitement plus avantageux par rapport aux autres ou à des concurrents.
- 5.10 Les établissements et la Commission scolaire ne peuvent autoriser l'utilisation ou l'association de leur nom ou celui de leurs élèves par un tiers menant des activités commerciales à des fins promotionnelles pour ce tiers.
- 5.11 Les établissements ne peuvent participer à des concours organisés par des entreprises commerciales visant la promotion d'un produit, d'un service ou d'une marque de commerce ou si le nom des participants ou des gagnants est associé à ces entreprises dans un but promotionnel.
- 5.12 Les organismes et établissements publics dont les services sont complémentaires à ceux de la Commission scolaire ou ceux à qui ils ont confié un mandat pour organiser des activités ou services destinés aux jeunes ou à leur famille, peuvent afficher, communiquer ou distribuer aux élèves ou à leurs parents l'information sur leurs services avec l'autorisation de la direction de l'établissement ou de la Commission scolaire.