

PARLEMENT
DE LA
COMMUNAUTÉ FRANÇAISE

Session 2005-2006

17 NOVEMBRE 2005

PROPOSITION DE DÉCRET

VISANT À RÉGLEMENTER L'ACTIVITÉ COMMERCIALE DANS LES ÉTABLISSEMENTS
SCOLAIRES

DÉPOSÉE PAR **MMES ANNE-MARIE CORBISIER-HAGON ET JULIE DE GROOTE ET M.
MARC ELSSEN.**

TABLE DES MATIÈRES

DÉVELOPPEMENTS	3
COMMENTAIRE DES ARTICLES	6
PROPOSITION DE DÉCRET VISANT À RÉGLEMENTER L'ACTIVITÉ COMMERCIALE DANS LES ÉTABLISSEMENTS SCOLAIRES	8

DÉVELOPPEMENTS

Des études marketing ont prouvé que la plupart des habitudes de consommation s'acquièrent dès l'enfance. Les sociétés commerciales, particulièrement, veillent donc à construire leur image auprès des enfants dès le plus jeune âge. Pour communiquer avec leurs jeunes cibles, les entreprises essaient de s'infiltrer dans les établissements scolaires par différents moyens (ventes de produits ou services au sein de l'école, publicité dans les journaux de classe, distribution d'outils pédagogiques, présence de distributeurs de produits affichant ostensiblement une marque, ...). S'il est normal que les sociétés veillent à leur image et cherchent à vendre et faire de la publicité, il est dangereux d'admettre cela, sans condition, dans les écoles. En effet, les élèves sont encore à un âge où l'on est facilement influençable et où l'esprit critique n'est pas encore bien aiguisé.

Il est dès lors nécessaire, à côté des initiatives gouvernementales qui sont prises pour faire diminuer la présence de la publicité dans les écoles, de prendre les mesures législatives qui s'imposent pour empêcher, encadrer et baliser les activités commerciales à destination des jeunes au sein des écoles.

En France, la loi interdit toute forme de publicité dans les écoles. Plusieurs circulaires rappellent que : « les maîtres et les élèves ne peuvent, en aucun cas, servir directement ou indirectement à quelque publicité commerciale que ce soit ». Une circulaire du 5 avril 2001 a édicté un code de bonne conduite des interventions des entreprises en milieu scolaire. Cette circulaire interdit tout accès aux écoles des représentants d'entreprises qui souhaitent distribuer des documents publicitaires.

En outre, la loi française du 9 août 2004 relative à la politique de santé publique vise à favoriser la santé et l'alimentation saine à l'école. Elle permet également de limiter la visibilité de grandes marques de sodas et sucreries au sein des établissements scolaires.

Par ailleurs, le système français a instauré un Comité paritaire d'évaluation des outils pédagogiques. Ce comité évalue les outils à partir de critères relatifs aux qualités du contenu des documents pédagogiques, à leur objectivité en particulier par rapport à l'impact publicitaire éventuel, aux qualités techniques du support, et bien sûr aux qualités pédagogiques correspondantes (adéquation avec le public visé, clarté des explications

ou des images...). Une telle évaluation aide les enseignants à choisir l'outil le mieux adapté à leur projet pédagogique et au public concerné.

Actuellement, en Belgique, la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l'enseignement, dite du « Pacte Scolaire » interdit, en son article 41, toute activité commerciale (en ce compris la publicité commerciale) dans les établissements scolaires.

D'autre part, l'article 16 du décret du 1er février 1993 fixant le statut des membres du personnel subsidiés de l'enseignement libre subventionné ainsi que l'article 9 du décret du 6 juin 1994 fixant le statut des membres du personnel subsidiés de l'enseignement officiel subventionné prévoient que les membres du personnel ne peuvent utiliser leurs élèves à des fins de publicité commerciale, entre autres.

L'on constate cependant que ces interdictions ne sont pas respectées car peu en phase avec la réalité de terrain. Il est vrai que tout interdire est impraticable et n'est pas souhaitable mais il importe de prendre les mesures décrétales pour encadrer et baliser les activités commerciales en ce compris la publicité à destination des jeunes au sein des écoles.

Des mesures ont déjà été prises par le Gouvernement qui visent à diminuer les activités commerciales dans les écoles. Ces initiatives sont les suivantes :

1^o Plan du Gouvernement de la Communauté française relatif à sa politique de promotion des attitudes saines sur les plans alimentaires et physiques pour les enfants et adolescents de la Communauté française

Ce plan régit l'offre, par le biais de distributeurs automatiques, des collations, des boissons et des en-cas au sein des établissements scolaires. Même si la suppression pure et simple des distributeurs n'est pas envisagée, il a été proposé que les marques n'apparaissent plus de manière trop ostensible sur les distributeurs.

Par ailleurs, le plan du Gouvernement prévoit la mise sur pied de la commission prévue à l'article 42 du Pacte scolaire et ce, au plus tôt, en 2007. Cette mesure qui concerne explicitement la réglementation de la publicité dans les écoles ne sera mise en œuvre que dans deux ans, ce qui ne nous semble pas assez rapide pour faire

face au problème urgent que nous connaissons pour l'instant, de l'infiltration -latente ou non- des sociétés commerciales dans les écoles.

2° Circulaire n° 1026 du 27 décembre 2004

Celle-ci rappelle l'interdiction faite dans le Pacte scolaire de toute activité commerciale dans les écoles. Cette circulaire est cependant peu précise quant à l'attitude que les enseignants doivent adopter par rapport à l'intrusion des sociétés commerciales dans leurs établissements. En effet, d'une part, la Ministre fustige les opérations publicitaires dans les écoles et rappelle l'article 41 du Pacte scolaire. D'autre part, elle indique que : « *cette disposition ne règle pas tout, car il n'est pas aisé de déterminer ce qui constitue une activité commerciale dans un établissement d'enseignement* ». La circulaire ne donne aucun critère permettant de mieux identifier ce qu'est une activité commerciale.

Cette circulaire intéressante n'est donc pas suffisante pour créer une sécurité juridique. Il est dès lors impératif de préciser, dans un texte réglementaire, les activités commerciales interdites et les pratiques qui pourraient être « légalisées » moyennant un certain nombre de conditions précises.

1° Le principe : l'interdiction d'activités commerciales dans les écoles

L'article 41 du Pacte scolaire, l'article 16 du décret du 1er février 1993 ainsi que l'article 9 du décret du 6 juin 1994 doivent être maintenus dans leur principe. Toutefois, parce qu'il faut que la protection des élèves dans les établissements scolaires cesse d'être théorique et parce que la circulaire 1026 ne suffit pas, la proposition de décret propose un texte précisant le principe d'une interdiction de toute activité commerciale dans les écoles en ce compris la publicité, mais aussi les pratiques que le législateur peut tolérer.

Ainsi, la proposition de décret interdit l'infiltration de sociétés commerciales qui a pour résultat de vendre directement aux élèves des produits ou services qui ne sont ni liés à l'activité scolaire, ni qui entrent dans les programmes pédagogiques et éducatifs des écoles, ou de faire de la publicité auprès d'eux pour ces mêmes produits ou services.

2° Les exceptions à l'interdiction de principe

La proposition de décret autorise cependant le **mécénat**. En effet, certaines écoles (plus souvent les écoles techniques et professionnelles) reçoivent -et elles en ont grand besoin- de la part d'entreprises du matériel nécessaire à l'enseignement (ex. : des moteurs, des produits alimentaires, ... selon les options proposées par

l'école). Le mécénat suppose qu'une entreprise donne du matériel à une école sans contrepartie pour la société commerciale. Pour ce type de relations entre les sociétés et les écoles, il faut cependant éviter que l'on passe du mécénat à la véritable publicité auprès des élèves.

Le **sponsoring** doit, lui aussi, être balisé. Celui-ci signifie qu'une entreprise donne du matériel ou de l'argent à une école et, en contrepartie, l'école affiche la marque ou le logo de la société commerciale. Pour ce type de partenariat entre l'école et les sociétés commerciales, il faut que plusieurs conditions soient respectées tant au niveau des activités sponsorisées qu'au niveau des entreprises autorisées à sponsoriser. On ne peut, en effet, admettre que les sociétés commerciales s'introduisent dans les écoles, par le biais d'un sponsoring non balisé. Celui-ci ne peut avoir lieu que s'il vient en appui d'une activité qui s'inscrit dans le cadre des programmes scolaires au sens large (culture, santé, intérêt public) et qu'il est assuré par une société qui respecte les valeurs du service public de l'éducation.

Ne sont pas visées non plus les publicités de théâtres, musées, centres culturels ou toute autre **institution culturelle** pour autant que les produits ou services soient liés à l'activité scolaire.

Les ventes de **produits** (matériel scolaire ou même nourriture) **qui affichent inévitablement l'une ou l'autre marque**, sont également exclues de l'interdiction contenue à l'article 41 à condition que ces produits soient vendus par l'intermédiaire de l'école et que celle-ci joue un rôle de filtre de ce qui peut être vendu ou pas en son sein. Pour ce faire, l'école a l'obligation d'agir en bon père de famille et de respecter toute autre réglementation en la matière.

Enfin, ne peut être interdite **l'éducation à la publicité**, pour autant que le matériel d'éducation à la publicité ne soit pas fourni directement par des sociétés commerciales ou à condition qu'il ait été labellisé par un organe institué par le Gouvernement.

Il est important que les enseignants puissent apprendre aux élèves à déchiffrer intelligemment les messages publicitaires et à les mettre en garde contre les risques du matraquage publicitaire. Dans ce cas, on ne se trouve pas dans la situation d'une intrusion d'une société commerciale, elle-même, au sein de l'école mais dans la situation d'une initiative purement pédagogique de la part des enseignants. Par ce biais, il s'agit d'éviter que les enfants ne deviennent des cibles malléables et aveugles par rapport à la publicité.

3° Système de contrôle

Une interdiction telle que celle prévue dans cette proposition de décret doit s'accompagner d'un système de contrôle afin que le respect de l'interdiction soit assuré. Ce contrôle concerne tous les moyens d'intrusion des sociétés commerciales interdits dans les établissements scolaires.

En cas de violation de l'article 41 du Pacte scolaire, le **pouvoir organisateur** de l'école est le premier à devoir intervenir pour sanctionner le non-respect de l'interdiction par un membre du personnel. Il prend alors à l'égard du ou des membre(s) contrevenant(s) les sanctions disciplinaires qui s'imposent ainsi que les mesures nécessaires pour faire cesser la violation.

Subsidiairement, les **vérificateurs et inspecteurs de l'Administration** peuvent être saisis par toute personne (parent, enseignant, membre d'un pouvoir organisateur, élève, Ministre, ...) qui aurait constaté une violation de l'article 41 du Pacte.

Les vérificateurs sont chargés de faire un rapport à la suite de toute plainte relative à une violation de l'article 41 du Pacte scolaire qui ne concerne pas l'aspect purement pédagogique de l'école. Les violations que les vérificateurs sont chargés de contrôler sont, par exemple, les distributions de folders publicitaires dans l'école, la vente de produits ou de services aux élèves, la présence de distributeurs qui affichent ostensiblement une marque ou un logo d'une société commerciale.

Les inspecteurs sont chargés de faire un rapport à la suite de toute plainte relative à une violation de l'article 41 du Pacte scolaire qui concerne l'aspect purement pédagogique de l'école. Les violations que les inspecteurs sont chargés de contrôler sont, par exemple, les publicités dans les journaux de classe ou les outils ou matériel pédagogique émanant directement de sociétés commerciales.

Les rapports des vérificateurs et inspecteurs sont transmis au Gouvernement qui prend, à l'égard de l'établissement scolaire qui aurait violé l'article 41 du Pacte scolaire, les mesures prévues dans le décret.

La protection des élèves, au sein de leur école, contre la publicité et les discours attrayants des sociétés commerciales est donc la finalité de cette proposition de décret. Les établissements scolaires doivent rester les rares endroits privilégiés où les jeunes sont à l'abri des agressions commerciales intempestives.

COMMENTAIRE DES ARTICLES

Article 1^{er}

Il s'agit de consacrer le chapitre IX du Pacte scolaire à la réglementation des activités commerciales dans les établissements scolaires en renvoyant le régime des propagandes politiques et de la concurrence déloyale entre réseaux d'enseignement dans deux chapitres différents.

Le nouveau chapitre IX contient 6 articles.

Art. 41

Il s'agit de préciser les activités commerciales qui sont interdites dans les écoles. Une interdiction trop générale, comme celle prévue dans l'article 41 initial du Pacte scolaire, perd son efficacité et n'est finalement pas appliquée.

Pour être interdite, l'activité commerciale doit émaner d'une société commerciale et avoir pour résultat de tirer profit du jeune public des écoles pour vendre directement aux élèves un produit ou un service qui n'entre pas dans le programme pédagogique et éducatif de l'école ou qui n'est pas lié à l'activité scolaire, ou pour faire de la publicité pour ces produits ou services.

Sont, entre autres, visées par l'article, les activités telles que la distribution au sein de l'école de folders publicitaires pour des produits ou services étrangers aux programmes pédagogiques et éducatifs de l'école, l'introduction de publicité pour ces produits ou services dans les journaux de classe ou dans tout autre support scolaire, l'utilisation en classe par les enseignants d'outils ou de matériel pédagogiques mettant ostensiblement en évidence une marque particulière ou un logo particulier qui renvoie à des produits ou services qui sortent des programmes pédagogiques et éducatifs de l'école, la présence de distributeurs de produits affichant une marque de façon ostensible.

Ne sont, en revanche, pas interdits les dons de matériel qui relèvent du mécénat ainsi que le sponsoring qui répond aux conditions suivantes :

- L'activité sponsorisée doit s'inscrire dans le cadre des programmes scolaires ;
- L'activité sponsorisée doit favoriser un apport technique (informatique, multimédia, ...) ou correspondre à une action spécifique (fête de l'école, fancy-fair, ...) ;

— La société qui se propose de sponsoriser doit respecter les valeurs fondamentales du service public de l'éducation ;

— L'objet social de la société ne peut aller à l'encontre de l'ordre public et des bonnes mœurs ;

— L'objet social de la société ne peut porter préjudice à la santé des jeunes.

Ne sont pas interdites non plus, les initiatives pédagogiques des enseignants qui visent à éduquer les élèves aux messages publicitaires pour autant que le matériel pédagogique utilisé par les enseignants ne soit pas fourni directement par les sociétés commerciales ou à condition qu'il ait été labellisé par un organe institué par le Gouvernement.

Sont également à exclure de l'interdiction faite dans l'article 41, la vente de produits qui affichent une marque ou un logo discrets, à condition que ces produits soient vendus par l'intermédiaire de l'école qui doit jouer un rôle de filtre de ce qui peut être vendu ou pas en son sein. Pour ce faire, l'établissement scolaire a l'obligation d'agir en bon père de famille et de respecter toute autre réglementation en la matière.

Enfin, il faut considérer que la publicité faite par des musées, théâtres, centres culturels ou par toute institution culturelle ne rentre pas dans la catégorie des activités commerciales prohibées par cet article pour autant qu'ils proposent des activités qui soient liées au programme éducatif et pédagogique de l'école ou à l'activité scolaire.

Art. 42

Les membres du personnel de l'école, et, en particulier, la direction, sont les premiers à devoir veiller au respect de l'interdiction prévue à l'article 41. En cas de violation de l'article 41 par les membres du personnel, c'est d'abord au sein de l'établissement scolaire, entre le PO et le(s) membre(s) du personnel, qu'il faut remédier à cette violation.

Art. 42 bis

Subsidiairement aux membres du personnel d'une école et au Pouvoir organisateur, les inspecteurs et les vérificateurs de l'Administration doivent veiller au respect de l'article 41.

Les vérificateurs veillent particulièrement :

- A ce qu’aucune vente de produits ou services interdits par l’article 41 ne puisse être conclue au sein de l’établissement scolaire ;
- A ce qu’aucun distributeur de produits n’affiche ostensiblement une marque ou un logo ;
- A ce qu’aucune affiche publicitaire d’une société commerciale ne soit exposée dans l’école ;
- A ce qu’aucun folder publicitaire de sociétés commerciales interdits par l’article 41 ne soit distribué aux élèves.

Les inspecteurs veillent particulièrement :

- A ce qu’aucun outil pédagogique émanant directement d’une société commerciale ou mettant ostensiblement en évidence la marque ou le logo d’une société commerciale ne soit distribué aux élèves ;
- A ce qu’il n’y ait pas de publicité interdite par l’article 41 dans les journaux de classe.

Art. 43

Pour remplir la mission qui leur est confiée à l’article 42 *bis*, les vérificateurs et inspecteurs de l’Administration doivent être saisis selon les modalités décrites à l’article 43.

Art. 44

Cet article prévoit la manière dont les vérificateurs et inspecteurs exercent le contrôle du respect de l’article 41 du Pacte scolaire.

Art. 44 bis

L’article prévoit les sanctions que le Gouvernement peut infliger, à la suite du rapport des vérificateurs ou inspecteurs et après avoir entendu le pouvoir organisateur et/ou le membre du personnel concerné, à l’égard de l’établissement scolaire qui violerait l’article 41.

Art. 2

Cet article crée un chapitre IX *bis* qui détermine le régime applicable à la propagande politique au sein des établissements scolaires.

Le nouveau chapitre IX *bis* contient deux articles.

Art. 44 ter

Toute action menée au sein des écoles pour influencer les élèves et les amener à avoir une opinion politiquement orientée est interdite.

Art. 44 quater

Il appartient aux membres du personnel, de la direction et du pouvoir organisateur des établissements scolaires de veiller au respect de l’article 44 *ter*.

Art. 3

Cet article crée un chapitre IX *ter* qui définit le régime applicable à la concurrence déloyale entre types d’enseignement.

Le nouveau chapitre IX *ter* contient trois articles.

Art. 44 quinquies

Toute concurrence déloyale entre établissements scolaires, quel que soit son type de réseau, est interdite.

Art. 44 sexies

Les pouvoirs organisateurs des établissements concernés sont les premiers à devoir régler à l’amiable les actes de concurrence déloyale qui surviendraient.

Art. 44 septies

Le Gouvernement crée une commission chargée d’examiner et de sanctionner les infractions à l’article 44 *quinquies* au cas où les pouvoirs organisateurs des établissements scolaires concernés ne peuvent arriver à un accord.

PROPOSITION DE DÉCRET

VISANT À RÉGLEMENTER L'ACTIVITÉ COMMERCIALE DANS LES ÉTABLISSEMENTS SCOLAIRES

Article 1^{er}

Modifier le chapitre IX de la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l'enseignement, dite du « Pacte Scolaire » comme suit :

« CHAPITRE IX : Des activités commerciales dans les établissements scolaires

Art. 41

§ 1^{er} Sont interdites dans les établissements d'enseignement organisés par les personnes publiques et dans les établissements d'enseignement libre subventionnés, toutes les activités commerciales, qui émane de toute société commerciale et qui a pour résultat de tirer profit du jeune public des écoles pour lui vendre directement un produit ou un service qui sort des programmes pédagogiques ou éducatifs de l'école ou faire auprès de ce jeune public de la publicité pour ces produits ou services.

§ 2 Ne sont, entre autres, pas interdits :

— Les dons de matériel par les sociétés commerciales à condition que :

- 1° Le matériel soit nécessaire à l'activité pédagogique de l'école ;
- 2° Le matériel n'expose pas ostensiblement la marque ou le logo de la société commerciale qui le donne.

— Le sponsoring à condition que :

- 1° L'activité sponsorisée s'inscrive dans le cadre des programmes scolaires ;
- 2° L'activité sponsorisée favorise un apport technique ou corresponde à une action ou activité spécifique de l'école ;
- 3° La société qui se propose de sponsoriser respecte les valeurs fondamentales du service public de l'éducation ;
- 4° L'objet social de la société n'affecte pas à l'encontre de l'ordre public et des bonnes mœurs ;
- 5° L'objet social de la société ne porte préjudice à la santé des jeunes.

— La vente par l'école, elle-même, de produits ou services liés à l'activité scolaire à condition que

l'établissement scolaire joue le rôle de filtre de ce qui peut être vendu ou pas en son sein, en agissant en bon père de famille et en respectant toute autre réglementation en la matière.

— L'utilisation, par les enseignants, d'outils pédagogiques d'éducation à la publicité à condition que :

- 1° Ces outils ne soient pas fournis directement par des sociétés commerciales
OU
- 2° Ces outils aient été labellisés par un organe dont la composition, le mode de fonctionnement et les règles de procédure sont déterminés par le Gouvernement.

Art. 42

Les membres du personnel des établissements scolaires et, en particulier, la direction, ainsi que le Pouvoir Organisateur veillent au respect de l'article 41, au sein de son établissement scolaire.

Le cas échéant, le Pouvoir organisateur examine les infractions à l'article 41 et prend, à l'égard des membres du personnel de l'établissement scolaire, les mesures qui s'imposent pour faire cesser la violation de l'article 41.

Art. 42 bis

Sans préjudice de l'article 42, les vérificateurs et les inspecteurs de l'Administration veillent au respect de l'article 41.

Les vérificateurs veillent au respect de l'article 41 au sein des établissements scolaires, à l'exception de ce qui est contrôlé par les inspecteurs.

Les inspecteurs veillent à ce que l'article 41 soit respecté pour tout ce qui touche à la mission pédagogique des établissements scolaires.

Art. 43

Les vérificateurs et inspecteurs n'agissent que s'ils sont saisis d'une plainte qui émane de toute personne qui aurait connaissance d'une violation de l'article 41 dans un établissement scolaire.

La plainte est adressée par écrit aux services d'inspection ou de vérification de l'Administra-

tion, selon que la violation de l'article 41 porte ou non sur l'aspect pédagogique de l'école.

Art. 44

Les vérificateurs et inspecteurs enquêtent sur la violation de l'article 41 dont ils sont saisis.

Ils en font rapport au Gouvernement qui peut, après avoir entendu les parties concernées et s'il juge la violation de l'article 41 effective, prendre, à l'égard des établissements scolaires contrôlés les mesures proportionnelles à la gravité de la faute, prévues à l'article 44 *bis*.

Art. 44 bis

§ 1er Sans préjudice de l'article 44, le Gouvernement peut :

- 1° Faire un avertissement à l'établissement scolaire qui viole l'article 41 et l'enjoindre de cesser toute activité interdite par cet article ;
- 2° Après deux avertissements, retenir partiellement et temporairement les subsides octroyés à l'établissement scolaire en cause.

§ 2 Les inspecteurs et vérificateurs veillent au respect du § 1er, 1°.

§ 3. La retenue prévue au § 1er, 2° doit être proportionnelle à la gravité de la violation de l'article 41 et ne peut, en aucun cas, dépasser :

- 1° 1,5 x la somme perçue par l'école, dans le cas où de l'argent ou un avantage substantiel a été donné à l'établissement scolaire en échange de l'autorisation de vendre ou faire de la publicité interdite en son sein ;
- 2° 1/12 des subsides annuels de fonctionnement qui sont octroyés à l'établissement scolaire, dans les autres cas ».

Art. 2

Ajouter un chapitre IX *bis* dans la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l'enseignement, dite du « Pacte Scolaire », rédigé comme suit :

« CHAPITRE IX *BIS* : De la propagande politique dans les établissements scolaires

Art. 44 ter

Toute propagande politique est interdite dans les établissements d'enseignement organisés par les personnes publiques et dans les établissements d'enseignement libre subventionnés.

Art. 44 quater

Les membres du personnel des établissements scolaires et, en particulier, la direction, ainsi que le Pouvoir Organisateur veillent au respect de l'article 44 *ter*, au sein de son établissement scolaire.

Le cas échéant, le Pouvoir organisateur examine les infractions à l'article 44 *ter* et prend, à l'égard des membres du personnel de l'établissement scolaire, les mesures qui s'imposent pour faire cesser la violation de l'article 44 *ter* ».

Art. 3

Ajouter un chapitre IX *ter* dans la loi du 29 mai 1959 modifiant certaines dispositions de la législation de l'enseignement, dite du « Pacte Scolaire », rédigé comme suit :

« CHAPITRE IX *TER* : De la concurrence entre établissements scolaires

Art. 44 quinquies

Toute pratique déloyale est interdite dans la concurrence entre les établissements scolaires.

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

Art. 44 sexies

En cas d'infraction à l'article 44 *quinquies*, les pouvoirs organisateurs des établissements concernés tentent de trouver un accord pour faire cesser l'infraction.

Art. 44 septies

Si aucun accord ne peut être trouvé en application de l'article 44 *sexies*, l'infraction à l'article 44 *quinquies* est portée devant la commission créée auprès de la Direction générale de l'enseignement obligatoire.

La composition, le mode de fonctionnement, les règles de procédure et les mesures que la commission peut prendre sont déterminés par le Gouvernement ».

A-M CORBISIER-HAGON

J. DE GROOTE

M. ELSSEN