

PARLEMENT  
DE LA  
COMMUNAUTÉ FRANÇAISE  
SESSION 2022-2023

---

20 JUIN 2023

---

PROPOSITION DE RÉSOLUTION<sup>1</sup>

VISANT À ÉTABLIR DES PLAFONDS AFIN DE LIMITER LA PUBLICITÉ POUR LES  
ÉTABLISSEMENTS SCOLAIRES

---

RAPPORT DE COMMISSION

PRÉSENTÉ AU NOM DE LA COMMISSION DE L'ÉDUCATION

PAR MME JACQUELINE GALANT

---

---

<sup>1</sup> Voir doc. 544 (2022-2023) n°1.

## TABLE DES MATIÈRES

1	Exposé introductif de M. Kerckhofs, co-auteur de la proposition de résolution .....	3
2	Discussion .....	4
3	Vote et confiance.....	8

Mesdames et Messieurs,

Votre commission de l'Éducation a examiné, au cours de sa réunion du 20 juin 2023, la proposition de résolution visant à établir des plafonds afin de limiter la publicité pour les établissements scolaires (doc. 544 (2022-2023) n° 1).<sup>2</sup>

## **1 Exposé introductif de M. Kerckhofs, co-auteur de la proposition de résolution**

**M. Kerckhofs**, en qualité de co-auteur de la proposition de résolution, constate que les dépenses publicitaires sont variables d'une école à l'autre. Pour certaines écoles ou certains PO, elles peuvent être extrêmement élevées.

A titre d'exemple, il cite une école (qui possède deux implantations) qui a dépensé plus de 40.000 euros en publicité en 2022. Une autre école a dépensé 37.000 euros pour des spots radios la même année. Il qualifie de « folles » ces dépenses. En 2016, un débat s'est tenu au sein du conseil communal de Liège, qui avait, en tant que PO, dépensé 490.000 euros en budget publicitaire pour ses écoles. Un dernier exemple tiré d'une enquête menée par un syndicat il y a dix ans témoignait d'une dépense de 83.000 euros pour une seule école.

Regrettant une absence de transparence en la matière, il pointe qu'il s'agit d'un sujet tabou. En effet, tout réseau confondu, les écoles ne veulent pas déclarer officiellement les montants dépensés à ce titre. Dans l'enquête réalisée par le syndicat mentionnée ci-dessus, on pouvait constater que seuls 40 % des délégués avaient obtenu une réponse de la part de leur direction. Il souligne qu'il s'agit pourtant de l'argent public.

Plusieurs éléments sont inacceptables :

1° L'absence de transparence ;

2° Le niveau des dépenses

---

**<sup>2</sup> Ont participé aux travaux de la commission :**

Mme Ahallouch, M. Di Mattia, Mme Gahouchi (Présidente), Mme Cortisse, Mme Galant, M. Janssen, M. Florent, M. Soïresse Njall, M. Kerckhofs, M. Schonbrodt (en remplacement de Mme Groppi), Mme Vandorpe

**Ont assisté aux travaux de la commission :**

Mme Désir, Ministre de l'Éducation  
M. Gilson, collaborateur au cabinet de Mme la ministre Désir  
M. Ameloot, collaborateur du groupe PS  
Mme Constant, collaboratrice du groupe MR  
M. Lachapelle, collaborateur du groupe Les Engagés  
M. Debroux, collaborateur du groupe ECOLO  
M. Léonard, collaborateur du groupe PTB

Ces sommes d'argent pourraient, pour le groupe PTB, être consacrées à d'autres fins telles que l'achat de matériels pédagogiques, la numérisation des écoles, le financement de voyages et excursions scolaires ;

3° Pour le député, l'existence de ces publicités renforce encore le marché scolaire et ainsi les inégalités scolaires.

Dans le débat qui avait suivi la proposition de décret visant à interdire les dépenses publicitaires pour les écoles, des députés ECOLO et PS, tout en rejetant la proposition, avaient suggéré l'établissement de plafonds pour les dépenses publicitaires. C'est l'objectif de cette proposition de résolution.

## 2 Discussion

**Mme Ahallouch** déclare tout d'abord que la lutte contre les inégalités est au cœur du combat du groupe socialiste. Le débat sur la publicité effectuée par les écoles s'est déjà tenu il y a un peu plus d'un an et depuis lors, ses arguments n'ont fondamentalement pas changé.

Elle déplore tout d'abord que le texte présentement examiné n'apporte pas de réponses aux questions soulevées à l'époque. Ainsi, au-delà du principe des plafonds, son groupe avait soulevé d'autres questions qu'il convenait d'aborder, interrogations laissées en suspens par le présent texte.

Premièrement, le présent texte ne définit pas ce qui relève d'une publicité. Ainsi, comment distinguer une publicité, d'une communication ou d'une information ?

Un autre exemple très fréquent est celui de l'utilisation des réseaux sociaux que de nombreuses écoles utilisent au travers de leurs pages. Ici encore, sous quel régime tombent-ils ? Si une interdiction ou plafonnement de la publicité est décrétée, qu'advient-il de ces pages ?

En ce qui concerne les sites internet des écoles, devront-ils fermer, alors même qu'il s'agit aussi d'un outil de communication à destination de leur propre communauté éducative ? Rien n'empêche une école d'y placer un bandeau pour faire la publicité de l'ouverture d'une nouvelle option ou faire état de la dernière sortie pédagogique.

Une école dotée d'une réputation bien établie n'aurait pas besoin d'un mécanisme publicitaire, eu égard à l'excellent bouche-à-oreille suffisant pour remplir son école.

Une autre école pourrait aussi avoir un accès plus aisé à la presse : cela ferait-il de l'article de presse relatant une activité particulière organisée par l'école une publicité ou une simple information ?

Par rapport aux portes ouvertes, voire même des publicités pour ces dernières, elle ne peut que s'interroger sur la limite entre le moment de convivialité, le moment d'information dont bon nombre de parents sont demandeurs pour rencontrer la communauté éducative et le processus de « marchandisation ».

En ce qui concerne la manière dont le contrôle de l'utilisation des moyens financiers peut s'opérer, il lui semble difficile de l'encadrer concrètement. Ainsi, elle cite l'exemple d'une école qui utiliserait ses fonds propres relevant du privé. Par quels moyens la Fédération Wallonie-Bruxelles pourrait exercer un quelconque contrôle sur l'utilisation de fonds propres ? Un second exemple serait celui d'une commune qui informe du processus d'inscription dans ses écoles en utilisant ses propres canaux de diffusion. Comment comptabiliser cette forme de publicité ?

A toutes ces questions, la proposition de résolution ne répond pas.

Si son groupe se dit sensible au principe, il tient à attirer l'attention sur les nécessaires arbitrages et sur les considérations d'ordre pratique préalables.

Pour toutes ces raisons, le groupe socialiste ne pourra pas soutenir ce texte.

**M. Florent** remercie le PTB de remettre ce débat à l'ordre du jour.

En guise d'introduction, il pointe que pour le groupe ECOLO, les moyens mis au profit de la promotion des écoles sont constitutifs d'un argent gaspillé au profit d'une vision libérale de notre système d'enseignement public et il considère ainsi qu'une régulation est opportune. Il précise qu'une certaine forme de régulation est d'ailleurs prévue, certes de manière limitée, dans le Code qui prévoit une interdiction de la propagande politique et de la publicité déloyale. Il évoque encore la « commission de l'article 42 », instituée pour prendre connaissance des infractions possibles et des sanctions imposées en cas de plainte. Il relate que, selon les dires de la ministre suite à l'une de ses questions écrites, cette commission n'a jamais eu à instruire une plainte jusqu'à son terme dès lors que soit les écoles, soit les tiers impliqués, ont corrigé leur comportement avant la clôture du dossier. Néanmoins, il note que le site internet n'est pas à jour quant au rapport d'activités de ladite commission.

Revenant à la proposition de résolution, M. Florent émet une réserve par rapport au premier considérant selon lequel le « quasi marché scolaire est l'une des principales causes des inégalités qui règnent dans notre système d'enseignement ». Pour lui, les inégalités scolaires sont malheureusement le fruit d'inégalités sociétales. Le problème est plus complexe et plafonner la publicité n'y remédiera pas. Enrayer les inégalités se sera possible que grâce à un ensemble de mesures.

Ensuite, rejoignant les propos de sa collègue Ahallouch, il faudrait préalablement circonscrire la définition d'une « publicité » afin d'en délimiter le territoire.

La réflexion doit être poursuivie visant à limiter le gaspillage d'argent.

**Mme Galant** ne peut soutenir le redondant discours du PTB sur le marché scolaire et sur l'utilisation inopportune des budgets des écoles à des fins de publicité.

En tant que responsable d'un PO d'une zone rurale, elle ne peut au contraire qu'être attachée à la publicité qui est réalisée, notamment auprès des nouveaux arrivants, pour faire connaître les services à disposition des citoyens et donc aussi, les écoles locales. Une partie des deniers publics est effectivement dépensée, de manière clairvoyante, à la faveur d'une publicité des écoles. Dans le même ordre d'idée, l'édition du bulletin communal reflète toujours les activités proposées par les écoles et ce, en guise de reconnaissance du travail réalisé par les équipes éducatives.

Ainsi, il est fréquent de trouver un encart publicitaire, un flyer, un spot radio à la faveur des écoles. Cette pratique, sans être ostentatoire, vise à rappeler aux parents l'existence de celles-ci. Cela s'inscrit d'ailleurs dans le principe du libre choix de l'école et à cette fin, une publicité se justifie, notamment pour faire connaître une nouvelle option.

La députée rappelle que des limites ont été posées et qu'une commission a été instituée par le Pacte scolaire pour trancher les litiges qui pourraient survenir, comme l'a rappelé son collègue Florent. La publicité doit ainsi être objective et exempte de toute attaque contre un autre enseignement ou un autre réseau. En cas de plainte soumise à ladite commission, la sanction pour non-respect de ces règles peut être disciplinaire pour WBE ou viser un retrait jusqu'à 5 % du subventionnement pour les autres réseaux. A sa connaissance, il n'y a eu aucun cas signalés par rapport à la publicité, ce qui prouve une bonne utilisation des deniers publics.

Le groupe MR ne soutiendra en conséquence pas cette proposition.

Elle rappelle enfin au PTB qu'eu égard aux fortunes que ce parti dépense sur les réseaux sociaux, elle a l'impression que « c'est l'hôpital qui se moque de la charité ».

**M. Kerckhofs** entame sa réplique par la citation « il n'y a pire sourd que celui qui ne veut pas entendre ». Pour lui, comme il a pu le dire lors du débat précédent, la publicité s'entend par l'entremise d'une démarche active de la part des écoles vers les élèves et les parents. Ainsi, un site internet, un réseau social n'est pas constitutif d'une publicité dès lors que le parent va, de son initiative, chercher l'information.

Il ajoute qu'il s'agit d'une résolution - pas d'un décret- et qu'il est par ailleurs ouvert à toute discussion par rapport à un amendement qui serait déposé.

Lors du débat précédent, il a relevé que Mme Ahallouch avait préconisé de « sanctionner les abus » et « mieux encadrer la publicité ». Ainsi, il se demande ce qui a été mis en place depuis un an pour y remédier, eu égard aux chiffres cités dans son introduction. Comment mieux organiser si ce n'est demander au gouvernement d'établir des plafonds ? « Etre d'accord avec le principe » et ne pas soutenir la présente résolution est, selon le député, incohérent.

Par rapport aux propos de M. Florent, qui a dit il y a un an être favorable à une réflexion pour établir des plafonds, il ne comprend pas qu'aucune initiative n'ait été prise depuis lors.

Certes, les inégalités scolaires ne seront pas résolues uniquement en enrayant la publicité des écoles. Il répète que la question du marché scolaire en général est bien le facteur identifié par les spécialistes en science de l'éducation comme étant le facteur principal (pas le seul) qui permet de lutter contre les inégalités. La publicité fait effectivement partie du marché scolaire, sans en être le seul.

Par rapport aux possibilités des écoles rurales de se faire connaître, pointées par Mme Galant, le député rappelle avoir proposé, dans sa proposition de décret rejetée il y a un an, une alternative d'information objective.

Actuellement, le seul cadrage qui existe est celui – fort heureusement- de l'empêchement de contre-publicité. Si aucune plainte n'a été pointée, cela témoigne du fait qu'aucune école n'a eu l'indécence d'en critiquer une autre mais non pur attester que les deniers publics sont utilement dépensés.

Il conclut son intervention en exprimant sa déception par rapport à l'attitude de certains partis qui ne souhaitent manifestement pas avancer sur ce dossier.

Citant les propos d'un élu communal MR de Seraing, ayant déclaré récemment que « les écoles, ça reste des produits que l'on essaie de vendre aux parents », il ne s'étonne ainsi pas de la position du MR avec une telle conception de l'école. Par contre, il ne comprend pas que le PS et Ecolo soient alignés.

**Mme Ahallouch** rappelle que la proposition de décret déposée par le PTB il y a un an visait une interdiction pure et simple de la publicité et non une limitation. Le contexte n'est ainsi pas identique.

Elle considère qu'être d'accord avec un principe ne signifie pas de faire l'économie de considérants préalables et proposer un cadre. Des questions sont encore en suspens dans la proposition qui est faite ce jour.

**M. Florent** relève qu'il s'agit d'une malhonnêteté intellectuelle de considérer que tous les partis de la majorité sont sur la même longueur d'onde en l'espèce. Certes, il n'y a pas de consensus au sein de la majorité pour avancer. Pour lui, un parti qui reste toujours au balcon est mal placé pour faire la leçon aux autres.

Il répète que l'argent gaspillé par les écoles pour faire de la publicité n'est pas la manière la plus opportune d'utiliser l'argent, qu'il soit public ou qu'il appartienne aux PO. Il est donc partisan d'une régulation de la publicité des écoles.

**Mme Galant** ajoute qu'il convient de laisser un minimum d'indépendance aux PO par rapport à l'organisation de la publicité de leurs écoles, dans le respect des réseaux existants sur le territoire.

**M. Kerckhofs** répète qu'être favorable au principe de régulation de la publicité est justement le sens dans lequel s'engage la résolution.

Le député rappelle que lorsque cette commission avait examiné il y a un an une proposition de décret visant à supprimer purement et simplement la publicité, certains députés Ecolo et socialistes avaient suggéré d'établir des plafonds en termes de dépenses publicitaires, plutôt que de les supprimer. C'est donc l'objet de la présente proposition de résolution, dont il laisse la fixation de la hauteur des plafonds par le gouvernement, peut-être par niveau d'enseignement.

Ces limites fixées amèneraient moins de variabilité entre les écoles, plus de justice entre elles, plus de clarté et de transparence et plus de moyens à des fins exclusivement pédagogiques.

### **3 Vote et confiance**

La proposition de résolution a été rejetée par 9 voix contre 2.

La confiance est accordée à la rapporteure et à la présidente pour la rédaction du présent rapport.

La rapporteure,

Mme Jacqueline Galant

La Présidente,

Mme Latifa Gahouchi