

LA COMMERCIALISATION DES ÉCOLES CANADIENNES : qui mène la barque ?



RÉSUMÉ

L'éducation financée par les deniers publics, accessible à tous et toutes et pleinement intégratrice, est une responsabilité sociale qui a été instituée afin de donner des chances égales à tous les enfants. Il incombe aux gouvernements provinciaux et territoriaux de financer ce bien public. Le recours à des sources privées de financement (entreprises ou individus) peut altérer ou compromettre la capacité des écoles publiques à répondre aux attentes à leur égard.

La Fédération canadienne des enseignantes et des enseignants, le Centre canadien de politiques alternatives et la Fédération des syndicats de l'enseignement ont réalisé un sondage national afin de recueillir des données sur la gamme d'activités de commercialisation qui se déroulent dans les écoles élémentaires et secondaires publiques du Canada.

RÉSULTATS DU SONDRAGE : LE TABLEAU NATIONAL

Une présence publicitaire : À l'échelle nationale, 32 % des écoles ont rapporté la **présence de publicité** dans les locaux ou sur le terrain de l'école, cette activité étant plus répandue au palier secondaire qu'au palier élémentaire. C'est au Québec où il y a le moins de publicité dans les écoles.

Dans les **écoles élémentaires**, il y a de la publicité surtout sur les fournitures scolaires ainsi que dans les couloirs, les cafétérias et d'autres aires de l'école. Dans les **écoles secondaires**, elle est généralement faite dans des aires de l'école telles que les couloirs et les cafétérias et, à un degré moindre, sur les fournitures scolaires et les uniformes des équipes.

Fonds privés pour les écoles publiques : Près de 15 % des écoles élémentaires et de 21 % des écoles secondaires ont indiqué **vendre des services pour obtenir plus de revenu**.

À l'échelle nationale, les écoles ont recueilli — **à l'aide de campagnes de financement et d'autres activités, y compris les frais d'utilisation, la publicité et les partenariats/parrainages** — des montants allant de quelques centaines de dollars à plusieurs centaines de milliers de dollars dans certains cas (montant moyen : 15 705 \$, montant médian : 10 000 \$). Les écoles secondaires ont amassé des sommes plus importantes que les écoles élémentaires et les écoles anglaises ont collecté plus de fonds que les écoles françaises.

Ententes exclusives : Coca-Cola et Pepsi-Cola sont les deux entreprises les plus visibles dans les écoles : à l'échelle nationale, 27 % de l'ensemble des écoles ont conclu un contrat exclusif de commercialisation avec Coca-Cola ou Pepsi-Cola, (16 % — Coca-Cola; 11 % — Pepsi-Cola).

Dix pour cent (10 %) de toutes les écoles ont signé un contrat exclusif de services alimentaires et 6 % se sont engagés par un autre type de contrat exclusif.

Parrainage par des entreprises et programmes incitatifs : Près de 15 % des écoles élémentaires et de 30 % des écoles secondaires ont déclaré avoir conclu une entente de partenariat ou de parrainage. Trente pour cent (30 %) de toutes les écoles ont affirmé disposer de programmes incitatifs (les communautés scolaires recueillent des produits ou des étiquettes de produits qu'elles peuvent échanger contre des marchandises pour l'école), mais ceux-ci sont beaucoup plus fréquents dans les écoles élémentaires que dans les écoles secondaires.

C'est au Québec où la participation à des programmes incitatifs est la plus faible — conséquence de l'interdiction de telles activités faite par le gouvernement en 1997-1998.

Frais d'utilisation et campagnes de financement : Trente-six pour cent (36 %) des écoles ont indiqué que l'école ou encore la commission ou le conseil scolaire avait le **statut d'organisme de bienfaisance**.

Les excursions scolaires (67 %), les fournitures (34 %), les programmes (29 %) et les équipes sportives (24 %) viennent en tête parmi les activités pour lesquelles les écoles demandent le plus souvent des **frais d'utilisation**. Plus d'écoles secondaires que d'écoles élémentaires demandent des frais d'utilisation pour les équipes sportives, les programmes scolaires et les clubs.

Les **campagnes de financement** sont courantes dans les écoles publiques, l'argent recueilli étant destiné aux excursions scolaires (73 %), aux livres de bibliothèque (49 %), aux programmes sportifs (44 %), à la technologie (35 %), aux clubs scolaires (26 %), aux programmes d'études (24 %), aux fournitures scolaires, aux manuels scolaires et à d'autres activités.

Soixante pour cent (60 %) des écoles élémentaires recueillent des fonds pour l'achat de livres de bibliothèque.

Qu'y a-t-il de mal à ce que des fonds privés servent aux écoles publiques?

Iniquité : Les écoles et les communautés scolaires n'ont pas toutes la même capacité de recueillir de l'argent et d'attirer les bailleurs de fonds de l'extérieur.

Concurrence pour les fonds : Compter sur les donateurs du secteur privé peut créer une concurrence entre les programmes et les écoles si différents établissements aspirent aux mêmes sources de financement.

Financement ciblé : Compter sur des sources privées, en tenant des activités de financement ou en recueillant des dons d'entreprises, permet à ces sources, au lieu des écoles et des conseils ou commissions scolaires, de prendre les décisions au sujet des programmes jugés plus « dignes » d'appui.

Financement conditionnel : Certains donateurs privés assortissent de conditions — une exigence de publicité, ou l'inclusion de certains élèves et l'exclusion d'autres, ou l'utilisation d'un programme particulier — leur financement de l'éducation publique.

Financement sélectif : De plus en plus de volets, — l'équipement des terrains de jeu, les excursions et même du matériel de classe et d'apprentissage — sont tenus pour du « superflu », outre ce qui est financé par le gouvernement.

Financement instable : Bon nombre de ces sources ne s'engagent pas à fournir des fonds sur une longue période, particulièrement en temps d'instabilité économique.

Absence de contrôle de la qualité du matériel pédagogique : Qui veille à ce que le matériel pédagogique fourni aux écoles par des entreprises soit impartial, complet et exact?

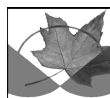
Qui mène la barque à votre école? Gardez public le financement des écoles publiques!

La commercialisation des écoles canadiennes : qui mène la barque? est disponible, avec des données provinciales et territoriales plus détaillées, sur les sites Web suivants :

www.ctf-fce.ca, www.policyalternatives.ca, et www.csq.qc.net.



FÉDÉRATION CANADIENNE
DES ENSEIGNANTES ET
DES ENSEIGNANTS



CCPA
CANADIAN CENTRE
for POLICY ALTERNATIVES
CENTRE CANADIEN
de POLITIQUES ALTERNATIVES



FSE Fédération
des syndicats
de l'enseignement (CSQ)