

PROJET DE POLITIQUE PORTANT SUR LES COMMANDITES DANS LES ÉTABLISSEMENTS SCOLAIRES

1. PRÉAMBULE ET FONDEMENTS

La Loi sur l'instruction publique (LIP) accorde au conseil d'établissement certains pouvoirs en matière de sollicitation de dons et de contributions.

L'article 94 de la Loi sur l'instruction publique (LIP) prévoit que « *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 tout organisme public ou privé désirant soutenir financièrement les activités de l'école. Il ne peut cependant solliciter ou recevoir des dons, legs, ou subventions ou autres contributions auxquelles 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...* ».

Cet article s'applique également aux centres, conformément à l'article 110.4 de la LIP.

La présente politique vise à encadrer l'obtention de commandites par les établissements scolaires, en balisant les différentes modalités décrites ci-dessus.

2. DÉFINITIONS

2.1 Rôle de l'établissement

Selon l'article 36 (1) de la LIP, l'école est un établissement d'enseignement destiné à dispenser aux élèves des services éducatifs et à collaborer au développement social et culturel de la communauté (article 97 pour le centre).

2.2 Mission

L'article 36 (2) de la LIP prévoit que l'école « *a pour mission, dans le respect de l'égalité des chances, d'instruire, socialiser et de qualifier les élèves, tout en les rendant aptes à entreprendre et à réussir un parcours scolaire* ». Conformément à l'article 36 (3) de la LIP, l'école réalise cette mission dans le cadre d'un projet éducatif mis en œuvre par un plan de réussite (articles 97 et 109 pour le centre).

2.3 Commandite

La commandite se définit comme une entente entre un établissement scolaire et une entreprise ou organisme externe (le commanditaire). Une telle entente donne lieu à une contribution de la part du commanditaire pouvant prendre la forme d'une remise d'argent, de biens ou de services à un établissement scolaire. La commandite vise à appuyer un projet particulier (une activité, un événement), et ce, en échange d'une contrepartie, c'est-à-dire une certaine visibilité de la part de l'établissement scolaire.

2.4 Don

Le don est généralement défini comme étant une contribution gratuite à laquelle n'est rattachée aucune condition ou contrepartie de la part de celui qui reçoit.

2.5 Partenariat

Le partenariat est généralement défini comme étant une association entre deux organismes, en vue de mener une action commune. Il se distingue de la commandite, en ce qu'il n'est pas principalement fondé sur des considérations commerciales ou une recherche d'une certaine visibilité.

3. OBJECTIFS

Dans le cadre de la mise en œuvre du Plan stratégique de la CSDM et de l'implantation de l'école communautaire, la CSDM reconnaît l'importance d'entretenir des liens avec des entreprises et des organismes externes. Dans ce contexte, elle encourage ces entreprises et organismes à financer certaines activités qui peuvent se dérouler dans ou à l'extérieur de l'établissement scolaire, l'achat d'équipement ou l'amélioration de certains espaces, le tout, pour le bénéfice des élèves. Ce financement ne doit cependant pas contrevenir aux dispositions prévues à l'article 94 (LIP) précité.

Les différentes balises présentées dans la présente politique servent à définir ce que l'article 94 de la Loi sur l'instruction publique (LIP) désigne comme étant des « *conditions incompatibles avec la mission de l'école* », notamment « *des conditions relatives à toute forme de sollicitation commerciale* ». Elles permettent une compréhension et une application commune de ces concepts dans tous les établissements.

4. PRINCIPES

4.1 Maintenir dans les établissements scolaires un climat favorable à la réussite des élèves, sans ingérence extérieure indue.

4.2 Permettre aux élèves d'évoluer dans un environnement exempt de publicité commerciale.

4.3 Sensibiliser les établissements scolaires face aux stratégies marketing des entreprises.

4.4 Voir à ce que les choix institutionnels de la CSDM n'encouragent pas des habitudes de consommation chez les élèves.

4.5 Assurer la cohérence avec les conventions collectives en vigueur, le Plan stratégique, les politiques et autres encadrements de la CSDM (ex : saines habitudes de vie, fondations, langues, propagande /publicité / sollicitation, signature institutionnelle, harcèlement racial, harcèlement au travail, harcèlement relié au sexe, équité, achats, environnement, intégration des TIC, activités d'élèves, transport scolaire), ainsi qu'avec les Lois du travail et la Loi sur la protection du consommateur.

5. OBJETS VISÉS

5.1 Conditions de réalisation d'une commandite

Dans le cadre de l'acceptation d'une commandite, les critères suivants doivent être pris en compte :

5.1.1 La commandite doit favoriser la réussite des élèves ;

5.1.2 La commandite doit servir à défrayer des coûts non prévus aux budgets réguliers (i.e. une bonification, une valeur ajoutée) et ne doit donc pas répondre aux besoins primaires et essentiels des établissements;

5.1.3 La commandite doit avoir une valeur marchande et servir à financer un service ou l'achat d'un bien, ou à soutenir une activité;

5.1.4 La commandite peut être rattachée notamment à des activités parascolaires (sportives, sociales, musicales, culturelles), à des locations de salle, à des voyages, à des aménagements d'espace (ex : verdissement de cours d'école), à des camps de vacances, à des projets particuliers ;

5.1.5 La commandite est distincte du don qui n'exige aucune contrepartie ;

5.1.6 La commandite est également distincte du partenariat qui s'établit généralement avec un organisme non commercial, tel un ministère, une municipalité ou un organisme communautaire.

5.2 Commandites interdites

5.2.1 Une commandite dont les conditions sont incompatibles avec la mission de l'école, conformément à l'article 36 de la LIP, notamment les commandites comportant des conditions relatives à toute forme de sollicitation commerciale;

5.2.2 Une commandite qui vise une activité nécessitant le recours à des ressources externes (ressources humaines) et qui contrevient aux conventions collectives du personnel de la CSDM ;

5.2.3 Une commandite qui contrevient aux lois internationales protégeant le travail des enfants (ou qui contrevient aux droits fondamentaux du travail tels qu'ils sont définis par l'Organisation internationale du Travail);

5.2.4 Une commandite qui provient d'une entreprise ou d'un organisme dont les actions sont contraires aux politiques et encadrements de la CSDM.

5.3 Sélection du commanditaire

Les établissements doivent avoir un regard critique sur les commanditaires, sans pour autant faire enquête sur chacun d'eux. Ils doivent s'assurer que les activités du commanditaire (biens ou services) ne s'adressent pas spécifiquement aux élèves, à titre de consommateur immédiat.

Les critères suivants sont pris en compte:

5.3.1 Le commanditaire peut être un fournisseur homologué de la CSDM ;

5.3.2 Le commanditaire doit avoir une image corporative qui ne contrevient pas avec la mission de l'établissement. À titre d'exemples, il faut donc exclure les compagnies de tabac,

de boissons alcoolisées, de boissons gazeuses, les chaînes alimentaires de restauration rapide (malbouffe) et les entreprises fournissant des produits issus du travail des enfants ou ne tenant pas compte de l'environnement.

5.4 Forme de la contrepartie (visibilité)

La contrepartie offerte par l'établissement (visibilité demandée par le commanditaire) doit être légère et discrète. Par conséquent, les critères suivants sont pris en compte :

5.4.1 Le degré de visibilité du commanditaire dépend de la valeur de la commandite. On devrait distinguer différentes catégories de commanditaires, selon la valeur de la contribution proposée ;

5.4.2 La visibilité du commanditaire doit toujours être directement reliée au projet soutenu et non pas à l'établissement scolaire (ex : dans le site Internet de l'établissement ou sur un panneau d'affichage, la mention du ou des commanditaires, habituellement par ordre d'importance, ne pourrait être utilisée qu'avec le nom du projet soutenu) ;

5.4.3 Selon l'importance de la contribution, la visibilité offerte, soit le positionnement du nom de l'organisme, son logo, le montant d'argent ou sa contribution, peut se retrouver sur un ou plusieurs outils de communication de l'établissement scolaire portant sur le projet (ex : panneau temporaire, page Web, article dans le journal de l'établissement, affiche, feuillet d'information, lettre) ;

- 5.4.4 La visibilité peut aussi être offerte lors d'événement de lancement, d'inauguration ou de conférence de presse portant sur le projet (ex : mention et présence du représentant du commanditaire, allocution, citation dans le communiqué de presse, communiqué de presse du commanditaire dans la pochette de presse, mention du commanditaire sur la liste des donateurs dans la pochette de presse ou sur un panneau d'affichage temporaire) ;
- 5.4.5 Toute distribution d'outils promotionnels d'un commanditaire dans l'établissement scolaire (aux élèves, aux employés et aux parents) est interdite, ainsi que l'affichage permanent à l'extérieur de l'établissement (ex : sur le revêtement extérieur) ;
- 5.4.6 Le commanditaire devra s'engager à ne pas utiliser dans sa publicité et ses relations publiques le nom et le logo de l'établissement, ni le nom et le logo de la CSDM ;
- 5.4.7 Aucune exclusivité ne doit être accordée à un commanditaire.

5.5 Durée de la visibilité

- 5.5.1 La visibilité ne doit pas être permanente ;
- 5.5.2 La visibilité sera d'une durée équivalente à la durée du projet auquel elle est associée et elle ne devra généralement pas dépasser une année scolaire. Toutefois, elle pourra être renouvelée au besoin.

5.6 Signature institutionnelle (CSDM)

L'utilisation du logo de la CSDM dans le cadre de la mise en oeuvre d'une commandite négociée entre un établissement scolaire (ou la CSDM) et un partenaire, doit être conforme en tout temps aux normes prévues à la *Politique sur l'utilisation de la signature institutionnelle de la Commission scolaire de Montréal (P1998-36)* et devra préalablement faire l'objet d'une approbation par le Service des communications de la CSDM.

6. RÔLES ET RESPONSABILITÉS DES INTERVENANTS

L'établissement qui désire négocier une commandite avec un organisme externe doit avoir recours aux critères décrits dans la présente politique, et ce, afin d'assurer une harmonie entre les différents milieux. Il revient au conseil d'établissement de conclure l'entente.

Le Service des communications est responsable de l'application de la présente politique, en collaboration avec le secteur juridique qui agit à titre de consultant auprès des établissements et unités administratives.

7. CHAMP D'APPLICATION

La présente politique s'applique à toutes les propositions de commandite soumises à un établissement scolaire. Elle vise également toutes les propositions de commandite présentées à la CSDM au niveau institutionnel.

8. DOCUMENTS COMPLÉMENTAIRES

Les établissements doivent utiliser le modèle de « **Protocole d'entente de commandite** » élaboré par le secteur juridique de la CSDM. La direction d'établissement est le signataire du protocole et doit veiller à son respect. Le protocole doit être transmis au Service des communications.

9. PLAN STRATÉGIQUE DE LA CSDM

En lien avec la présente politique, voici quelques extraits du Plan stratégique de la CSDM :

- *la CSDM désire prendre parti pour le droit des enfants et des adultes à un environnement socioéducatif sain et de qualité ;*
- *la CSDM désire préparer l'élève à l'exercice de sa citoyenneté ;*
- *la CSDM désire faire preuve d'un grand sens de l'éthique et agir pour le bien commun.*

Le plan stratégique de la CSDM, à son orientation 1, prévoit « *soutenir le développement du plein potentiel de chaque élève qui fréquente ses établissements* ». L'objectif 1.1 relié à cette orientation, vise à « *s'assurer avec l'aide des partenaires, que les conditions matérielles d'enseignement et d'apprentissage sont les plus adéquates possible (salubrité des locaux, disponibilité des équipements, notamment des ordinateurs, verdissement des cours d'école ...) en plus de favoriser la tenue d'événements motivants et rassembleurs pour les élèves, telle des activités parascolaires* ». La troisième orientation du plan stratégique de la CSDM est à l'effet « *d'accroître les liens avec les familles, les partenaires et les communautés locales, afin de soutenir l'élève dans son cheminement scolaire* ». Son objectif 3.3 vise à « *établir des partenariats en vue d'augmenter les ressources et les mesures destinées à créer davantage de liens entre les familles et l'école, de travailler en complémentarité avec les différents services publics afin d'augmenter le nombre d'activités sportives et culturelles ainsi que l'accessibilité aux équipements offerts aux jeunes et adultes* ».