

Objet : Circulaire interprétative de l'article 29 du décret du 18 juillet 2008 démocratisant l'enseignement supérieur, œuvrant à la promotion de la réussite des étudiants et créant l'Observatoire de l'enseignement supérieur
Réseaux : Tous
Niveaux et services : HE, ISA, ESA et Universités

Aux Pouvoirs organisateurs des Hautes Ecoles subventionnées par la Communauté française ;
Aux Pouvoirs organisateurs des Ecoles supérieures des Arts subventionnées par la Communauté française ;
Aux Pouvoirs organisateurs des Instituts supérieurs d'Architecture subventionnés par la Communauté française ;
Aux Autorités des Hautes Ecoles (organisées ou subventionnées) ;
Aux Autorités des Ecoles supérieures des Arts (organisées ou subventionnées) ;
Aux Autorités des Instituts supérieurs d'Architecture (organisés ou subventionnés) ;
Aux Recteurs des Universités ;
Aux Commissaires ou délégués du Gouvernement auprès des Universités ;
Aux Commissaires du Gouvernement auprès des Hautes Ecoles.

Pour information :

Aux membres des services d'inspection et de vérification de l'Enseignement supérieur.

Autorité : Ministre de l'Enseignement supérieur
Signataire : Marie-Dominique SIMONET
Gestionnaire : Direction générale de l'Enseignement non obligatoire et de la Recherche Scientifique
Personnes ressources : Christian NOIRET/Christine FAGARD tel : 02/690.88.00
Références :
Nombre de pages : - texte : 2
Téléphone pour duplicata : 02/690.88.14
Mots-clés : Publicité-Enseignement supérieur

Le Parlement de la Communauté française a adopté, en date du 17 juillet 2008, le décret *démocratisant l'enseignement supérieur, œuvrant à la promotion de la réussite des étudiants et créant l'Observatoire de l'enseignement supérieur*. Ce décret a été sanctionné et promulgué par le Gouvernement de la Communauté française le 18 juillet 2008.

L'article 29 de ce décret prescrit que :

« (...) *la publicité télévisuelle et radiophonique est interdite pour les Hautes Ecoles, les Ecoles supérieures des Arts, les Universités et les Instituts supérieurs d'Architecture* ».

Avant toute autre considération, il semble opportun de rappeler brièvement l'objectif de ce décret et notamment de son article 29. En effet, la *ratio legis* de cette disposition réside dans la lutte contre l'échec des étudiants de première année de l'enseignement supérieur au motif qu'une des causes de cet échec est à trouver dans la mauvaise orientation de ces étudiants. Car, si tout le monde s'accorde à dire que l'information sur les études est essentielle, il convient de l'encadrer quand elle prend une forme publicitaire pour éviter que la publicité ne devienne le seul moyen de choix de la filière d'études par les étudiants¹.

Toutefois, dans ce contexte particulier de la promotion de la réussite, il y a lieu de préciser dans quel sens la notion de « publicité » doit être comprise.

Aussi, la publicité, telle qu'interdite dans le cadre du présent décret, doit être entendue comme : « *toute communication commerciale ne faisant pas référence, directement ou indirectement, à des éléments objectifs à visée pédagogique de l'enseignement délivré par l'établissement* ».

Ne rentrent donc pas dans cette définition les messages qui « *informent objectivement l'étudiant sur les éléments pédagogiques de l'enseignement délivré par l'établissement.* »

Ces éléments objectifs à visée pédagogique peuvent notamment être les suivants :

- les filières proposées ;
- programme des cours ;
- taux d'encadrement ;
- stages proposés ;
- proportion de travaux pratiques ;
- relevance de la formation ;
- ...

A l'inverse, certains éléments doivent en toute hypothèse être exclus des messages promotionnels des établissements, notamment :

- Toute information relative au taux de réussite/échec ;
- Toute information relative au taux d'emploi à la sortie des études ;
- Toute information de nature à induire le public en erreur quant aux perspectives d'emploi à l'issue des études ;

¹ Doc. parl., Parl. Comm. fr., 2007-2008, n°578/1, p.6

- Toute survalorisation de filières mineures ;
- Toute information comparative ;
- ...

Lors d'un message en radio ou en télévision, il est fortement conseillé de faire référence à l'adresse Internet des programmes de cours de l'établissement ou de renvoyer à un support papier qui détaille les formations proposées (brochure ou autre).

Par ailleurs, la promotion de journées portes ouvertes doit être autorisée dès lors que les futurs étudiants peuvent assurément y trouver une information aussi bien objective qu'exhaustive sur l'enseignement prodigué.

Je vous remercie de l'attention que vous accorderez à la présente circulaire.

La Ministre de l'Enseignement supérieur,
de la Recherche scientifique et des Relations internationales,

Marie-Dominique SIMONET