

Règlement de la Semaine de la presse et des médias dans l'École

ARTICLE 1 : Description

La Semaine de la presse et des médias dans l'École est un dispositif national inscrit à l'agenda des actions éducatives de la Direction générale de l'enseignement scolaire du ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche. Elle s'inscrit à la fois dans le socle commun de connaissances, de compétences et de culture, dans le parcours citoyen et dans le parcours d'éducation artistique et culturelle de l'élève.

Avec la participation de plusieurs centaines de milliers d'enseignants, du 1^{er} et du 2nd degré, de tous les cycles et de tous les champs disciplinaires, ce dispositif qui bénéficie de l'appui de plusieurs centaines de partenaires s'adresse chaque année à des millions d'élèves des écoles, des collèges, des lycées et d'autres établissements.

L'objectif est d'aider les élèves, de la maternelle au lycée, à comprendre et décrypter l'univers des médias, des sites d'information en ligne, des plateformes et des réseaux sociaux numériques, à apprendre à évaluer la fiabilité des sources et de l'information, à développer leur esprit critique et à se former en citoyen libre et éclairé.

ARTICLE 2 : Organisateurs

La Semaine de la presse et des médias dans l'École est organisée chaque année par le ministère chargé de l'Éducation nationale qui mobilise ses directions et services compétents sur les différents volets du dispositif. Son pilotage national et sa mise en œuvre opérationnelle reviennent, depuis sa première édition en 1989, au Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information (CLEMI), sis, 391 bis rue de Vaugirard, 75015 Paris, opérateur public du ministère en charge de l'éducation aux médias et à l'information et service de Réseau Canopé, établissement public national à caractère administratif régi par les articles D 314-70 et suivants du Code de l'éducation.

Le CLEMI s'appuie sur son réseau de coordonnateurs académiques, ainsi que sur le réseau des référents et des cellules académiques d'éducation aux médias et à l'information pour la mobilisation des équipes pédagogiques et le déploiement de cette action éducative sur l'ensemble du territoire national.

ARTICLE 3 : Principes généraux

La Semaine de la presse et des médias dans l'École repose sur trois principes : le partenariat, la gratuité et le pluralisme.

- **Partenariat**

Plus de huit cents partenaires participent chaque année au dispositif : institutions, associations, mouvements d'éducation populaire, acteurs du secteur de la presse et des médias, acteurs du numérique, etc.

Les éditeurs de presse mettent gratuitement à disposition des écoles et des établissements scolaires inscrits à l'opération des journaux, des magazines et structurent des accès gratuits à leurs offres numériques.

Les médias audiovisuels et numériques proposent des actions spécifiques et des contenus pédagogiques à destination des élèves et des enseignants. Les équipes éducatives ont toute

latitude pédagogique pour concevoir et organiser leur travail autour de ces propositions : débats, ateliers, concours, kiosques, expositions, etc.

- **Gratuité**

Les établissements scolaires inscrits à l'opération reçoivent gratuitement les titres de presse imprimés et les offres numériques mis à disposition par les éditeurs de presse partenaires. Les journalistes et autres professionnels de l'information et des médias se déplacent bénévolement pour animer, en lien avec les enseignants, des ateliers, tables rondes, conférences, organisés dans les établissements scolaires. Il peut être fait appel aux professionnels de la presse et des médias inscrits via le CLEMI et son réseau en académies ou en recourant à la Réserve citoyenne de l'Éducation nationale.

La publicité est interdite dans le cadre du dispositif : ni les élèves, ni les professeurs ne doivent servir directement ou indirectement à quelque publicité commerciale que ce soit au titre d'une quelconque participation à la Semaine de la presse et des médias dans l'École. Le respect de la neutralité commerciale n'empêche pas d'envisager certaines formes de partenariat avec des entreprises privées ou publiques dans la mesure où cela présente un intérêt pédagogique, conformément au code de bonne conduite rappelant les règles qui régissent les relations entre les entreprises et l'Éducation nationale.

- **Pluralisme**

Inscrite dans la Constitution, l'expression de l'ensemble des opinions et courants de pensée dans les médias est une des conditions de notre démocratie. Tous les médias, y compris numériques, peuvent s'inscrire à la Semaine de la presse et des médias dans l'École, quels qu'en soient l'opinion, l'illustration, le contenu rédactionnel ou la ligne éditoriale, à l'exception de ceux réprimés par la loi.

ARTICLE 3 bis : Principe de laïcité et valeurs de la République

La laïcité de l'enseignement public affirmée par le préambule de la Constitution et par la Constitution elle-même est une norme à valeur constitutionnelle exprimée dans l'article L. 141-1 du Code de l'éducation.

A ce titre, le CLEMI est chargé de veiller au respect du principe de laïcité de l'ensemble des activités menées dans le cadre de la Semaine de la presse et des médias dans l'École.

Les titres de presse et médias relevant d'une activité culturelle ou diffusant des contenus à vocation de prosélytisme religieux ne sont pas autorisés à s'inscrire au dispositif. En cas de litige, le CLEMI peut recourir à l'expertise du Conseil des sages de la laïcité et des valeurs de la République pour asseoir sa décision et la préciser auprès d'éditeurs ou de partenaires dont l'offre serait rejetée pour les motifs précités.

Les principes de neutralité et d'indépendance du service public de l'éducation s'appliquent à l'ensemble des activités menées dans le cadre de la Semaine de la presse et des médias dans l'École.

Il revient au CLEMI de veiller au respect de ces principes à chaque étape de mise en œuvre du dispositif et de signaler aux autorités de tutelle, en particulier le ministère chargé de l'Éducation nationale, tout projet ou action susceptible de contrevenir à cette règle. Par ailleurs, les responsables pédagogiques sont invités à se montrer vigilants à l'égard des contenus susceptibles d'être diffusés par des médias inscrits (images ou articles ne correspondant pas à l'âge des élèves, etc.).

ARTICLE 4 : Pilotage national

Un groupe de pilotage national fédère les partenaires de la Semaine de la presse et des médias dans l'École, dont les représentants du groupe La Poste ainsi que les acteurs du secteur de la presse et des médias. Animé par le CLEMI, ce groupe de pilotage se réunit chaque année dans la période de la rentrée scolaire afin de se voir présenter le calendrier et le thème de l'édition à venir ainsi que le bilan de l'édition passée.

A cette occasion, le CLEMI présente aux membres du groupe de pilotage national le sommaire du dossier pédagogique de la Semaine de la presse et des médias dans l'École, ainsi que les orientations pédagogiques retenues, en lien avec le thème ainsi qu'avec les priorités ministérielles dans le domaine de l'éducation aux médias et à l'information.

Les membres du groupe de pilotage national ainsi que des représentants du réseau des coordonnateurs académiques du CLEMI sont également invités à présenter des projets et des actions menés dans le cadre de ce dispositif.

Le ou la ministre en charge de l'Éducation nationale est invité chaque année à ouvrir les travaux de ce groupe de pilotage.

ARTICLE 5 : Communication

La direction du CLEMI adresse dans la période de rentrée une note aux recteurs présentant l'édition à venir de la Semaine de la presse et des médias dans l'École, son thème, son calendrier et les modalités de sa mise en œuvre opérationnelle aux niveaux national et académique.

Cette note a vocation à être diffusée à l'ensemble des acteurs académiques impliqués, notamment le réseau des coordonnateurs académiques du CLEMI, en liaison avec le réseau des référents et des cellules académiques pour l'éducation aux médias et à l'information et, plus largement, à l'ensemble des établissements du système éducatif.

Dans les collectivités d'outre-mer, les dates et les modalités de cette manifestation sont arrêtées par chaque recteur ou vice-recteur.

ARTICLE 6 : Actions pédagogiques

Les actions pédagogiques proposées durant la Semaine de la presse et des médias dans l'École sont l'occasion de faire découvrir aux élèves le monde des médias et de l'information. Les publics concernés sont : les enseignants de tous les niveaux ; les écoliers, de la maternelle au CM2 ; les collégiens et lycéens ; les élèves des établissements dépendant de l'Agence pour l'enseignement français à l'étranger (AEFE) et de la Mission laïque française (MLF).

Grâce à l'engagement des partenaires médias, associatifs et institutionnels, ces publics bénéficient dans le cadre du dispositif de :

- L'accès gratuit à des ressources, des formations et des actions de sensibilisation produites par le CLEMI ou par les partenaires du dispositif pour les professeurs et enseignants des 1^{er} et du 2nd degré, les professeurs documentalistes et les élèves ;
- L'accès gratuit à des titres de journaux, de magazines et à des sites d'information en ligne proposés par les éditeurs de presse ;

- Rencontres avec des journalistes et professionnels de l'information et des médias : ateliers sur les thématiques d'éducation aux médias et à l'information, rencontres en classe, visites de rédactions et de médias, productions de contenus médiatiques scolaires, etc.

La liberté pédagogique est un principe constitutif de la Semaine de la presse et des médias dans l'École. Les enseignants et les équipes pédagogiques choisissent les méthodes qui leur semblent les mieux appropriées pour atteindre les objectifs de l'éducation aux médias et à l'information.

ARTICLE 7 : Partenariat avec le groupe La Poste

Un partenariat existe entre l'établissement Réseau Canopé dont le CLEMI est un service, et le groupe La Poste depuis 1998 dans le cadre de la Semaine de la presse et des médias dans l'École. Ce partenariat prend la forme d'une convention de mécénat du groupe La Poste au bénéfice de Réseau Canopé régie par les dispositions de la loi n°2003-709 du 1^{er} août 2003 et de l'article 238 bis du Code général des impôts.

Il se concrétise sous la forme d'un mécénat en nature via l'opération « Colis-presse » consistant en la prise en charge des dépôts, du colisage, de l'acheminement et de la distribution vers les écoles et établissements scolaires de métropole des publications de presse participant à l'opération. Le groupe La Poste s'engage à traiter un maximum de 1 000 000 d'exemplaires livrés par les éditeurs dans le planning de dépôt des publications établi et communiqué à l'avance aux éditeurs. Établi conjointement par le CLEMI et le groupe La Poste, celui-ci est diffusé aux éditeurs participant à l'opération par La Poste et le CLEMI.

La société Viapost, filiale du groupe La Poste, assure la réception des publications, le traitement des fichiers informatiques et la préparation des liasses de journaux et magazines, ainsi que leur acheminement et distribution vers les établissements scolaires préalablement inscrits sur le site internet du CLEMI.

ARTICLE 7 bis : Partenariat avec UNI-Presse

Un partenariat existe entre l'établissement Réseau Canopé, dont le CLEMI est un service, et UNI-Presse, agence d'abonnements à la presse française. Ce partenariat, qui bénéficie du soutien du groupe La Poste et des éditeurs partenaires, permet d'acheminer une sélection de titres de presse française vers près de 600 établissements dépendant de l'Agence pour l'enseignement français à l'étranger (AEFE) et de la Mission laïque française (MLF).

ARTICLE 7 ter : Accès aux offres de presse

Pour les titres de presse imprimée

Le CLEMI valide les publications pouvant s'inscrire à la Semaine de la presse et des médias dans l'École sur la base de l'existence du numéro de la Commission paritaire des publications et agences de presse (CPPAP). Le CLEMI peut accorder des dérogations au cas par cas et en accord pour des publications éditées en dehors du circuit de la presse écrite.

Pour les offres numériques

Le CLEMI valide les offres de presse et les ressources numériques pouvant être diffusées dans le cadre de la Semaine de la presse et des médias dans l'École via la plateforme d'inscription dédiée aux partenaires :

- Des accès gratuits à l'espace abonné des médias en ligne. Ces accès sont proposés gratuitement aux enseignants pour une période pouvant s'étaler de 15 jours à 6 mois.
- Des ressources numériques autour des enjeux d'éducation aux médias et à l'information : podcasts, vidéos, infographies, jeux sérieux, articles, numéros en ligne, bandes dessinées, etc.

Les éditeurs partenaires de la Semaine de la presse et des médias dans l'École fixent la durée des accès aux offres de presse et les ressources numériques. Le CLEMI est chargé de diffuser ces offres auprès de tous les enseignants inscrits au dispositif. Cette diffusion s'opère via des pages cachées dédiées sur le site du CLEMI ainsi que des campagnes d'e-mailings thématiques envoyées entre fin janvier et mi-avril.

ARTICLE 8 : Calendrier

La Semaine de la presse et des médias dans l'École a lieu annuellement autour de la 3^{ème} semaine du mois de mars, du lundi au samedi inclus. Les activités pédagogiques peuvent s'étendre au-delà d'une semaine, selon les modalités définies par les enseignants participant à cette action éducative.

Le CLEMI communique auprès des enseignants de septembre à décembre afin d'annoncer l'édition et les dates d'ouverture des inscriptions. Cette communication est relayée par le ministère chargé de l'Éducation nationale, la direction de la communication de l'établissement Réseau Canopé, les coordonnateurs académiques du CLEMI, les services de communication de chaque académie.

Les inscriptions des établissements à la Semaine de la presse et des médias dans l'École s'effectuent sur le site internet du CLEMI. Pour les collectivités d'outre-mer, il revient aux coordonnateurs académiques du CLEMI d'organiser les inscriptions et de distribuer des colis-presse aux inscrits, à partir des stocks d'invendus fournis par le distributeur de presse locale. A son inscription, le responsable pédagogique du projet réserve les journaux dont il souhaite disposer pour la Semaine de la presse et des médias dans l'École. La réservation des journaux doit être assurée uniquement par le responsable du projet afin que ces choix correspondent à un projet pédagogique précis, tout en respectant le pluralisme des opinions.

Les activités d'éducation aux médias et à l'information autour de l'opération peuvent être menées de mars à avril sur l'ensemble du territoire.

ARTICLE 9 : Thème

Un thème est présenté chaque année par le CLEMI aux membres du groupe de pilotage national de la Semaine de la presse et des médias dans l'École. Le thème est systématiquement retenu pour deux éditions successives afin de permettre aux équipes pédagogiques participant au dispositif de l'exploiter sous différents angles.

Le CLEMI produit un dossier pédagogique avec la participation d'enseignants, de formateurs et d'experts sélectionnés par ses soins autour du thème, avec un sommaire et des contenus spécifiques pour chaque nouvelle édition du dispositif.

Le thème est également décliné sur les deux affiches produites à chaque nouvelle édition de la Semaine de la presse et des médias dans l'École : une affiche « dessin » réalisée dans le cadre d'un partenariat du CLEMI avec l'association Cartooning for Peace ; une affiche « photo » réalisée dans le cadre d'un partenariat du CLEMI avec l'Agence France-Presse.

ARTICLE 10 : Établissements français à l'étranger

Les établissements dépendant de l'Agence pour l'enseignement français à l'étranger (AEFE) et de la Mission laïque française (MLF) peuvent participer à la Semaine de la presse et des médias dans l'École.