

Document approuvé par le Conseil d'administration le 27 juin 2007

CHARTRE D'ETHIQUE DE LA FONDATION

1 – Préambule :

1.1. L'école reçoit ses missions de la Nation, dans le cadre des Lois. L'entreprise, parmi les objectifs qu'elle se donne, peut choisir de contribuer à l'effort social d'éducation, en développant un partenariat avec l'école.

1.2. La Fondation Entreprise Réussite Scolaire rassemble des entreprises qui inscrivent leur partenariat avec l'école dans les règles éthiques énoncées ci-dessous.

2 – Les valeurs partagées :

2.1. L'école et l'entreprise doivent prendre connaissance de leurs valeurs respectives, et les respecter.

2.2. Elles mettent en avant leurs valeurs communes, et s'efforcent de les transmettre aux élèves par les actions qu'elles organisent ensemble :

- Valorisation de la diversité, égalité des chances ;
- Valorisation de l'effort, de la connaissance et du travail comme conditions de réussite ;
- Neutralité ;
- Partage des connaissances, mutualisation, travail en équipe, entraide, parrainage ;
- Curiosité et ouverture d'esprit, moteurs d'apprentissage constant et de création ;
- Responsabilité, citoyenneté, solidarité ;
- Promotion du développement durable.

2.3. L'école et l'entreprise se respectent mutuellement, et s'interdisent de porter des jugements négatifs sur l'activité, l'organisation et le fonctionnement du partenaire.

3 – Objectifs et limites des actions communes :

L'école et l'entreprise s'informent mutuellement de leurs évolutions respectives, dans le cadre de la Fondation.

3.1. L'entreprise s'intéresse à l'évolution de la société qui l'entoure, dans laquelle l'école joue un rôle structurant très fort. Elle a intérêt à la meilleure réussite de l'école et de ses élèves, qui sont aujourd'hui les enfants de ses salariés, et demain les acteurs de la société, et notamment du monde économique. Elle aide l'école à mieux accomplir sa mission, en aidant les enseignants à connaître le monde économique. Son intervention est particulièrement utile auprès des écoles des quartiers les moins favorisés.

3.2. L'école recherche dans la relation à l'entreprise une meilleure compréhension de la société qui l'entoure, structurée par les activités professionnelles et la vie économique. La découverte des métiers, les situations professionnelles rencontrées en entreprise, sont des objets d'apprentissages, sources de compétences et de connaissances inscrites dans les objectifs de l'école.

3.3. L'entreprise s'interdit toute instrumentalisation des actions proposées, qui viserait à répondre à ses seuls besoins à court ou moyen terme. Elle agit dans le respect des processus éducatifs, fondés sur le développement des compétences dans la durée, préservant les potentialités de chaque enfant et favorisant leur éclosion.

3.4. L'école amène ses élèves à comprendre et reconnaître le rôle des entreprises, et de tout leur personnel, dans la production des biens et des services qui entourent leur vie ; ainsi que dans la construction des liens sociaux auxquels contribuent l'emploi, et les rapports des entreprises avec leur territoire et avec l'environnement.

4 – Communication des entreprises et des écoles dans leur partenariat :

4.1. Les entreprises membres de la Fondation font état de cet engagement dans leur communication interne et externe.

4.2. Les actions éducatives menées ensemble par les entreprises et les écoles sont mises systématiquement en valeur par la communication, conçue en commun, et mise en œuvre de façon concertée.

4.3. La communication peut permettre :

- A l'école :

D'affirmer son ouverture et sa diversification pédagogique en faveur des élèves ; de renforcer son projet et la confiance des enseignants dans la qualité de leur propre action ; de développer la confiance des parents à l'égard de l'école.

- A l'entreprise :

De renforcer sa notoriété, de faire connaître son activité et son potentiel à travers son engagement en faveur de l'école, de mobiliser ses collaborateurs sur les objectifs éducatifs qu'elle poursuit avec l'école.

4.4. La communication conduite dans ce cadre ne comporte aucune publicité directe sur les produits de l'entreprise. L'entreprise n'adresse pas de propositions commerciales à l'école ni aux parents d'élèves dans le cadre de l'action conduite.

5 – Evaluation :

5.1. L'entreprise et l'école s'obligent à procéder à l'évaluation des actions conduites en partenariat, selon le guide d'évaluation qui leur est proposé par la Fondation.

5.2. Les évaluations sont conduites dans le cadre des principes éthiques ci-dessus. Elles sont partagées entre les acteurs dans le cadre de la Fondation et peuvent être rendues publiques par la communication qu'ils organisent ensemble.