

1. Objectif

Cette politique vise à encadrer les accords de parrainage entre le Lycée Français Saint Louis et des individus, entreprises ou organisations externes. Elle garantit que les partenariats respectent le droit et les valeurs éducatives et éthiques de la Fondation, sans compromettre son indépendance et sans générer de conflits d'intérêts.

2. Principes généraux

Les principes généraux qui encadrent les actions de parrainage qui peuvent être organisées au sein de la Fondation sont les suivants :

- Le parrainage doit être **en adéquation avec la mission éducative et les principes éthiques de la Fondation**, tels que définis dans ses statuts, sa vision et sa mission. En particulier, l'objet du partenaire doit être conforme à l'intérêt général et, en particulier, ne doit pas concerner des secteurs économiques ou sociaux inadaptés dans un environnement éducatif ou auprès d'un jeune public, comme, sans exhaustivité : le secteur de l'alcool, du tabac, des boissons, de l'alimentation, de l'armement ou encore des paris en ligne. On pourra se référer en outre aux « dix principes du global compact », définis dans le pacte mondial des Nations Unies en cohérence avec l'Objectif de Développement Durable « Pas de Pauvreté » (ODD1).
- La **Fondation doit rester indépendante** dans la conduite de son projet et de son activité.
- Le **respect de la neutralité commerciale** est particulièrement important dans le domaine de l'éducation : la Fondation doit veiller à ce que l'entreprise n'utilise pas la mission de service public de l'éducation pour produire un gain et qu'il présente un intérêt direct pour les élèves. On pourra, à cette fin, se référer au code de bonne conduite des entreprises en milieu scolaire, défini dans la circulaire du 5 avril 2001 du ministère français de l'Éducation nationale, à adapter dans le contexte suédois.
- Tout accord de parrainage doit être approuvé par le proviseur AEFE préalablement à sa mise en œuvre et, en cas d'interrogation sur son bien-fondé ou d'un montant dépassant 50 000 SEK, par le Conseil d'Administration de la Fondation.

3. Transparence et conflits d'Intérêts

- Toute relation de parrainage doit être rendue publique et communiquée aux parties prenantes concernées (parents, élèves, enseignants).
- Un employé ou un représentant de la Fondation ne peut pas favoriser un parrain dans lequel il aurait un intérêt personnel ou familial.
- Toute entreprise partenaire ne doit pas être impliquée dans la prise de décision concernant l'activité de la Fondation.

4. Contenu et visibilité du parrainage

-
- Les parrains peuvent bénéficier d'une visibilité limitée, mais celle-ci ne peut s'apparenter en aucune façon à de la publicité. Ainsi, la distribution aux élèves de publicités ou de questionnaires commerciaux n'est pas possible, de même que la distribution gratuite aux élèves ou à leurs parents de produits à finalité publicitaire.
 - Toute communication liée au parrainage doit être validée par la direction de l'établissement.
 - Le parrainage ne permet aucune transmission de données personnelles des élèves, de leurs responsables ou du personnel, ni la constitution d'un fichier client spécifique.

5. Durée et renouvellement des accords

- Les contrats de parrainage sont conclus pour une durée définie et révisables périodiquement.
- Un bilan du partenariat est effectué à la fin de chaque année pour évaluer son impact et sa conformité aux principes établis.

6. Non-conformité et résiliation

- La Fondation doit se réserver le droit de résilier un accord si le parrain ne respecte pas les termes convenus ou en cas de conflit d'intérêts avéré.
- Toute plainte ou signalement relatif à un parrainage sera examiné par une commission interne dédiée et le Conseil d'Administration sera informé.

7. Adoption et modification

Cette politique a été adoptée par le Conseil d'Administration de la Fondation le 3 décembre 2025 et peut être mise à jour en fonction des évolutions légales et institutionnelles.