

PREPARER LA CAMPAGNE ELECTORALE

Règles à respecter en période préélectorale,
communication et enjeux du digital :

Le pari de 2020

Argonay, le 1^{er} juillet 2019

Lauriane MOUNIER-FARAUT
Morgane MAGNIER

Introduction

Date des élections municipales

Elle est fixée au moins 3 mois à l'avance par décret (art. L. 227 du Code électoral).

Dates de la campagne électorale officielle

Du 2^{ème} lundi avant la date du scrutin jusqu'à la veille du scrutin à minuit. En cas de 2nd tour, la campagne électorale est ouverte du lendemain du premier tour à la veille du scrutin à minuit (art. R 26 du Code électoral). Période de propagande électorale proprement dite.

Règles en matière de communication en période préélectorale

A compter du **1^{er} septembre 2019** et **jusqu'au jour de l'élection**, les actions de communication de la commune ou l'EPCI sont encadrées.



[Portail AMF](#)

Introduction

Depuis les élections municipales de mars 2014, les règles applicables en période préélectorale ont évolué.

La loi n° 2017-1339 du 15 septembre 2017 pour la confiance dans la vie politique a renforcé les sanctions financières et pénales en cas de violation des règles en période préélectorale.

La loi n° 2018-1202 du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information a instauré une réglementation concernant les « fake-news » en période préélectorale.



[Portail AMF](#)

Interdictions applicables à compter du 1^{er} septembre 2019 et jusqu'à la clôture du second tour du scrutin

Sont interdits :

- L'utilisation à des fins de propagande électorale de tout procédé de publicité commerciale par la voie de la presse ou par tout moyen de communication audiovisuelle.
- Toute campagne de promotion publicitaire des réalisations ou de la gestion d'une collectivité sur le territoire des collectivités intéressées par le scrutin ;

Article L52-1 du code électoral

Alinéa 1 : Pendant les six mois précédant le premier jour du mois d'une élection et jusqu'à la date du tour de scrutin où celle-ci est acquise, l'utilisation à des fins de propagande électorale de tout procédé de publicité commerciale par la voie de la presse ou par tout moyen de communication audiovisuelle est interdite.

Alinéa 2 : A compter du premier jour du sixième mois précédant le mois au cours duquel il doit être procédé à des élections générales, aucune campagne de promotion publicitaire des réalisations ou de la gestion d'une collectivité ne peut être organisée sur le territoire des collectivités intéressées par le scrutin. Sans préjudice des dispositions du présent chapitre, cette interdiction ne s'applique pas à la présentation, par un candidat ou pour son compte, dans le cadre de l'organisation de sa campagne, du bilan de la gestion des mandats qu'il détient ou qu'il a détenus. Les dépenses afférentes sont soumises aux dispositions relatives au financement et au plafonnement des dépenses électorales contenues au chapitre V bis du présent titre.

Interdictions dès le jour d'ouverture de la campagne électorale et jusqu'à la clôture du second tour

Toutes les collectivités sont concernées par les dispositions de l'article L. 52-1 alinéa 2 du Code électoral (communes, syndicats de communes, communautés de communes, etc.)

Article L52-1 du code électoral

Pendant les six mois précédant le premier jour du mois d'une élection et jusqu'à la date du tour de scrutin où celle-ci est acquise, l'utilisation à des fins de propagande électorale de tout procédé de publicité commerciale par la voie de la presse ou par tout moyen de communication audiovisuelle est interdite.

A compter du premier jour du sixième mois précédant le mois au cours duquel il doit être procédé à des élections générales, aucune campagne de promotion publicitaire des réalisations ou de la gestion d'une collectivité ne peut être organisée sur le territoire des collectivités intéressées par le scrutin. Sans préjudice des dispositions du présent chapitre, cette interdiction ne s'applique pas à la présentation, par un candidat ou pour son compte, dans le cadre de l'organisation de sa campagne, du bilan de la gestion des mandats qu'il détient ou qu'il a détenus. Les dépenses afférentes sont soumises aux dispositions relatives au financement et au plafonnement des dépenses électorales contenues au chapitre V bis du présent titre.

6 MOIS AVANT L'ÉLECTION



Les principes

Communication du candidat et communication institutionnelle

A compter du 1^{er} septembre 2019, les actions de communication des collectivités sont encadrées et **toutes les précautions doivent être prises par les collectivités et les candidats**, tant sur la forme qu'au niveau du contenu de leur communication institutionnelle.

Tous les supports de communication sont concernés : bulletins municipaux, inaugurations, modes de communication électroniques, etc.



Communication du candidat et communication institutionnelle

La communication de la collectivité n'est pas interdite si elle est objective, conforme aux pratiques habituelles et si elle porte sur des sujets concernant la vie communale.

La communication institutionnelle vise à informer les administrés sur les affaires locales, alors que la communication électorale vise à rassembler des suffrages autour de programmes et de candidats.



Communication du candidat et communication institutionnelle

**RESTER TRES PRUDENT SUR LE CONTENU DE
L'INFORMATION DIFFUSEE DANS LES 6 MOIS PRECEDANT
L'ELECTION.**

**TOUJOURS RESPECTER LA REGLE DU « FAIRE SAVOIR »
ET NON DU « FAIRE VALOIR ».**

Notion de campagne de promotion publicitaire

La notion de campagne de promotion publicitaire des réalisations ou de la gestion d'une collectivité n'est pas définie par les textes.

La jurisprudence est venue progressivement définir les contours de cette notion et de ce qu'il est possible de faire ou non en matière de communication pendant la période préélectorale.

Principes fixés par la jurisprudence

Neutralité/Objectivité : critère le plus important.

Chaque moyen de communication de la collectivité doit évoquer la vie locale, sans mentionner l'élection à venir ou encore mettre en avant les actions du candidat sortant. Il convient de garder un ton neutre et informatif, dépourvu de toute propagande ou polémique électorale

(CE, 3 décembre 2014, El. Mun. de La Croix Saint-Leufroy, n° 382217).

Principes fixés par la jurisprudence

Antériorité : caractère traditionnel, habituel de l'initiative de communication.

Le support (bulletin, plaquette, etc.) ou l'évènement en cause (cérémonie de vœux, festivité, etc.) existait-il avant la campagne électorale?

Aucun acte de communication ne doit être organisé dans la perspective des opérations électorales ou être assorti d'actions destinées à influencer les électeurs (***Conseil constitutionnel, 13 décembre 2007, AN Bouches du Rhône, 1^{ère} circonscription***).

Principes fixés par la jurisprudence

Régularité : la communication ne doit pas être intensifiée à l'approche des élections.

Le juge électoral s'attache par exemple à vérifier que la publication du bulletin municipal est régulière, qu'à l'approche des élections, l'écart entre chaque numéro ne se réduit pas et que le format et le contenu demeurent similaires aux précédentes diffusions.

A vertical bar with a black and white striped pattern is positioned on the left side of the slide.

Principes fixés par la jurisprudence

Identité (de la forme du support) : pas de changement dans la forme de la communication.

Le juge électoral s'attache à vérifier que les différents moyens de communication n'ont pas connu de modifications avantageuses de l'aspect, de la présentation ou des rubriques présentées.

A vertical bar with a pink and purple gradient is positioned on the left side of the slide.

La collectivité peut par exemple continuer à organiser des manifestations, même nombreuses, si elles sont analogues à celles des années précédentes.

Principes fixés par la jurisprudence

Neutralité, antériorité, régularité, identité : plusieurs principes qui s'appliquent de manière alternative qui permettent au juge de déterminer si derrière une apparente communication, ne se cache pas en réalité de la propagande électorale.

Principes qui doivent guider la communication de la collectivité.

CONSEIL

**NE PAS MODIFIER LES HABITUDES GENERALES DE
COMMUNICATION DE LA COLLECTIVITE**

**NE PAS TOUT CHAMBOULER ET PROFITER DES SIX MOIS
PRECEDENTS LES ELECTIONS POUR FAIRE UN GRAND
LIFTING!!**



Attention au financement

|| Attention au financement

Certaines règles ne concernent que les candidats des communes de plus de 9 000 habitants :

- désignation d'un mandataire financier
- établissement et dépôt d'un compte de campagne
- respect d'un plafond par habitant des dépenses électorales

Mais TOUS LES CANDIDATS, quelle que soit la taille des communes, sont soumis à l'interdiction faite aux personnes morales de participer au financement de la campagne électorale.

Attention au financement – Communes de plus de 9 000 habitants

Déclaration obligatoire d'un mandataire financier

Dans les communes de plus de 9 000 habitants, tout candidat désigne un **mandataire financier** qui recueille, pendant les 6 mois précédant le 1^{er} jour du mois de l'élection, et jusqu'à la date du dépôt du compte de campagne du candidat (le 9^e vendredi suivant l'élection), les fonds destinés au financement de la campagne (**art. L 52-4 du code électoral**).

Il recense toutes les recettes perçues pour assurer le financement de la campagne électorale et règle les dépenses engagées en vue de l'élection.

Attention au financement – Communes de plus de 9 000 habitants

Etablissement et dépôt d'un compte de campagne

Article L.52-12 du code électoral, alinéa 1 :

« Chaque candidat ou candidat tête de liste soumis au plafonnement prévu à l'article L.52-11 et **qui a obtenu au moins 1 % des suffrages exprimés** est tenu d'établir un **compte de campagne retraçant, selon leur origine, l'ensemble des recettes perçues et, selon leur nature, l'ensemble des dépenses engagées ou effectuées en vue de l'élection**, hors celles de la campagne officielle par lui-même ou pour son compte, **au cours de la période mentionnée à l'article L.52-4 [six mois avant l'élection]**. **La même obligation incombe au candidat ou au candidat tête de liste dès lors qu'il a bénéficié de dons de personnes physiques** conformément à l'article L.52-8 du présent code selon les modalités prévues à l'article 200 du code général des impôts. Sont réputées faites pour son compte les dépenses exposées directement au profit du candidat et avec l'accord de celui-ci, par les personnes physiques qui lui apportent leur soutien, ainsi que par les partis et groupements politiques qui ont été créés en vue de lui apporter leur soutien ou qui lui apportent leur soutien. Le candidat estime et inclut, en recettes et en dépenses, les avantages directs ou indirects, les prestations de services et dons en nature dont il a bénéficié. Le compte de campagne doit être en équilibre ou excédentaire et ne peut présenter un déficit.

Attention au financement – Communes de plus de 9 000 habitants

Respect d'un plafond par habitant des dépenses électorales

Il est institué un plafond de dépenses pour les dépenses électorales exposées par chaque candidat ou liste, ou pour leur compte. Le montant du plafond est déterminé en fonction du nombre d'habitants (art. L 52-11 Code électoral).

Les montants du plafond par habitant sont prévus par décret et n'ont pas varié depuis 2012.

NB : Apport personnel du candidat n'est quant à lui pas plafonné

Attention au financement – Communes de plus de 9 000 habitants

Tableau du plafond par habitant des dépenses électorales pour les candidats aux élections municipales (excepté pour Mayotte et la Polynésie Française)

FRACTION DE LA POPULATION DE LA CIRCONSCRIPTION	PLAFOND PAR HABITANT DES DEPENSES ELECTORALES (en euros)	
	Election des conseillers municipaux	
	Listes présentes au premier tour	Listes présentes au second tour
N'excédant pas 15 000 habitants	1,50	2,06
de 15 001 à 30 000 habitants	1,31	1,86
de 30 001 à 60 000 habitants	1,11	1,50
de 60 001 à 100 000 habitants	1,03	1,40
de 100 001 à 150 000 habitants	0,93	1,31
de 150 001 à 250 000 habitants	0,84	1,03
Excédant 250 000 habitants	0,65	0,93

(Décret n° 2009-1730 du 30 décembre 2009 portant majoration du plafond des dépenses électorales)

Exemple : pour une élection municipale dans une commune de 18 000 habitants, le plafond des dépenses électorales pour une liste présente au seul premier tour s'établit comme suit :

Jusqu'à 15 000 habitants : $1,50 \text{ €} \times 15\,000 = 22\,500 \text{ €}$

De 15 0001 à 18 000 habitants : $1,31 \text{ €} \times 3\,000^* = 3\,930 \text{ €}$

** Nombre d'habitants restant*

Montant du plafond : $22\,500 \text{ €} + 3\,930 \text{ €} = 26\,430 \text{ €}$

Attention au financement – Dons et prêts consentis par des personnes physiques

PERSONNES MORALES – RAPPEL!

Financement de la campagne électorale par des personnes morales (sauf partis et groupements politiques) strictement interdit (art. 52-8, alinéa 2 Code électoral).

NB: En revanche, ne rentrent pas dans le cadre des dons les mises à disposition de salles communales pour les réunions de campagne (CC, 13février1998, AN Val d'Oise). Il conviendra toutefois de respecter strictement le principe d'égalité entre les candidats en offrant à chacun les mêmes possibilités aux mêmes conditions (Réponse ministérielle n°06503 du 13mars 2014, JO Sénat).

PERSONNES PHYSIQUES

Une personne physique ne peut pas consentir plus de **4 600 euros de dons** pour le financement de la campagne d'un ou plusieurs candidats lors des mêmes élections (art. L 52-8 alinéa 1 Code électoral).

Possibilité pour les personnes physiques de consentir des prêts à un candidat dès lors que ces prêts ne sont pas effectués à titre habituel (durée 5 ans maximum) : art. L. 52-7-1 Code électoral et R. 39-2-1 I du Code électoral.

Exemples d'aides prohibées au sens de l'article L 52-8, alinéa 2 du Code électoral

- Utilisation par le candidat de clichés photographiques appartenant à la commune
- Avance de trésorerie consentie à un candidat à titre gratuit
- Mise à disposition d'une ligne téléphonique de la mairie au profit d'un candidat
- Rédaction gratuite, par une société, d'un tract au profit d'une liste
- Installation sur le domaine public de la permanence électorale d'un élu candidat, sans versement d'une redevance domaniale



Les campagnes de promotion publicitaire de la gestion d'une collectivité

■ Pas de campagne de promotion

« Aucune campagne de promotion publicitaire des réalisations ou de la gestion d'une collectivité ne peut être organisée sur le territoire des collectivités intéressées par le scrutin. »

« Cette interdiction ne s'applique pas à la présentation, par un candidat ou pour son compte, dans le cadre de l'organisation de sa campagne, du bilan de la gestion des mandats qu'il détient ou qu'il a détenus. »

■ Pas de campagne de promotion

Cette disposition du Code électoral vise à empêcher tout candidat de tirer avantage de ses fonctions en utilisant les moyens de la collectivité (commune ou EPCI) pour son avantage personnel en vue des élections, notamment en mettant en valeur de façon directe ou indirecte ses succès et réalisations.

La communication « institutionnelle » va donc devoir être menée prudemment, en ne dépassant pas le cadre de la stricte information.

■ Pas de campagne de promotion



- inauguration d'une bibliothèque municipale en présence d'un ministre, deux mois avant l'élection et plus d'un an et demi après son ouverture au public (CE, 7 mai 1997, *Elections municipales d'Annonay*)

Le bulletin municipal



■ Bulletin municipal

Les publications doivent revêtir un caractère informatif et ne pas constituer l'élément d'une campagne de promotion publicitaire des réalisations de la collectivité.

En période électorale, les propos tenus dans le bulletin municipal ne doivent pas répondre à des fins de propagande électorale (*JO Sénat*, 01.02.2007, [question n° 25208](#), p. 249).

■ Bulletin municipal : l'édito

Aucun texte n'oblige à supprimer l'éditorial du maire.

Lorsqu'un support municipal comporte un éditorial du maire, son nom et sa photo depuis plusieurs années, il est inutile de changer la maquette à l'approche des élections.

Le maire peut continuer à signer l'édito du bulletin municipal « comme d'habitude » .



- Diffusion d'un bulletin municipal ne comportant que des informations générales sur la vie de la commune et de ses habitants, et aucun élément polémique.
- Lettres municipales mensuelles qui ne font que répondre au souci d'informer les habitants de la commune sur les réalisations et les projets en cours affectant notamment leur cadre de vie et de travail et comportent des photos du maire qui ne font à cet égard que rendre compte, comme d'ordinaire, de diverses manifestations locales.



- Bulletin municipal intitulé « Cinq ans de mandat, 60 mois d'action » car, même s'il ne faisait aucune référence explicite aux futures élections et au programme de l'équipe municipale sortante, il se présentait comme une « édition spéciale », revêtant un caractère exceptionnel, tant par sa pagination que par son contenu consacré à un bilan flatteur des réalisations de la municipalité, des atouts de la ville et des projets dont l'aboutissement était envisagé au cours de la dernière année de la mandature

Bulletin municipal

A ne pas faire :

- Publier un bulletin alors que la collectivité n'en diffuse pas habituellement
- Changer la charte graphique, le format, la présentation ou les couleurs
- Augmenter le nombre de pages
- Faire l'éloge des élus sortants
- Critiquer les autres candidats
- Faire de la propagande électorale
- Etre provocateur
- Etendre la diffusion ou modifier la date de diffusion



Les courriers de la collectivité

■ Les courriers

Ni les textes ni la jurisprudence n'obligent l' élu à ne plus signer les courriers en période électorale ou à ne plus indiquer sa qualité de maire, de président de communauté de communes, d'adjoint, etc.

■ Pendant cette période, il suffit de ne pas changer les pratiques habituelles.



Les courriers

Eu égard notamment au caractère habituel de ces pratiques, l'envoi des courriers, même en nombre plus élevé qu'il était alors d'usage, et même si certains d'entre eux mettent en valeur l'action de la commune, et l'organisation de réunions d'information auxquelles il n'est pas contesté que le maire ait participé, dans les 6 mois précédant le scrutin, ne peuvent être regardés comme constitutifs d'une campagne de promotion publicitaire, ni comme un avantage accordé par la commune.



Inaugurations et manifestations



■ Inaugurations et manifestations

Il n'y a pas d'interdiction de principe.

Une manifestation et une inauguration ne pose pas de problème si elle s'insère dans la continuité de la vie locale.

■ Mais elle ne doit pas dissimuler une opération de communication électorale du candidat, qui pourrait alors être sanctionnée par le juge.

■ Inaugurations et manifestations

Il faut respecter le calendrier d'achèvement des travaux, et ne pas de retarder volontairement l'inauguration pour être au plus près des échéances électorales.

■ Ainsi, des inaugurations ne doivent pas avoir été anticipées ou retardées en vue d'influer sur le vote prochain des électeurs.

■ Inaugurations et manifestations

Les cartons d'invitation peuvent être signés par le maire, mais la rédaction doit être la plus sobre possible.

Il est souhaitable d'associer à l'événement l'ensemble du conseil municipal.

Le nombre de destinataires de l'invitation ne doit pas être anormalement élevé.

■ Inaugurations et manifestations



La présence du maire et des membres de sa liste électorale en mars 2008, lors de l'inauguration d'un magasin de bricolage, ne peut être regardée comme une opération de promotion publicitaire (CE, 19 décembre 2008, *élections municipales de Glageon*, n° 317477).

■ Inaugurations et manifestations



Des opérations «portes ouvertes» organisées par le maire sortant dans deux établissements scolaires qui venaient d'être rénovés, ainsi qu'une cérémonie de pose de la première pierre d'une maison de quartier, sont des manifestations qui, au vu des conditions dans lesquelles elles se sont déroulées, n'ont pas pu affecter la sincérité du scrutin (CE, 11 février 2002, *élections municipales d'Haillicourt*, n° 235802).

Vœux du Maire



Il est toujours possible d'organiser une cérémonie des vœux en mairie l'année des élections municipales.

Les cérémonies peuvent continuer comme par le passé, sans augmenter leur ombre ni leur importance.

- Par prudence, mieux vaut éviter d'utiliser la cérémonie des vœux à des fins électorales, et déconnecter le discours de toute allusion aux élections ainsi qu'à la campagne électorale.



Les vœux



- La soirée des vœux, dont le carton d'invitation était, comme par les années précédentes, présenté au nom du maire et du conseil municipal, n'a pas été sanctionnée par le juge.
- La cérémonie des vœux annuels organisée par la commune, qui est une manifestation traditionnelle au cours de laquelle le maire sortant n'a fait aucune allusion à sa campagne, n'a pas constitué un avantage prohibé à une campagne électorale.

L'envoi de cartes, s'inscrivant dans le cadre de la politique de communication habituelle de la collectivité, est autorisé et validé par les tribunaux.





Les vœux



- L'envoi de cartes de vœux manuscrites envoyées par le maire à chaque famille, et accompagnées d'un cadeau, même s'il était plus coûteux que les années précédentes, n'a pas été sanctionné par le juge, dès lors que cette pratique était traditionnelle dans la commune;
- La carte de vœux diffusée à l'occasion du nouvel an, comportant une photographie en couleur du candidat aux élections législatives et un calendrier, ne revêt pas le caractère d'un document de propagande électorale.

Le bilan de mandat



■ Le bilan de mandat

Est permise la présentation, par un candidat ou pour son compte, dans le cadre de l'organisation de sa campagne, du bilan de la gestion des mandats qu'il détient ou qu'il a détenus.

■ Le bilan doit être présenté par le candidat lui-même ou pour son compte (art. L 52-1, al. 2).

■ Le bilan de mandat

Il doit être financé par les fonds propres du candidat et réintégré dans son compte de campagne (même article), et le candidat ne doit utiliser aucun des moyens de la collectivité.

■ Le bilan ne doit pas présenter un caractère polémique, injurieux ou diffamatoire.

Il ne doit pas être distribué le jour du scrutin.



Interdiction de la publicité commerciale

Publicité commerciale

Article 52-1 alinéa 1er du code électoral

« Pendant les six mois précédant le premier jour du mois d'une élection et jusqu'à la date du tour de scrutin où celle-ci est acquise, l'utilisation à des fins de propagande électorale de tout procédé de publicité commerciale par la voie de la presse ou par tout moyen de communication audiovisuelle est interdite ».

Publicité commerciale

L'interdiction concerne la diffusion de tout message de propagande électorale ayant un support publicitaire : insertion d'annonces dans un périodique, insertion de pages de publi-informations ou temps d'antenne au sein des médias radio ou télévisuel vantant les réalisations de la municipalité..., que celle-ci soit effectuée avec ou sans contrepartie financière (*Cour de Cassation, Chambre criminelle, 7 juin 1990*).

Publicité commerciale



Est interdite :

La publication, même à titre onéreux, par le candidat, trois jours avant le scrutin, dans un hebdomadaire, d'un encart publicitaire appelant à sa réélection et contenant de vives attaques contre ses adversaires (*CE, 28 juillet 1993, Elections cantonales de Castelsarrasin*) ;

Publicité commerciale



Est possible:

- la réalisation et l'utilisation d'un site Internet, qui constitue une forme de propagande électorale par voie de communication audiovisuelle, dès lors que le contenu du site dont le candidat assurait l'entière responsabilité à des fins électorales n'était accessible qu'aux électeurs se connectant volontairement (*CE, 8 juillet 2002, Elections municipales de Rodez*).



Interdiction de l'affichage sauvage

Interdiction de l'affichage sauvage

Article L.51 du code électoral

« Pendant la durée de la période électorale, dans chaque commune, des emplacements spéciaux sont réservés par l'autorité municipale pour l'apposition des affiches électorales.

Dans chacun de ces emplacements, une surface égale est attribuée à chaque candidat, chaque binôme de candidats ou à chaque liste de candidats.

Pendant les six mois précédant le premier jour du mois d'une élection et jusqu'à la date du tour de scrutin où celle-ci est acquise, tout affichage relatif à l'élection, même par affiches timbrées, est interdit en dehors de cet emplacement ou sur l'emplacement réservé aux autres candidats, ainsi qu'en dehors des panneaux d'affichage d'expression libre lorsqu'il en existe ».

L'interdiction visée par l'article précité s'applique également à l'apposition d'affiches ou banderoles sur une propriété privée (Rép. Min. n° 15892, JO Sénat Q 27 août 2015), sur les fenêtres d'un établissement commercial (Cons. Const. 14 déc. 2012, n° 2012-4628 AN).

Interdiction de l'affichage sauvage



Ont été sanctionnés :

- l'apposition sur les murs de la salle du scrutin de plusieurs affiches éditées par un parti politique qui a présenté une liste (*CE 07/02/56, Elections municipales de Lérans*) ;
- le déploiement en centre-ville d'une banderole appelant à voter pour une liste, le jour du second tour de scrutin pendant une partie de la matinée, compte tenu de l'écart d'une voix seulement entre le nombre de suffrages obtenu par le dernier candidat élu au second tour et celui de la requérante (*CE 10 juin 2015, Él. Mun. de Michelbach-le-Bas, n° 383585*).



Interdiction des numéros d'appel gratuit

Interdictions des numéros d'appel gratuit

Article L.50-1 du code électoral :

« Pendant les six mois précédant le premier jour du mois d'une élection et jusqu'à la date du tour de scrutin où celle-ci est acquise, aucun numéro d'appel téléphonique ou télématique gratuit ne peut être porté à la connaissance du public par un candidat, une liste de candidats ou à leur profit ».

Sera puni d'une amende de 15 000 € et d'un emprisonnement d'un an, ou de l'une de ces deux peines seulement, tout candidat en cas de scrutin uninominal, ou tout candidat tête de liste en cas de scrutin de liste, qui aura bénéficié, sur sa demande ou avec son accord exprès, de la diffusion auprès du public d'un numéro d'appel téléphonique ou télématique gratuit (*article L. 113-1, II, 2° du code électoral*).

Interdictions des numéros d'appel gratuit

Les numéros verts du type « Allô monsieur le maire » peuvent être maintenus durant cette période à condition toutefois de veiller scrupuleusement à ce que ces derniers ne renseignent les administrés que sur des questions d'intérêt pratique (services publics locaux notamment) et ne servent aucunement de support de propagande électorale.



Focus sur les modes de communication électroniques/en ligne

Article L. 48-1 du Code électoral

"Les interdictions et restrictions prévues par le présent code en matière de propagande électorale sont applicables à tout message ayant le caractère de propagande électorale diffusé par tout moyen de communication au public par voie électronique".

■ Les sites internet

Jurisprudence relative aux bulletins municipaux est transposable au cas des sites internet des collectivités : aucune campagne de promotion publicitaire de la gestion ou des réalisations de la collectivité ne peut être organisée sur le site internet de la collectivité.

Le juge de l'élection recherchera si ce site a été utilisé pour les besoins de la campagne électorale d'un candidat à une élection.

Si c'est le cas, le juge intégrera les dépenses liées à ce site au compte de campagne du candidat.



Une commune peut-elle créer son site internet pendant l'année électorale?

Oui, mais il convient d'être très vigilant quant au contenu des informations diffusées (neutralité - ne surtout pas mettre en avant les exécutifs locaux – se contenter de donner des informations sur la collectivité).

Vigilance concernant les sites existants

Maintien des sites existants possible mais dès lors que les informations qu'ils contiennent ne visent pas à valoriser des élus candidats.

Informations de nature purement administrative et informative.

Conseil à compter du 1^{er} septembre 2019 : effacer toute information ayant le caractère d'une promotion de la collectivité, même si l'information a été mise en ligne antérieurement à cette date.

Attention à la modernisation/refonte d'un site internet pendant la période préélectorale !



Les réseaux sociaux

A compter du 1^{er} septembre 2019, il est conseillé de transformer les comptes des communes (Facebook, Instagram, Twitter, etc.) en de simples vitrines.

Aucune interdiction pour les candidats de disposer de leurs propres comptes Facebook, Instagram, etc. mais ces comptes doivent être bien distincts des comptes de la collectivité pour **ne pas créer de confusion entre les comptes qui relèvent de la communication institutionnelle de la « commune de.... » ou du « maire de.... » et les comptes du candidat ou de la liste, utilisés à des fins de propagande électorale.**

■ Les blogs

Si l'exécutif de la commune ou de l'intercommunalité possède un blog qui lui permet de prendre de position sur les sujets de société, les projets locaux, etc., il est conseillé de le suspendre.

Rien n'interdit au candidat de créer son propre blog. Attention à ce qu'il se distingue bien du blog de l'élu et des outils de communication de la collectivité.

■ "Fake news"

Loi n° 2018-1202 du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information, précisée par le décret n° 2019-53 du 30 janvier 2019.

Loi qui règle la question des « fake news » en période préélectorale.

But : lutter contre la propagation de fausses nouvelles au cours des campagnes électorales.

LA PROPAGANDE OFFICIELLE

La propagande officielle

Article R26

La campagne électorale est ouverte à partir du deuxième lundi qui précède la date du scrutin et prend fin la veille du scrutin à minuit. En cas de second tour, la campagne électorale est ouverte le lendemain du premier tour et prend fin la veille du scrutin à minuit.

L'impression et l'utilisation, sous quelque forme que ce soit des moyens de propagande officielle en dehors des conditions fixées par les dispositions en vigueur sont interdites (L240 CE)



La commission de propagande

La commission de propagande

Pour les élections municipales des communes de 2 500 habitants et plus, une commission de propagande est chargée d'assurer l'envoi et la distribution des documents de propagande électorale. (L241 CE)

Une même commission peut être commune à plusieurs circonscriptions et à plusieurs élections (R31)

La commission de propagande

Les commissions de propagande sont instituées par arrêté préfectoral et installées au plus tard à l'ouverture de la campagne électorale soit le 2^{ème} lundi qui précède la date du scrutin (R31 CE)

La commission de propagande

Chaque commission comprend :

- un magistrat désigné par le premier président de la cour d'appel, président ;
- un fonctionnaire désigné par le préfet ;
- un représentant de l'opérateur chargé de l'envoi de la propagande.

La commission de propagande

Un suppléant du président et de chaque membre peut être désigné dans les mêmes conditions.

Le secrétariat est assuré par un fonctionnaire désigné par le préfet.

Les candidats, leurs remplaçants ou leurs mandataires peuvent participer, avec voix consultative, aux travaux de la commission concernant leur circonscription.

Le président fixe, en accord avec le préfet, le lieu où la commission doit siéger.

La commission de propagande

Elle est chargée :

- d'adresser, au plus tard le mercredi précédant le premier tour de scrutin et, en cas de ballottage, le jeudi précédant le second tour, à tous les électeurs de la circonscription, une circulaire et un bulletin de vote de chaque candidat, binôme de candidats ou liste ;

La commission de propagande

Elle est chargée :

- d'envoyer dans chaque mairie de la circonscription, au plus tard le mercredi précédant le premier tour de scrutin et, en cas de ballottage, le jeudi précédant le second tour, les bulletins de vote de chaque candidat, de chaque binôme de candidats ou de chaque liste en nombre au moins égal à celui des électeurs inscrits.

La commission de propagande

La commission de propagande reçoit du préfet le matériel nécessaire à l'expédition des circulaires et bulletins de vote et fait préparer les libellés d'envoi.

Si un candidat ou une liste de candidats remet à la commission moins de circulaires ou de bulletins de vote que les quantités prévues, une répartition de ses circulaires et bulletins de vote entre les électeurs peut être proposée.

A défaut, les circulaires demeurent à la disposition du candidat et les bulletins de vote sont distribués dans les bureaux de vote en proportion du nombre d'électeurs inscrits.

La commission de propagande

Chaque candidat ou liste de candidats désirant obtenir le concours de la commission de propagande, doit remettre au président de la commission, avant une date limite fixée pour chaque tour de scrutin par arrêté préfectoral, les exemplaires imprimés de la circulaire ainsi qu'une quantité de bulletins au moins égale au double du nombre des électeurs inscrits.

La commission n'est pas tenue d'assurer l'envoi des imprimés remis postérieurement à cette date. (R38 CE)

La commission de propagande

Pour les scrutins dans les communes de moins de 2500 habitants, les listes ne peuvent pas obtenir le concours de la commission de propagande pour l'envoi et la distribution de leurs documents électoraux (art. L 241 CE).

Elles doivent assurer la diffusion de leur propagande par leurs propres moyens.



La circulaire

La circulaire

Le candidat peut éditer une circulaire qui est sa « profession de foi ».

Dans celle-ci, l'ensemble des candidats est présenté ainsi que le programme projeté par ces candidats pour le mandat.

Elle n'est pas obligatoire.

La circulaire

Chaque liste de candidats ne peut faire adresser à chaque électeur, par la commission de propagande, qu'une seule circulaire d'un grammage de 70 grammes au mètre carré et d'un format de 210 mm x 297 mm (R29 CE).

La circulaire est soustraite à la formalité du dépôt légal.

Les circulaires doivent porter le nom et le domicile de l'imprimeur (art. 2 de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse).



Les bulletins

Les bulletins

Les bulletins doivent être imprimés en une seule couleur sur papier blanc, d'un grammage de 70 grammes au mètre carré et avoir les formats suivants (R30) :

- 105 x 148 mm au format paysage pour les bulletins comportant de un à quatre noms ;
- 148 x 210 mm au format paysage pour les listes comportant de cinq à trente et un noms ;
- 210 x 297 mm au format paysage pour les listes comportant plus de trente et un noms.

Les bulletins

Pour les communes de 1000 habitants et plus, le format précité doit être respecté pour bénéficier du remboursement des frais d'impression.

Pour les communes de moins de 1 000 habitants, le non-respect des prescriptions précédentes permet juste au maire de refuser les bulletins déposés par les candidats, mais n'entraîne pas la nullité du bulletin lors du dépouillement (art. R 66-2).

Aucune disposition ne régit la taille ni la police d'écriture des caractères utilisés.

Les bulletins

Les bulletins ne peuvent pas comporter d'autres noms de personne que celui du ou des candidats ou de leurs remplaçants éventuels.

Le libellé et, le cas échéant, la dimension des caractères des bulletins doivent être conformes aux prescriptions légales ou réglementaires édictées pour chaque catégorie d'élections.

Les bulletins de vote sont soustraits à la formalité du dépôt légal.

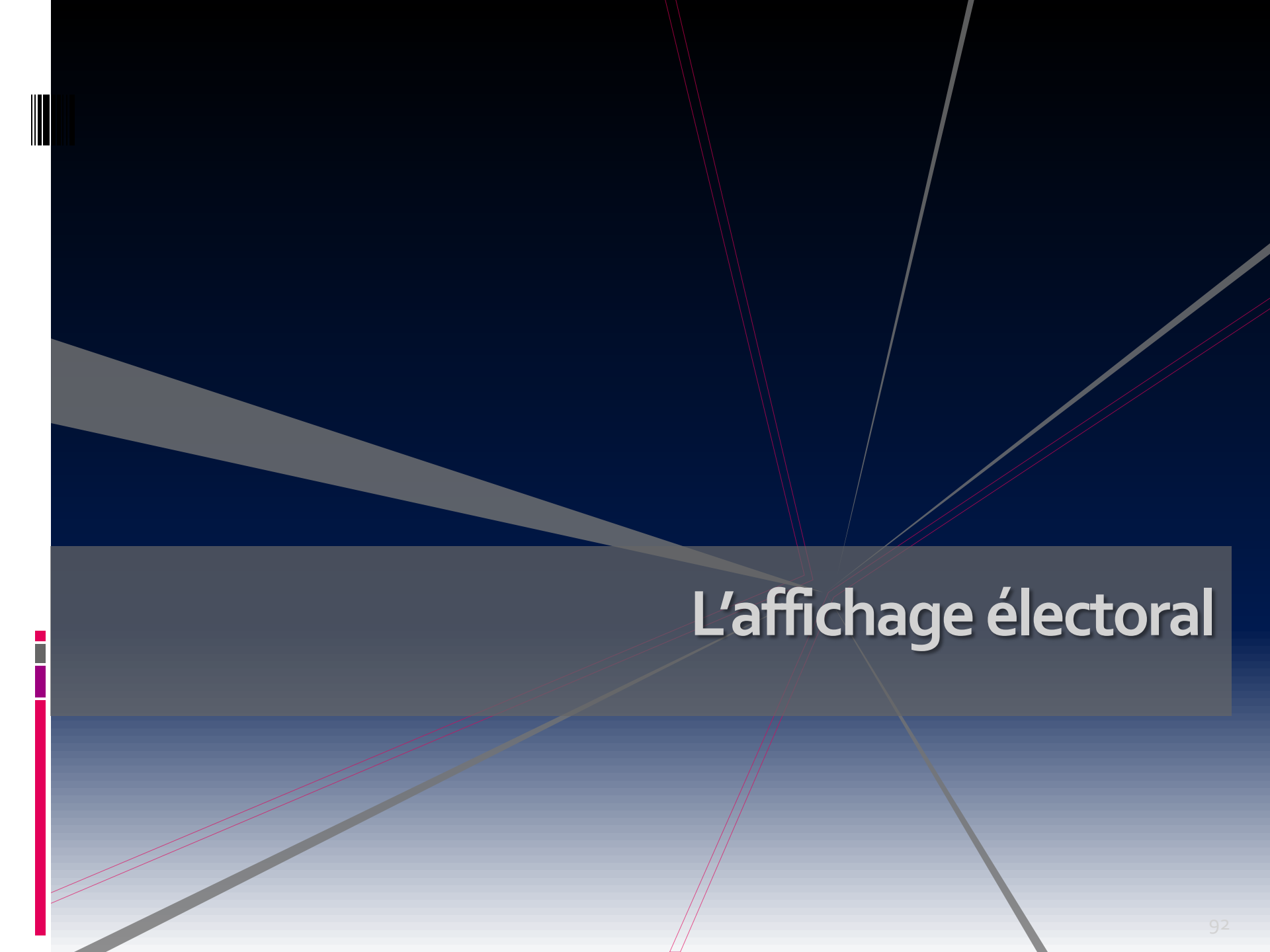
■ Les bulletins

Dans les communes de 1 000 hab. et plus, les bulletins de vote doivent comporter, sur leur partie gauche, précédé des termes " Liste des candidats au conseil municipal ", le titre de la liste des candidats au mandat de conseiller municipal, ainsi que le nom de chaque candidat composant la liste dans l'ordre de présentation et, pour tout candidat ressortissant d'un Etat membre de l'UE autre que la France, l'indication de sa nationalité.

Les bulletins

Les bulletins de vote doivent également comporter sur la partie droite de la même page, précédée des termes " Liste des candidats au conseil communautaire ", la liste des candidats au mandat de conseiller communautaire mentionnant, dans l'ordre de présentation, leurs noms.

(R117-4 CE)



L'affichage électoral

|| L'affichage électoral

Les affiches électorales sont imprimées et apposées sur les panneaux par le candidat ou ses représentants.

Les affiches doivent avoir une largeur maximale de 594 mm et une hauteur maximale de 841 mm (R 27).

Elles ne peuvent pas être imprimées sur papier blanc, ni comprendre une combinaison de 3 couleurs : bleu, blanc, rouge à l'exception de la reproduction de l'emblème d'un parti ou groupement politique (L 48 et R 27).

■ L'affichage électoral

Dans chaque commune, des emplacements spéciaux sont réservés par l'autorité municipale pour l'apposition des affiches électorales (art. L 51).

Ces emplacements sont installés dès l'ouverture de la campagne électorale (art. R 26).

■ L'affichage électoral

Ces emplacements sont établis à côté des bureaux de vote. En dehors de ceux établis à côté du bureau de vote, le nombre maximum des emplacements réservés à l'affichage électoral est fixé à (R 28) :

- 5 dans les communes ayant 500 électeurs et moins ;
- 10 dans les communes de 501 à 5 000 électeurs ;
- dans les communes ayant plus de 5 000 électeurs: 10 emplacements, auxquels s'ajoutent des emplacements supplémentaires calculés en divisant par 3 000 le nombre total des électeurs.

■ L'affichage électoral

Le code électoral ne fixe pas les dimensions que doivent avoir les emplacements.

Toutefois, étant donné que les candidats peuvent faire apposer sur les emplacements une affiche dont la largeur maximale est de 594 mm et la hauteur maximale 841 mm (R 27), les emplacements doivent donc avoir au moins cette dimension pour permettre cette apposition.

|| L'affichage électoral

Dans les communes de moins de 1 000 hab., les demandes d'attribution des emplacements sont déposées en mairie au plus tard le mercredi précédant chaque tour de scrutin à midi.

Les emplacements sont attribués dans l'ordre d'arrivée des demandes à la mairie (R 28).

Dans les communes de 1 000 hab. et plus, les emplacements sont attribués par voie de tirage au sort par l'autorité qui reçoit les candidatures. En cas de 2nd tour, l'ordre retenu pour le 1^{er} tour est conservé entre les candidats restant en présence (art. R 28).



Les tracts

Les tracts

Aucune disposition ne traite de l'impression et de la présentation des tracts, l'interdiction de l'usage d'une combinaison des trois couleurs nationales étant limitée aux circulaires et affiches électorales (CE, 10 avril 2009, *élections municipales de Marquixanes*, n° 318264).

Le contenu des tracts n'est pas non plus réglementé.

En cas de contentieux, le juge l'appréciera au cas par cas.

Les tracts

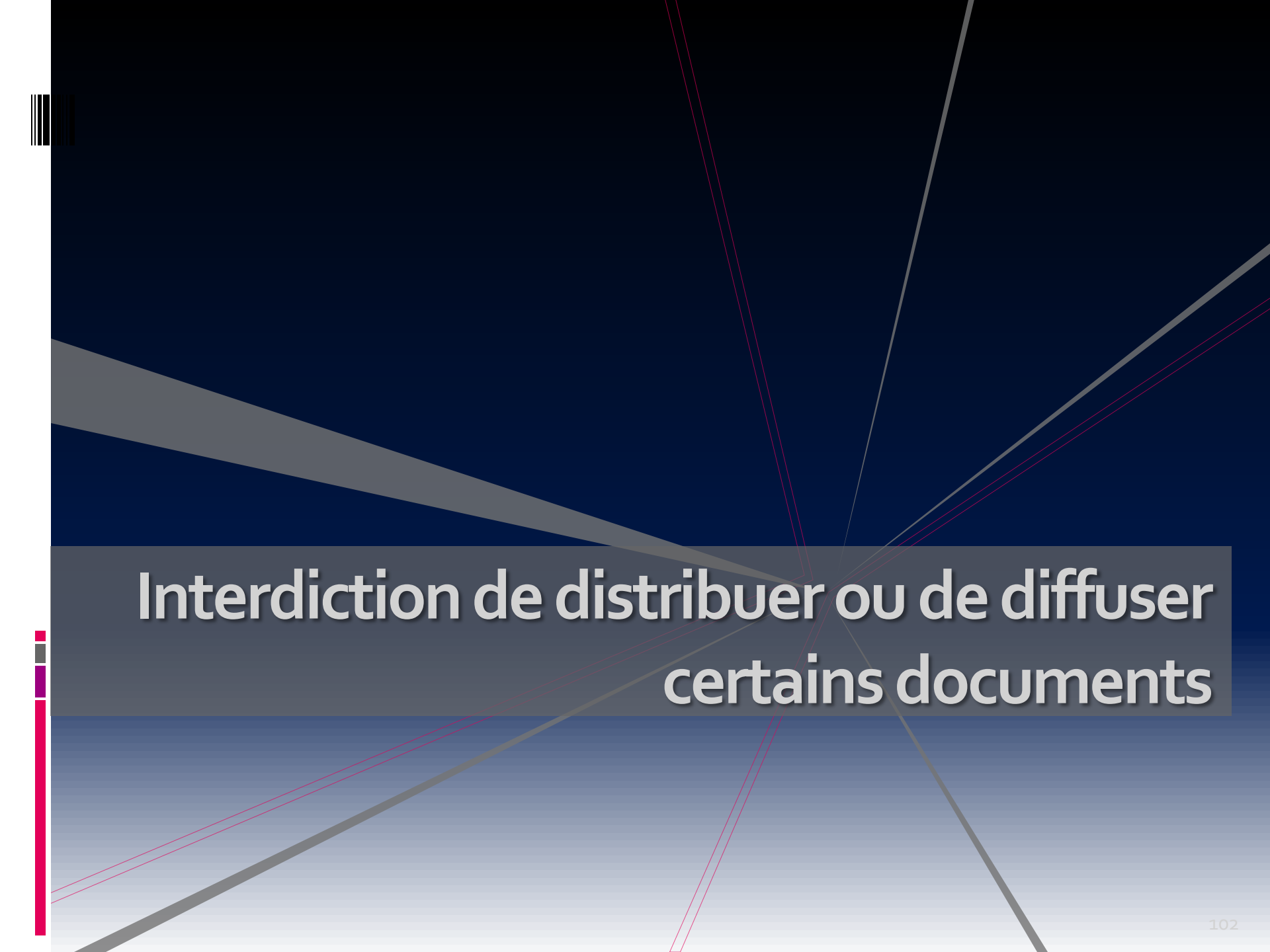
Avant de déterminer si la diffusion de tracts a été de nature à altérer la sincérité du scrutin, le juge va vérifier si cette diffusion :

- a été massive ;
- a dépassé les limites de la polémique électorale ou contient des informations diffamatoires ou injurieuses ;
- a été tardive et, de ce fait, a empêché l'intéressé d'y répondre de manière appropriée et en temps utile.

De plus, l'écart des voix est pris en compte par le juge. Plus celui-ci est faible, plus les élections risquent d'être annulées.

LA VEILLE DU SCRUTIN

Zéro heure $\simeq$ zéro communication



Interdiction de distribuer ou de diffuser certains documents

La veille du scrutin

Article L.49, alinéa 1er du code électoral

« A partir de la veille du scrutin à zéro heure, il est interdit de distribuer ou faire distribuer des bulletins, circulaires et autres documents ».

Toute infraction à ces dispositions sera punie d'une amende de 3 750 € sans préjudice de la confiscation des bulletins et autres documents distribués ou diffusés par tout moyen (*article L.89 du code électoral*).

|| La veille du scrutin

Constitue une irrégularité de nature à altérer la sincérité du scrutin, la diffusion de deux documents sur la page Facebook du comité de soutien du maire candidat et sur celle de son premier adjoint, dans la nuit du 28 au 29 mars à 0h38 et 0h50 pour les élections municipales du 30 mars 2014 (*TA Strasbourg, 10 juin 2014, req. n° 1402111*).



Interdiction des messages ayant le caractère de propagande

Messages de propagande

Article L.49 alinéa 2 du code électoral

« A partir de la veille du scrutin à zéro heure, il est également interdit de diffuser ou de faire diffuser par tout moyen de communication au public par voie électronique tout message ayant le caractère de propagande électorale ».

Toute infraction à ces dispositions sera punie d'une amende de 3 750 € (*article L.89 du code électoral*).

Messages de propagande

Contrevient à l'article 49 alinéa 2 :

La diffusion, la veille du scrutin, d'un nouveau message de propagande électorale appelant à voter pour une liste sur la page Facebook d'un groupe de 753 membres, ouverte à la consultation publique. Compte tenu du faible écart de voix (15), le Conseil d'Etat a annulé l'élection (*CE, 25 février 2015, req. n° 385686*)

Messages de propagande

Il est interdit à tout candidat de porter à la connaissance du public un élément nouveau de polémique électorale à un moment tel que ses adversaires n'aient pas la possibilité d'y répondre utilement avant la fin de la campagne électorale.(L48-2).



Interdiction des sondages d'opinion

Interdiction des sondages d'opinion

La veille et le jour de chaque scrutin, aucun sondage électoral ne peut faire l'objet, par quelque moyen que ce soit, d'une publication, d'une diffusion ou d'un commentaire.

Cette interdiction ne fait obstacle ni à la poursuite de la diffusion de sondages publiés avant la veille de chaque scrutin ni au commentaire de ces sondages, à condition que soient indiqués la date de première publication ou diffusion, le média qui les a publiés ou diffusés et l'organisme qui les a réalisés (*article 6 de la loi n° 2016-508 du 25 avril 2016 de modernisation de diverses règles applicables aux élections*).

Toute infraction à ces dispositions sera punie d'une amende de 75 000 € (*article 12 de la loi n° 77-808 du 19 juillet 1977 relative à la publication et à la diffusion de certains sondages d'opinion*).

LE JOUR DU SCRUTIN

Le jour du scrutin

Article L.52-2 du code électoral
« En cas d'élections générales, aucun résultat d'élection, partiel ou définitif, ne peut être communiqué au public par quelque moyen que ce soit, en métropole, avant la fermeture du dernier bureau de vote sur le territoire métropolitain. En cas d'élections partielles, les mêmes dispositions s'appliquent jusqu'à la fermeture du dernier bureau de vote de la circonscription territoriale intéressée. »

Toute infraction à ces dispositions sera punie d'une amende de 75 000 € (*article L.90-1 du code électoral*).

Peut-on prendre une photo dans le bureau de vote ?

Aucune disposition législative ou réglementaire ne permet de s'opposer à la prise de photographies dans un bureau de vote.

Le président du bureau de vote a seul la police de l'assemblée. Ainsi, lui seul peut autoriser ou non le recours à un tel procédé.

La prise de photographie dans un bureau de vote ne doit toutefois en aucun cas être l'occasion d'une violation de l'article L. 52-2 du Code électoral en matière de communication des résultats électoraux.

QUIZZ

Un candidat peut-il bénéficier de la mise à disposition d'un local communal à des fins de communication?

OUI.

Par principe, un candidat peut bénéficier de la mise à disposition d'un local communal pour une action de propagande électorale (les mises à disposition de salles communales pour les réunions de campagne ne rentrent pas dans la catégorie des dons - *CC, 13 février 1998, AN Val d'Oise*).

Cette mise à disposition devra néanmoins faire l'objet d'une contrepartie financière et devra surtout être rendue possible selon les mêmes conditions à tous les candidats.

Un candidat peut-il recevoir le soutien de personnalités extérieures à l'occasion d'évènements organisés par la collectivité dont il est élu sortant?

NON.

Un évènement organisé par la collectivité ne peut pas constituer l'occasion pour un candidat de recueillir le soutien politique d'une personnalité.

Si des personnalités politiques extérieures à la circonscription peuvent être invités à l'occasion d'inaugurations ou autres, le candidat devra redoubler de vigilance car cela peut conférer une importance accrue à cet évènement.

Conseils :

- observer la plus stricte neutralité dans les propos qui seront tenus à cette occasion par les intervenants
- ne pas déployer des moyens disproportionnés par rapport à l'importance réelle de l'évènement
- ne pas communiquer plus que d'habitude sur la tenue de l'évènement en question, par rapport à des évènements comparables.

Un candidat peut-il obtenir la communication des listes électorales et les utiliser pour la campagne?

OUI.

Condition : égalité stricte entre les candidats dans l'accès à la liste (en termes notamment de délai de traitement des demandes et de coût notamment).

Article L37 Code électoral

Modifié par [LOI n°2016-1048 du 1er août 2016 - art. 7](#)

Tout électeur peut prendre communication et obtenir copie de la liste électorale de la commune à la mairie ou des listes électorales des communes du département à la préfecture, à la condition de s'engager à ne pas en faire un usage commercial.

Tout candidat et tout parti ou groupement politique peuvent prendre communication et obtenir copie de l'ensemble des listes électorales des communes du département auprès de la préfecture, à la condition de s'engager à ne pas en faire un usage commercial.

Un élu sortant peut-il bénéficier de l'aide d'un agent de la collectivité pour organiser les actions de communication de sa campagne?

En principe NON. Cela pourrait être interprété comme un don prohibé de la collectivité à la campagne de la municipalité sortante.

Néanmoins, un agent, notamment un membre du cabinet du maire candidat, peut souhaiter participer à la campagne et le faire en dehors de ses horaires de travail ou pendant ses congés.

Si cet engagement nécessite une disponibilité plus importante, le candidat doit conclure avec cet agent un contrat de travail et prendre en charge tout ou partie de sa rémunération, en fonction du temps effectivement consacré à la campagne, pendant la période préélectorale.

Que faire en cas de propos diffamatoires ou injurieux d'un candidat ?

Art. 29 de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse : **les propos diffamatoires ou injurieux sont répréhensibles pénalement.**

Une plainte peut être déposée à l'encontre du candidat injurieux.

Citation directe devant le tribunal correctionnel possible si des preuves suffisantes peuvent être apportées.

Recours en annulation de l'élection peut également être porté devant le juge administratif si le candidat victime de ces propos perd l'élection.

Un candidat a-t-il toute liberté de s'exprimer dans la presse ou les médias?

La liberté d'expression dans la presse ou les médias d'un candidat n'est pas absolue. Les propos d'un candidat ne doivent tout d'abord pas porter atteinte à la probité ou à l'honnêteté d'un autre candidat ou de l'un de ses colistiers, sous peine de sanctions pénales, ni excéder les limites de la polémique électorale.

Les candidats issus de la majorité sortante doivent éviter de s'exprimer sur les échéances électorales dans le magazine institutionnel de la collectivité car cela pourrait constituer un don prohibé par l'article L 52-8 du Code électoral ou une campagne de promotion des réalisations ou de la gestion de l'équipe municipale. Dans ces limites, le candidat peut librement s'exprimer dans la presse ou les médias.

Un candidat doit-il déclarer préalablement ses réunions de campagne?

NON.

Les réunions de campagne sont libres et n'ont pas à être déclarées préalablement.

Quelques précautions à prendre néanmoins : informer la Préfecture, le commissaire de police, contracter une assurance de responsabilité civile, signaler aux pompiers l'organisation de la réunion, etc.

Faut-il arrêter l'utilisation des réseaux sociaux la veille du jour du scrutin?

Non. Cependant le candidat doit s'assurer qu'aucun élément en lien avec l'élection ne soit publié sur sa page Facebook, par exemple.

Rappel art. 49 Code électoral qui interdit de diffuser par tout moyen de communication au public par voie électronique tout message ayant le caractère de propagande électorale à partir de la veille du scrutin à zéro heure.

■ Faut-il supprimer le site de campagne la veille du jour du scrutin?

NON. Mais à partir de la veille du scrutin à zéro heure, il est interdit de diffuser tout message ayant le caractère de propagande électorale. Cette disposition n'implique pas la suppression du site internet la veille du jour du scrutin.

Le juge a notamment estimé que le fait que le site internet d'une liste se soit trouvé encore accessible le jour du 2nd tour ne constitue pas une méconnaissance des dispositions de l'article L. 49 (***CE 18 octobre 2002, Elections municipales de Lons, req. N° 240048***).

De même, les éléments de propagande électorale publiés antérieurement à cette date n'ont pas été supprimés et peuvent rester accessibles aux internautes (CE 8 juillet 2002, n° 239220).

Faut-il modérer les messages publiés sur le site, le blog ou le réseau social du candidat?

OUI. Une modération des messages est recommandée pour éviter les propos injurieux, diffamatoires ou incitant à la haine raciale.

A noter qu'en matière de délit de presse, le directeur de la publication peut en effet être considéré comme auteur principal de l'infraction.

Rappel également de l'interdiction de diffuser tout message ayant le caractère de propagande électorale à partir de la veille du scrutin à zéro heure (art. L 49 Code électoral).

Les interviews dans les journaux, radio et télé sont-elles possibles pendant la période préélectorale?

Oui, elles demeurent possibles dès lors qu'elles s'inscrivent dans le cadre de l'exercice normal des fonctions de maire ou de président d'EPCI, dans le respect des quatre grands principes définis précédemment.

Les réunions électorales peuvent-elles se tenir avant le début de la campagne officielle ?

Le principe qui s'applique est celui de la liberté de réunion.

Donc OUI, elles peuvent être programmées bien avant le début de la campagne, puis pendant son déroulement, jusqu'à la veille du scrutin (Cons. const., 8 juin 1967, *Haute-Savoie*, 3^e circonscription, n° 67-371 AN).



- Il est interdit à tout candidat de porter à la connaissance du public un élément nouveau de polémique électorale à un moment tel que ses adversaires n'aient pas la possibilité d'y répondre utilement avant la fin de la campagne électorale.(L48-2)

La commune peut-elle informer la population sur les travaux en cours de réalisation en apposant des panneaux sur les palissades des chantiers ?

L'apposition de nombreux panneaux annonçant la réalisation de travaux publics et comportant la mention « votre municipalité travaille pour vous » ne constitue pas une campagne de promotion publicitaire des réalisations ou de la gestion de la collectivité au sens des dispositions de l'article L 52-1 (CE, 24 janvier 2003, *commune des Abymes*, n° 240544).

De même, un affichage sur des panneaux, décidé par la municipalité, destiné à informer le public sur la mise en œuvre prochaine de travaux d'aménagement d'un quartier de la ville antérieurement décidés, n'est pas constitutif d'une campagne de promotion publicitaire prohibée (Cons. const., 6 octobre 1993, *AN Lot*, 1^{re} circ., n° 93-1255).