

PRÉFET DE L'ISÈRE

Préfecture de l'Isère
Direction de la Citoyenneté, de l'Immigration et de l'Intégration
Bureau de la Vie Démocratique / Élections
Tél.: 04 76 60 34 69 / 32 93 / 33 56 / 34 67
Courriel : pref-elections-politiques@isere.gouv.fr

Grenoble, le 19/07/2019

Le Préfet

à

Mesdames et Messieurs les maires du département
*(En communication à Messieurs les Sous-Préfets
de Vienne et de la Tour-du-Pin)*

Objet : élections municipales 2020 / Application de l'article L. 52-1 du code électoral

A l'approche des prochaines élections municipales, je me permets d'appeler votre attention sur les dispositions de l'article L. 52-1 du code électoral relatif à la communication en période pré-électorale.

Aux termes de l'article cité en objet : « **Pendant les six mois précédant le premier jour du mois d'une élection [soit le 1^{er} septembre 2019]** 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 [soit le 1^{er} septembre 2019], 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. »**

Communication des élus candidats :

Un candidat peut librement communiquer, dans le cadre de sa campagne, sur le bilan de la gestion des mandats qu'il détient ou qu'il a détenus (article L.52-1 du code électoral alinéa 2). En revanche, une collectivité territoriale ne peut financer une telle dépense qui doit être assumée par le candidat (article L.52-8 du code électoral). Celui-ci devra en effet, s'il est candidat dans une commune de 9 000 habitants ou plus, la retracer dans son compte de campagne (article L.52-4 du code électoral).

Communication des collectivités territoriales :

S'agissant de la communication des collectivités territoriales, aucune disposition ne les contraint à cesser leurs actions de communication à l'approche des élections. Néanmoins, à compter du 1^{er} septembre 2019, cette communication ne doit pas être constitutive d'une propagande électorale en faveur des candidats ou des listes (article L.52-1 du code électoral, alinéa 2). Il ne doit pas être fait référence aux élections à venir, ni aux réalisations de l'équipe ou de l'élu sortant, ni à la candidature d'un élu local ou à la présentation des projets qu'il est envisagé de mener après l'élection.

Par ailleurs, le caractère massif d'une action de communication peut lui donner le caractère d'une campagne de promotion publicitaire. Le Conseil d'État a en effet jugé que des opérations d'affichage relatives à l'action et aux projets d'une collectivité, qui ont revêtu un caractère massif, complétées par la publication d'encarts dans la presse écrite et sur Internet, ont eu pour effet non de diffuser de simples informations, mais de valoriser, par des messages à caractère promotionnel, l'action de la collectivité territoriale concernée. Il a donc considéré qu'elles devaient être regardées comme des campagnes de promotion publicitaire, alors même que leur contenu était dépourvu de toute référence aux élections. En l'espèce, eu égard à la nature et à l'ampleur de ces opérations, la circonstance qu'elles ont été précédées de campagnes similaires les années antérieures et présentent ainsi un caractère récurrent n'est pas de nature à leur retirer le caractère de campagnes de promotion publicitaire prohibées par les dispositions de l'article L. 52-1 (CE, 4 juillet 2011, n° 338033-338199).

Bulletin municipal :

Un bulletin municipal doit avoir un caractère neutre et informatif et être consacré à des projets ou à des manifestations intéressant la vie locale. Ce document doit présenter un contenu habituel et revêtir une présentation semblable (texte et photographies éventuelles) aux précédentes éditions.

Ainsi, s'agissant de la présentation, dans le bulletin municipal, des réalisations ou de la gestion d'une collectivité, le juge de l'élection vérifie si elle peut être regardée comme constituant une campagne de promotion publicitaire au sens des dispositions de l'article L. 52-1. Pour cela, il s'attache à la présentation du document et à son contenu c'est-à-dire aux termes employés et à l'existence ou non d'une polémique électorale (CE, 6 février 2002, n°236264), mais également au support et aux conditions de diffusion. Le juge vérifie donc si la périodicité et le format habituel ont été conservés (CE, 20 mai 2005, n°274400 et CE, 15 mars 2002, n°236247).

Les propos tenus dans l'espace réservé aux conseillers municipaux n'appartenant pas à la majorité municipale, prévu par l'article L. 2121-27-1 du code général des collectivités territoriales, ne doivent pas répondre à des fins de propagande électorale. Il appartient au juge de l'élection de déterminer après l'élection le caractère des propos tenus et leur gravité afin de prononcer éventuellement l'annulation de l'élection.

Organisation d'événements :

Les inaugurations, cérémonies de présentation des vœux à l'occasion de la nouvelle année ou fêtes locales doivent également avoir un contenu neutre et informatif, portant sur des thèmes d'intérêt général, sans qu'il ne soit fait référence à l'élection à venir ou à la présentation des projets qu'il est envisagé de mener après l'élection. Ces dispositions concernent notamment les discours qui pourraient être prononcés à cette occasion, les documents remis aux participants ainsi que les films présentés.

Comme pour le bulletin municipal, la présentation, à cette occasion, des réalisations ou de la gestion d'une collectivité ne doit pas constituer une campagne de promotion publicitaire au sens des dispositions de l'article L. 52-1.

Par ailleurs, l'événement ne doit pas avoir lieu spécialement à l'approche des élections mais doit être organisé conformément à une périodicité habituelle et dans des conditions identiques à une manifestation équivalente. Il convient ainsi de ne pas anticiper ni retarder l'organisation d'événements à l'approche des élections.

Sites Internet :

Les sites Internet des collectivités territoriales sont tenus de respecter le principe de neutralité des moyens publics et n'ont donc pas vocation à participer directement ou indirectement à la campagne électorale des candidats ou des listes.

L'utilisation d'un site Internet d'une collectivité territoriale pour les besoins de la campagne électorale d'un candidat ou d'une liste est assimilable à un financement par une personne morale, prohibé par le deuxième alinéa de l'article L. 52-8 du code électoral. Les infractions à cet article sont passibles d'une amende de 45 000 euros et de 3 ans d'emprisonnement (art. L. 113-1 du code électoral).

De plus, pour les communes de 9 000 habitants et plus, la Commission nationale des comptes de campagne et des financements politiques (CNCCFP) pourra intégrer les dépenses liées à ce site au compte de campagne de la liste et éventuellement rejeter ce compte. Le juge de l'élection pourra déclarer inéligible pour une durée maximale de 3 ans le candidat tête de liste dont le compte de campagne a été rejeté à bon droit (article L.118-3 du code électoral).

Un lien établi à partir d'un site Internet institutionnel vers le site d'un candidat ou d'une liste pourrait être assimilé à un avantage en nature de la part d'une personne morale, prohibé par les dispositions ci-dessus.

A compter du 1^{er} septembre 2019, les collectivités territoriales ne peuvent mettre en ligne aucune information ayant le caractère d'une promotion des réalisations et de la gestion de la collectivité. Cette disposition n'a pas pour effet de contraindre au retrait des informations mises en ligne avant cette date (art. L. 52-1 , deuxième alinéa du code électoral).

Toutes les campagnes de promotion publicitaire ne sont pas interdites aux collectivités à compter de la période mentionnée ci-dessus mais seulement celles qui peuvent avoir un lien avec les élections municipales, notamment lorsqu'elles évoquent un candidat ou une liste. Il ressort de la jurisprudence que le site Internet d'une collectivité contenant des informations générales, dépourvues de toute polémique électorale, ne doit pas être regardé comme une campagne de promotion publicitaire des réalisations ou de la gestion d'une collectivité au sens du deuxième alinéa de l'article L. 52-1 du code électoral (CE, 8 juillet 2002 , Élections municipales de Rodez).

Tels sont les éléments que je souhaitais porter à votre attention.

Le Préfet,
Pour le Préfet, par délégation
la Secrétaire générale adjointe
Chloé LOMBARD

