



LA COMMUNICATION DES ÉLUS EN PÉRIODE ÉLECTORALE



Affaires
familiales

Immobilier

Responsabilité
& Assurance

Fiscalité

Droit des
Affaires

Contrats et
consommation

Droit du
Travail

Droit
Public



Conseil juridique



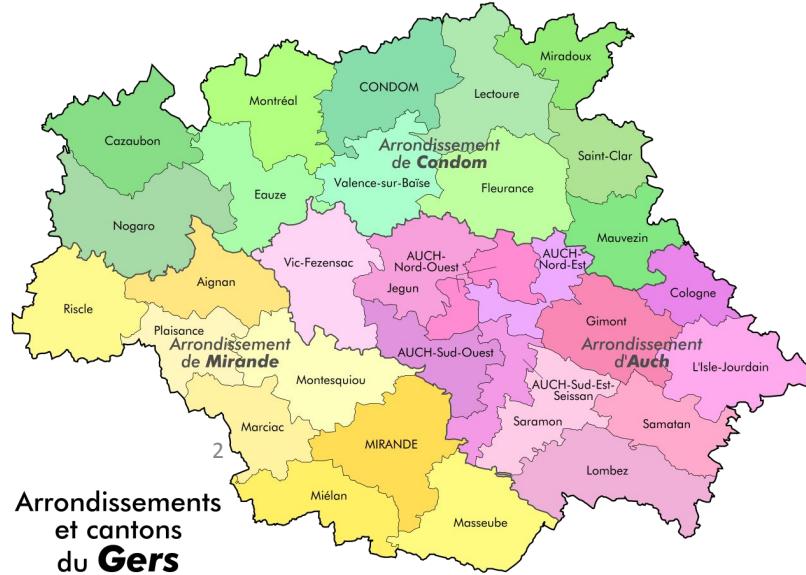
Contentieux



Formation des élus
et des agents



- **Droit administratif général**
- **Contrats et marchés publics** : passation et exécution
- **Urbanisme** : permis de construire, PLU, aménagement
- **Foncier** : expropriation, préemption, domaine public
- **Travaux publics : dommages et désordres**
- **Fonction publique**
- **Police administrative**
- **Responsabilité de la collectivité, des agents et des élus**
- **Contentieux électoral**





Introduction



Les prochaines élections municipales auront lieu en mars 2026.

La communication des Communes et EPCI en période électorale est soumise à des règles particulières, définies notamment par le **Code électoral**.

Objectif : Identifier les règles applicables en matière de communication institutionnelle et ainsi prévenir tout risque de contentieux en période préélectorale et électorale





3 périodes à distinguer

Avant de commencer, il faut bien comprendre la distinction de 3 périodes :

Période préélectorale

Six mois précédant le jour du scrutin

Campagne électorale officielle

15 jours avant le jour du scrutin

Veille du scrutin

À partir de zéro heure



le scrutin



Sommaire

- 1- Les grands principes
- 2- Les sanctions
- 3- La période pré-électorale
- 4- La campagne officielle
- 5- La veille du scrutin
- 6- Cas pratiques



AMF 32 – AGN Avocats

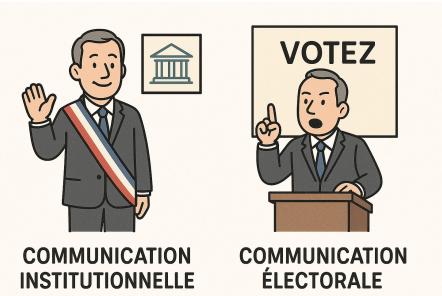
1- Les grands principes





Les grands principes

Pourquoi une telle réglementation ?



- **neutralité** des services et moyens de la collectivité : Intérêt général / Intérêt privé
- **égalité** de traitement entre les candidats

Quels principes respecter ?

4 grands principes : neutralité, antériorité, régularité, identité

A quoi cela s'applique t-il ?

7

Tous supports de communication + évènements de la collectivité





La neutralité du contenu : principe le plus important

- La communication de la collectivité doit évoquer **la vie locale sans mentionner l'élection à venir.**
- L'information délivrée dans les campagnes de communication ne doit comporter **que des messages politiquement neutres.**
- Le caractère de la communication doit être "**informatif, dépourvu de toute propagande ou polémique électorale**"



L'antériorité de l'action

- La commune est autorisée à utiliser ses **moyens de communication habituels**, à condition que ceux-ci restent dans un **cadre traditionnel**.
- Cette exigence vise à garantir que les actions ou événements de communication n'ont pas été mis en place spécialement dans le contexte des élections **en vue d'attirer les électeurs**.



La régularité dans la fréquence

- La collectivité est autorisée à maintenir sa programmation et ses actions habituelles, à condition de ne pas en changer **la forme ni la fréquence**.
- Ce principe implique que **seules les actions de communication déjà réalisées par le passé peuvent être reconduites à l'identique**.



L'identité de moyens

- Les différents moyens de communication ne doivent pas connaître de **modifications avantageuses de l'aspect, de la présentation ou des rubriques présentées en rapport à la communication faite en amont de la période pré-électorale.**
- Toute modification de contenu ou de format, notamment à l'approche des élections, est déconseillée afin d'éviter toute interprétation comme une manœuvre électorale.



ADM 32 – AGN Avocats

2- Les sanctions





Les sanctions encourues

- **Sanctions électorales**
 - annulation des opérations électORALES si altération de la sincérité du scrutin (critère de l'écart de voix)
 - inéligibilité pour une durée maximale de 3 ans
- **Sanctions financières**
 - intégration au compte de campagne de la valeur des avantages indûment procurés par la collectivité. dépassement plafond ou rejet du compte de campagne (commune + 9.000 hab)
- **Sanctions pénales**
 - 75.000 € d'amende : toute infraction aux dispositions de l'article L.52-1 (art. L.90-1 C. électoral)
 - 45.000 € d'amende et 3 ans de prison : don prohibé d'une personne morale (art. L.113-1 C. électoral)



AMF 32 – AGN Avocats

3- La période pré-électorale





Période de 6 mois

La période pré-électorale s'étend sur les six mois précédents le scrutin.

La date à retenir : 1er septembre 2025

*“Pendant les six mois précédant le premier jour du mois d'une élection et jusqu'à la date du tour de scrutin, l'utilisation à des fins de **propagande électorale de tout procédé de publicité commerciale** [...] est interdite.*

*[...] 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 [...].”*

article L. 52-1 du Code électoral



Interdiction de la publicité commerciale

Aucun recours à des procédés de publicité commerciale n'est autorisé pour la propagande d'un candidat



interdiction d'encarts payants dans la presse, spots radio/TV, affichage publicitaire



Interdiction de la communication assimilable à de la propagande électorale



Propagande électorale: ensemble des moyens mis en oeuvre **au profit d'un candidat** à une élection pour attirer les électeurs et favoriser sa victoire

Interdiction de tout support faisant le “bilan” ou mettant “en avant” les actions de l’ équipe en place



Publier un magazine spécial vantant les réalisations du Maire durant le mandat ou multiplier les inaugurations à visée électorale → peut être qualifié de don prohibé (art L52-8 C électoral)



Interdiction aux collectivités de réaliser des campagnes de promotion

Il y a campagne de promotion dès lors que l'initiative de communication **dépasse l'information classique** pour devenir un instrument de promotion des réalisations ou de la gestion d'une municipalité et de ses élus.

L'information OUI, la promotion NON



Multiplication des publications et événements locaux à l'approche des élections → peut être qualifié de don prohibé (art L52-8 C électoral)



- Organisation de manifestations liées à des événements particuliers, ne bénéficiant pas d'une couverture médiatique particulière et ne contribuant pas à la promotion des réalisations et de la gestion de la commune.



Interdiction de l'affichage sauvage et de la mise en place d'un numéro gratuit

- **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.
- **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

articles L. 52-1 et L. 50-1 du Code électoral



AMF 32 – AGN Avocats

Focus





Focus sur le bulletin municipal

- Les publications doivent revêtir un caractère informatif et non promotionnel
- Les propos tenus dans le bulletin municipal ne doivent pas répondre à des fins de **propagande électorale**
- La pagination et la périodicité ne doivent pas augmenter
- Pas de tournure **polémique**



Diffusion dans les 6 mois de plusieurs numéros du bulletin municipal qui contenaient un éditorial et une photographie du maire, candidat aux élections, et dressaient un bilan avantageux de l'action menée par la municipalité



Diffusion d'un bulletin municipal ne comportant que des informations générales sur la vie de la commune et de ses habitants sans aucun élément polémique



Focus sur les inaugurations

- Aucune interdiction de principe sur l'organisation d'une inauguration en période électorale
- La date fixée doit **correspondre à l'achèvement des travaux** et ne doit pas être décidée en fonction de l'échéance électorale
- L'annonce de l'inauguration (cartons d'invitation...) peut être signée par le maire, mais la rédaction doit être la plus **sobre** et **neutre** possible



Retarder une inauguration en vue d'influer sur le vote prochain des électeurs



Être présent à une "journée portes ouvertes" à l'occasion de l'ouverture d'une nouvelle piscine et se borner à faire "acte de présence"



Focus sur les interviews

- Les interviews dans les journaux, radio et TV demeurent **possibles**
- Elles doivent s'inscrivent dans le cadre de l'**exercice normal des fonctions de maire**
- Et respecter les 4 grands principes définis précédemment:
 - la neutralité
 - l'antériorité
 - la régularité
 - l'identité



Focus sur la cérémonie des voeux

- Il n'y a **aucune interdiction de principe** sur l'organisation d'une cérémonie des voeux
- Respect de la **neutralité** des discours ainsi que des documents transmis, projetés ou affichés avec l'impératif d'éviter toute assimilation à une **propagande électorale**
- Les cérémonies peuvent continuer, **sans qu'il n'y ait d'effet** sur leur **périodicité** ni leur **importance**



Organisation d'une cérémonie des voeux lors de laquelle le maire dresse un portrait flatteur de son précédent mandat et parle ouvertement des élections en cours.



Organisation d'une soirée des voeux, présentée par le maire, comme les années passées, qui ne fait aucune allusion à sa campagne.



AMF 32 – AGN Avocats

Les modes de communication en ligne





Définition

*“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**”*

article L. 48-1 du Code électoral



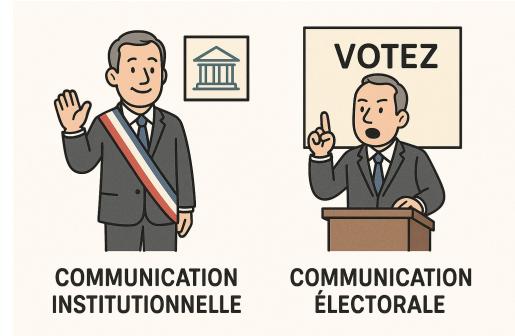
Les sites internet

- Le site **ne doit pas être utilisé pour les besoins de la campagne électorale d'un candidat à une élection**
- Possibilité de créer un site mais ne devra pas mettre en valeur les élus locaux. Le site devra être présenté à la population comme **visant à donner des informations sur la collectivité.**
- Le site peut être maintenu dès lors qu'il se contente de donner des **informations de nature administrative et ne présente aucune information pouvant s'apparenter à de la propagande électorale.**



Les réseaux sociaux

- Les communes peuvent évidemment conserver leur profil sur les réseaux sociaux.
- Le profil de la commune doit être une “simple vitrine” à partir du 1er septembre 2025
- Le compte personnel du candidat doit être distinct de celui de la collectivité afin de ne pas créer de confusion entre la **“communication électorale”** et la **“communication institutionnelle”**
- Applicable au “blog du Maire” financé par la Commune (réagir aux sujets de société): Conseil de le suspendre





AMF 32 – AGN Avocats

4 - La campagne officielle





Période de 2 semaines

environ les 13 jours précédents le scrutin.

“La campagne électorale est ouverte à partir du deuxième lundi qui précède la date du scrutin et prend fin la veille du scrutin à zéro heure.”

article 47 A du code électoral



Interdiction d'une information polémique nouvelle

« 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 ».

article L. 48-2 du Code électoral



Diffusion de documents polémiques sur la page Facebook du comité de soutien du maire candidat et sur celle de son premier adjoint 24 heures avant le scrutin.



Publication le matin du scrutin sur le réseau social Facebook, de l'affiche de campagne du candidat et des remerciements que ce dernier avait publiés sur le réseau la veille du scrutin (en effet, pas d'éléments nouveaux).



AMF 32 – AGN Avocats

5- Veille du scrutin à partir de zéro heure





Interdictions supplémentaires

- Distribuer ou faire distribuer des bulletins, circulaires et autres documents
- Diffuser ou faire diffuser par tout moyen de communication au public par voie électronique tout message ayant le caractère de propagande électorale
- Procéder, par un système automatisé ou non, à l'appel téléphonique en série des électeurs afin de les inciter à voter pour un candidat
- Tenir une réunion électorale
- Publication d'un sondage d'opinion

article L 49 du Code électoral / article 6 de la loi n°2016-508 du 25 avril 2016
de modernisation de diverses règles applicables aux élections



AMF 32 – AGN Avocats

6- Cas pratiques





Cas n°1

Vous êtes maire d'une commune et vous organisez l'inauguration d'une bibliothèque municipale en présence d'un ministre, deux mois avant l'élection et plus d'un an après son ouverture au public.

Etes-vous en règle?



Que dit le juge?



- Cette manifestation est une **campagne de promotion publicitaire** des réalisations de la collectivité.
- Cette manifestation doit être regardée comme ayant été **de nature à altérer la sincérité du scrutin.**
- Annulation des élections municipales.
- Prise en compte du faible écart de voix entre les deux listes



Petit rappel



La date fixée pour organiser une inauguration doit **correspondre à l'achèvement des travaux** et ne doit pas être décidée en fonction de l'échéance électorale.



Cas n°2

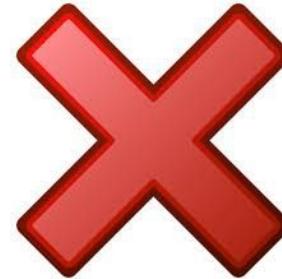
Vous êtes maire d'une commune et vous organisez, comme chaque année, une cérémonie de voeux. Pour qu'il y ait le plus de monde, vous décidez cette année d'inviter les habitants par mail, de déposer un carton dans la boîte aux lettres, et de les appeler sur les téléphones mobiles. C'est une réussite, 400 personnes sont au rendez-vous! La salle habituelle du conseil municipal étant trop petite, vous organisez la réception dans la salle des fêtes. Vous commandez un service traiteur et vous profitez de votre prise de parole pour annoncer de nombreux projets susceptibles d'être mis en oeuvre durant le mandat à venir.

Vous en profitez également, la veille du scrutin, pour accompagner la députée de votre circonscription, déposer une gerbe à une cérémonie de commémoration.

Etes-vous en règle?



Que dit le juge?



- Ces deux événements ont été de nature à altérer les résultats du scrutin.
- Annulation des élections
- Prise en compte du faible écart de voix entre les deux listes



Petit rappel



La **neutralité** des discours ainsi que des documents transmis, projetés ou affichés doit être respectée avec l'impératif d'éviter toute assimilation à une **propagande électorale**.

Les cérémonies peuvent continuer, **sans qu'il n'y ait d'effet** sur leur **péodicité** ni leur **importance**.



Cas n°3

Vous êtes maire d'une petite commune et décidez de vous représenter pour un second mandat en 2026. Dans votre bulletin municipal, vous dressez le bilan des réalisations culturelles et sportives de la commune de l'année, vous y intégrez également des photographies de vous dans l'exercice de vos fonctions.

Vous en profitez également pour annoncer la titularisation à venir d'un certain nombre d'agents et pour envoyer des cartes de voeux signées pour l'anniversaire des habitants de la commune.

Etes vous en règle?



Que dit le juge?



- La titularisation des agents s'inscrit dans le cadre normal de l'activité municipale et n'est pas constitutive de manoeuvre de nature à altérer la sincérité du scrutin.
- Les photographies du maire ne représentent le maire que dans l'exercice de ses fonctions sans mettre en valeur son action personnelle et son programme de candidat.
- Le bulletin municipal ne fait aucune allusion à la campagne électorale à venir.
- La date de la parution du bulletin est similaire à la date des années précédentes (antériorité respectée).
- Les cartes de voeux envoyées par le maire ne font aucune référence à son action personnelle ni à son programme électoral.



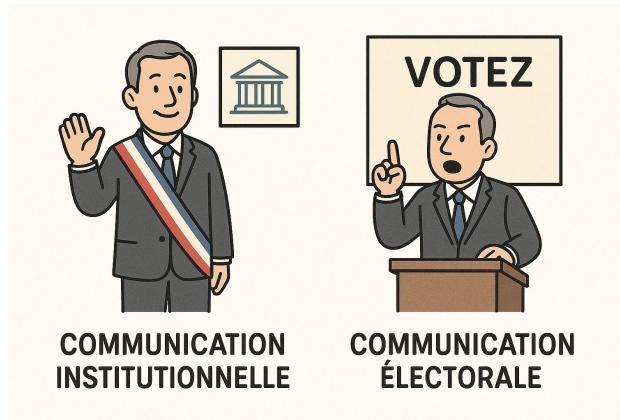
Petit rappel



Bien faire la différence entre la “communication électorale” et la “communication institutionnelle”.

Communication institutionnelle : Elle vise à promouvoir l'image, les missions ou les actions d'une institution (comme une mairie) sans but électoral, de manière neutre et durable.

Communication électorale : Elle cherche à convaincre les électeurs de voter pour un candidat ou un parti politique, souvent pendant une campagne électorale, avec un objectif clairement partisan.





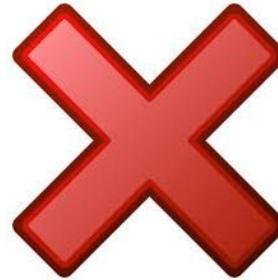
Cas n°4

Vous êtes maire d'une commune et décidez à quelques jours du scrutin de publier dans la Dépêche du Midi un article faisant état de votre brillant mandat et invitez les électeurs à vous permettre de poursuivre vos actions pour le prochain mandat. Cette parution vous coûte à titre personnel 500 euros. La veille du scrutin vous déposez dans les boîtes aux lettres des administrés un document indiquant que votre adversaire a pour projet de fermer le stade municipal pour faire des économies.

Etes-vous en règle?



Que dit le juge?



- L'article est de nature à altérer les résultats du scrutin
- Il existe un élément nouveau de polémique électorale
- Il est très difficile pour l'adversaire de répondre à cette polémique utilement compte tenu du délai
- Annulation des élections



Petit rappel



- Les publications doivent revêtir un **caractère informatif**
- Les propos tenus ne doivent pas répondre à des fins de **propagande électorale**
- Interdiction de la **publicité commerciale** (encart payant)
- Pas de tournure **polémique**



Cas n°5

Vous êtes maire d'une commune et candidat aux prochaines élections. Le matin du scrutin, à votre demande, deux de vos colistiers ont publié sur facebook votre affiche de campagne et des remerciements qui ont été déjà publiés auparavant. Ces post ont eu peu de succès car ils ont été peu consultés.

Etes vous-en règle?



Que dit le juge?



- Bien que publiées dans les 48 heures précédant le scrutin (période encadrée par les règles les plus strictes) ces deux publications n'apportent aucun élément nouveau, ont été peu vues et contiennent des informations déjà connues du public



Petit rappel



“A partir de la veille du scrutin à zéro heure, il est interdit de :

(...)

*2° Diffuser ou faire diffuser par tout moyen de communication au public par voie électronique
tout message ayant le caractère de propagande électorale”*

article L 49 du Code électoral



Conclusion

- A partir du 1er septembre 2025, la communication de la mairie devra être strictement **neutre et informative**
- Distinction stricte entre la **communication institutionnelle** et la **communication électorale**
- N'utiliser **aucun moyen de la collectivité pour sa promotion ou sa propagande**
- Respecter les **4 principes**





Bonne campagne.... à la régulière !







AGN AVOCATS

*Nous sommes à votre disposition pour
en savoir plus !*

*Léa LAFFOURCADE
Avocat associé*



06 73 46 23 56



lea.laffourcade@agn-avocats.fr