



Elections municipales de mars 2026

Les règles de la communication en période préélectorale applicables aux communes, aux EPCI et aux élus candidats

Depuis les dernières élections de 2020, les règles applicables en période préélectorale ont peu évolué, sur le plan légal. En revanche, la jurisprudence en la matière s'est enrichie.

Cette note fait le point sur les principes qui doivent régir la communication des communes, des établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) et des candidats (en fonction ou non), à partir du 1^{er} septembre 2025 et ne saurait trop insister sur la prudence à adopter en ce domaine, au regard des sanctions encourues et de la corrélation avec les restrictions en matière de financement des campagnes électorales.

Elle fait également état de plusieurs jurisprudences qui précisent l'application de ces règles aux réseaux sociaux (Facebook, X (ex-Twitter)), ...).

Table des matières

I- COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE DES COMMUNES, DES EPCI ET AUTRES PERSONNES MORALES.....	2
A- Principes généraux.....	2
B- Interdiction des campagnes de promotion publicitaire des réalisations ou de la gestion d'une commune ou d'un EPCI à compter du 1er septembre 2025	5
II- COMMUNICATION DES CANDIDATS (EN FONCTION OU NON)	8
Six mois avant l'élection, soit à compter du 1er septembre 2025.....	8
A- Interdiction de la publicité commerciale.....	8
B- Interdiction de l'affichage sauvage	10
C- Interdiction des appels téléphoniques ou télématiques gratuits pour le candidat.....	11
Les jours précédant le scrutin	12
D- Interdiction de porter à la connaissance du public un élément nouveau de polémique électorale à un moment tel que les adversaires ne peuvent y répondre utilement.....	12
La veille du scrutin à partir de zéro heure	13
E- Interdiction de distribuer ou de diffuser certains documents	13
F- Interdiction des messages ayant le caractère de propagande	14
G- Interdiction des sondages d'opinion.....	16
Le jour du scrutin.....	16
H- Interdiction de communiquer le résultat de l'élection avant la fermeture du dernier bureau de vote	16
ANNEXE - LES MODES DE COMMUNICATION EN LIGNE	17

A- Principes généraux

A compter du 1^{er} septembre 2025¹ et jusqu'au jour de l'élection, les actions de communication mises en œuvre par la commune ou l'EPCI (ainsi que d'autres personnes morales susceptibles d'intervenir dans la campagne) sont encadrées. Sont ainsi concernés, entre autres, les bulletins d'information des communes et des EPCI avec notamment l'éditorial de l'exécutif et les tribunes politiques, les inaugurations, les cartes de vœux, les flyers et documents d'information édités notamment par la commune ou l'EPCI mais également les modes de communication électronique (sites internet, blogs et comptes Facebook ou X (ex-Twitter)).

Les communes et les EPCI doivent veiller à respecter les règles en matière de communication préélectorale, suivant un calendrier précis.

Afin de ne pas tomber sous le coup des interdictions prévues par le code électoral, les élus des communes et EPCI, candidats ou non, doivent se demander si les actions de communication envisagées ont été décidées du fait de la proximité des élections.

La jurisprudence a défini quatre grands principes dont le respect permet de poursuivre, en toute légalité, la communication habituelle, en période préélectorale. Ces critères sont les suivants :

- **la neutralité qui constitue le critère le plus important à respecter** : 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 ou de l'équipe sortant(e). Il convient de garder un ton neutre et informatif, dépourvu de toute propagande ou polémique électorale (*CE 3 déc. 2014, É. Mun. de La Croix Saint-Leufroy, n° 382217*) ;
- **l'antériorité** : la commune ou l'EPCI peut continuer à communiquer via ses outils (bulletins municipaux, site internet...), à organiser des manifestations, des cérémonies à partir du moment où ces dernières ont un caractère traditionnel et ne sont pas assorties d'actions destinées à influencer les électeurs (*Conseil Constitutionnel, 13 déc. 2007, Bouches du Rhône, 1^{ère} circ.*) ;
- **la régularité** : 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. Par ailleurs, l'élu pourra continuer à signer son éditorial et sa photographie pourra être maintenue à partir du moment où ce procédé a un caractère régulier et que le contenu est neutre. Pour le site internet de la collectivité, le juge vérifie qu'il n'y a pas eu de mise à jour inhabituelle, particulièrement répétitive ou injustifiée du site (*CE, 4 nov. 2020, É. Mun. et communautaires de Frignicourt, n° 440355*) ;
- **l'identité** : à l'approche des élections, les différents moyens de communication ne doivent pas connaître de modifications avantageuses de l'aspect, de la présentation ou des rubriques présentées. Pour autant, la collectivité peut continuer d'organiser des manifestations, même nombreuses, si elles sont analogues à celles des années précédentes (*Conseil Constitutionnel, 20 janv. 2003, AN Hauts de Seine, 5^{ème} circ.*).

¹ Depuis l'entrée en vigueur de la loi n° 2016-508 du 25 avril 2016 de modernisation de diverses règles applicables aux élections, les règles en matière de financement des campagnes électorales s'appliquent également à compter du premier jour du sixième mois précédant le mois de l'élection et non pas un an avant les élections.

Seul le juge électoral apprécie souverainement s'il y a eu ou non communication prohibée et mise en valeur injustifiée des actions des élus candidats ou de tout autre élu.

En outre, pour déterminer la validité des opérations électorales, le juge s'attache à vérifier de façon pratique si une irrégularité a été commise et, le cas échéant, si elle a pu altérer la sincérité du scrutin en examinant notamment :

- l'écart de voix et le respect du principe d'égalité entre les listes et candidats ;
- le degré de propagande ;
- la bonne foi du candidat ;
- l'impact du message diffusé sur les électeurs ;
- le contenu des informations diffusées.

Les sanctions encourues en cas de non-respect des règles applicables en matière de communication et de financement électoral vont dépendre en pratique de la nature et du « degré de gravité » de l'irrégularité constatée. La violation du code électoral peut engendrer l'inéligibilité du candidat, l'annulation du scrutin, voire des sanctions financières.

Sanctions électorales : elles peuvent se traduire par une annulation de l'élection et une déclaration d'inéligibilité du candidat élu.

Sanctions financières : pour les seuls candidats des collectivités de 9000 habitants et plus, le juge électoral peut ordonner la réintégration de la contre-valeur de l'avantage consenti au candidat dans son compte de campagne, ce qui peut également conduire au dépassement du plafond de dépenses électorales et/ou au rejet du compte de campagne, qui entraînent les conséquences financières suivantes : versement du montant du dépassement du plafond des dépenses électorales au Trésor public, suppression du remboursement forfaitaire des dépenses électorales par l'Etat.

Sanctions pénales : le candidat peut être condamné à payer 75 000 € d'amende dans l'hypothèse d'une campagne de promotion publicitaire de la gestion d'une collectivité menée dans les six mois précédant le scrutin (*article L.90-1 du code électoral*) ou encore peut être condamné à une peine de trois ans de prison et 45 000 € d'amende (comme le donateur), en cas de don prohibé d'une personne morale (*art. L.113-1 du code électoral*). C'est notamment le cas lorsqu'un bilan de mandat laudatif est réalisé par la collectivité pendant la période préélectorale.

Focus

Bilan de mandat : s'il est très fortement déconseillé qu'une collectivité procède à un bilan de mandat de l'équipe sortante dans la période préélectorale, un candidat sortant peut présenter le bilan de son mandat, dans le cadre de l'organisation de sa campagne, financé par son compte de campagne, pour les seuls candidats des collectivités de 9000 habitants et plus ou par les fonds destinés au financement de la campagne, pour les autres candidats (art. L.52-1 alinéa 2 du code électoral). Dans ce cas de figure, il convient que le maire candidat utilise dans ses documents de campagne, tel que le bilan de mandat, une charte graphique et des documents ou photos distincts de ceux de la collectivité afin qu'il n'y ait pas de confusion possible.

Editorial et photographie de l'édile : le maire peut conserver son éditorial et le signer, tant qu'il comporte des considérations de politique générale locale et n'appelle pas à voter pour un candidat sortant ou non.

Les photographies d'élus illustrant un éditorial attirent l'attention du juge. Ces photos peuvent être conservées lorsqu'elles représentent l' élu dans le cadre de ses fonctions, sans mettre en valeur son action personnelle (CE, 15 avril 2005, Elections cantonales de Cilaos). Toutefois, si la collectivité fait le choix de conserver l'éditorial et la photo de l' élu, il convient d'être particulièrement vigilant sur le contenu de l'éditorial et sur la neutralité du ton du texte.

Tribunes politiques dans les communes de plus 1 000 habitants et les EPCI comprenant au moins une commune de plus de 1 000 habitants : les élus de l'opposition bénéficient d'un droit d'expression dans tous les supports d'information de la collectivité (bulletin périodique, site internet, émission diffusée par la télévision locale en régie...). Contrairement à une idée répandue, le maire ou le président de l'EPCI peut suspendre la parution de son éditorial, pendant la période préélectorale, mais cela ne l'autorise en rien à supprimer, dans le même temps, les tribunes d'opposition et ce, quel que soit le support de communication.

S'agissant du contenu des tribunes qui ont un caractère de propagande électorale, le Conseil d'Etat (CE, 7 mai 2012, n°35353) a reconnu que « la commune ne saurait contrôler le contenu des articles publiés dans ce cadre qui n'engagent que la responsabilité de leurs auteurs ».

Toutefois, en tant que directeur de la publication, l'exécutif demeure pénalement responsable des délits de presse commis via l'organe dont il a la charge. A ce titre, il est en droit de s'opposer à la parution d'un article dans trois cas :

- délits de presse et troubles à l'ordre public (diffamation, propos injurieux, apologie des crimes de guerre et des crimes contre l'humanité...) (réponse ministérielle JOAN n°5129, 26 fév. 2013) ;
- non-respect du règlement intérieur. Ce dernier prévoit les modalités d'exercice du droit d'expression. Il peut fixer les règles applicables à l'expression des élus, qu'ils appartiennent ou non à la majorité. Le non-respect du règlement intérieur pourra servir de fondement à un refus ponctuel de publication.

Interviews dans les journaux, radio et télé notamment locaux : il faut distinguer selon que le média est détenu par la collectivité (ou un de ses satellites) ou libre :

- si le média est contrôlé par la collectivité, de telles interviews 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 (il est important de ne pas en augmenter le nombre et d'éviter les sujets de polémique ou programmatiques) ;

- en revanche, il n'existe pas de restriction particulière pour la presse libre (tant que l'intervention n'est pas qualifiable de procédé de publicité commerciale).

B- Interdiction des campagnes de promotion publicitaire des réalisations ou de la gestion d'une commune ou d'un EPCI à compter du 1er septembre 2025

Article L.52-1 alinéa 2 du code électoral :

« 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 ».

C'est à compter de cette date que la communication « institutionnelle² », qui revêt un caractère de campagne de promotion publicitaire des réalisations et de la gestion d'une collectivité (bulletins municipaux ou intercommunaux, publications, affichage, cérémonies...), est prohibée, car elle dépasse le cadre de la stricte information. Il importe ici de veiller à ce que la communication de la collectivité s'abstienne de mettre en valeur les candidats, leurs réalisations en tant qu'élus sortants ou encore leurs projets, sauf à s'apparenter alors à un moyen de propagande. La communication doit être purement informative. De même, la forme du message doit être identique à celle employée jusqu'à présent, quant à son support ou encore son ampleur.

Toute infraction aux dispositions de l'article L.52-1 alinéa 2, rappelé ci-dessus, sera punie d'une amende de 75 000 € (art. L. 90-1 du code électoral).

Pour les élections municipales, toutes les « collectivités » sont concernées par les dispositions de l'article L.52-1 alinéa 2 du code électoral et non pas uniquement les « collectivités territoriales » au sens de l'article 72 de la Constitution. Ainsi, un syndicat de communes, une communauté de communes, une communauté d'agglomération... sont soumis aux restrictions édictées par l'article L.52-1 alinéa 2 du code électoral (Conseil Constitutionnel, 4 novembre 1993, AN, Rhône, 2^{ème} circonscription).

NB : Dans la suite de cette note, le terme générique « collectivité » sera utilisé pour désigner communes et EPCI.

De même, de manière générale, une collectivité ne saurait promouvoir la gestion ou les réalisations d'un de ses élus si ce dernier est candidat aux élections départementales, régionales ou législatives, sans violer l'interdiction de l'article L.52-1 du code électoral.

Exemples de jurisprudences (en rouge ce qui a été sanctionné, en bleu ce qui a été admis)

Constitue une violation des dispositions de l'article L.52-1 alinéa 2 du code électoral, la communication d'une collectivité qui revêt un caractère promotionnel. Il en va ainsi :

- de la diffusion, à l'ensemble des électeurs de la commune, de plusieurs numéros d'un bulletin qui contenait un éditorial et une photographie du maire, candidat aux élections municipales, et qui dressait un bilan avantageux de l'action menée par la municipalité,

² Communication effectuée par les administrations publiques afin d'informer les administrés des initiatives et des réalisations de la collectivité.

eu égard au faible nombre de voix obtenues par les candidats en présence (CE, 5 juin 1996, *El. Mun. de Morhange*) ;

- de la diffusion d'un bulletin municipal présentant, de manière particulièrement avantageuse, les réalisations de la commune, quand bien même le ton favorable de la présentation ne différait pas de celle des précédents bulletins municipaux, et comportant un éditorial du maire prenant ouvertement parti en faveur des candidats issus de la liste municipale sortante (CE, 3 déc. 2014, *El. Mun. de La Croix Saint-Leufroy*, n° 382217) ;
- de la diffusion, durant la période préélectorale, de quatre éditions spéciales du magazine municipal comportant plusieurs pages illustrées, et de l'organisation de plusieurs événements destinés à promouvoir l'action municipale, à raison de la multiplication des publications et des événements, de leur contenu et de leur caractère spécial (CE, 10 juil. 2009, *El. Mun. de Briançon*, n° 322070) ;
- de la diffusion d'un bulletin exceptionnel, imprimé à grande échelle par la commune, ne présentant pas de périodicité habituelle et qui rappelle de façon détaillée les travaux réalisés par la municipalité sur une période de 10 ans (CE, 16 juil. 2012, *El. cantonales de Montargis*, n°353979) ;
- de l'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, *El. Mun. d'Annonay*) ;
- d'une revue municipale incluant une tribune signée par tous les élus de la majorité municipale comportant, en remplacement de l'habituel éditorial du maire, un encart de quatre pages dressant un bilan flatteur de l'action du maire et de sa majorité, avec une tonalité clairement électorale et reprenant, parfois dans les mêmes termes, certains des thèmes développés lors de la campagne pour les élections départementales (CE 16 mars 2016, *El. cantonales de Niort 3*, n° 394533) ;
- d'un journal municipal comprenant, d'une part, des informations pratiques, d'autre part, l'analyse détaillée des réalisations de la commune, illustrée par de nombreuses photos où figurait fréquemment le maire. En effet, bien que rédigée en des termes mesurés et reprenant le format d'éditions antérieures, cette publication, diffusée après une longue période d'interruption de plus de trois ans et demi, revêt donc un caractère exceptionnel du fait du moment choisi pour sa diffusion, c'est à dire à l'approche des élections municipales (CE 21 janv. 2015, *Él. Mun. de Montey-Notre-Dame*, n° 382824) ;
- de l'apposition massive dans les stations et gares de métro et de RER, d'affiches de quatre mètres sur trois, portant le nom et le logo de la seule région, mettant en avant la politique régionale des transports, quand bien même ces campagnes ont été précédées de campagnes similaires les années précédentes, compte tenu de leur impact et de leur contenu valorisant (CE, 4 juil. 2011, *El. régionales d'Ile-de-France*, n°383305) ;
- de l'organisation d'une cérémonie de vœux d'une ampleur particulière, en raison tant des moyens déployés par la commune que de l'affluence et des propos tenus lors du discours, en lien avec de nombreux projets susceptibles d'être mis en œuvre durant le mandat à venir (CE, 11 fév. 2015, *El. Mun. de Pibrac*, n°382686) ;
- d'un 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 (CE 15 juin 2015, CNCCFP c/ . X. *Él. mun. et comm. d'Oyonnax*, n° 387896).

Ne constitue pas une violation des dispositions de l'article L.52-1 alinéa 2 du code électoral, la communication d'une collectivité qui revêt un caractère strictement informationnel. Il en va ainsi :

- des lettres d'information d'une communauté de communes donnant une image valorisante des réalisations de cette collectivité dont le contenu et la tonalité n'excédaient pas l'objet habituel d'une telle publication. La périodicité de diffusion de ces lettres d'information, qui ne faisaient d'ailleurs aucune référence aux élections cantonales à venir, n'a pas été modifiée pendant la période électorale et le format n'a pas augmenté de manière significative par rapport à l'évolution constatée pour les numéros précédents. Ces lettres ne sauraient dès lors être regardées comme participant d'une campagne de promotion publicitaire des réalisations et de la gestion de la communauté de communes alors même que plusieurs thèmes qu'elles mentionnent ont été repris par le président de la communauté de communes dans ses documents de campagne en vue des élections cantonales (CE, 9 mars 2012, *El. cantonales de Dourdan*) ;
- d'un mensuel d'informations municipales dont le contenu ne différait pas de celui des mois précédents, alors même que cette publication comportait la description de certains projets en cours de réalisation ou à venir, figurant également dans le programme du maire sortant (CE, 15 mars 2002, *El. Mun. de Valence d'Agen*) ;
- de la mise en place de panneaux annonçant la réalisation de travaux publics et ce, même s'il n'y a aucun précédent. Le contenu informatif de l'initiative et sa justification par l'évènement générateur que constitue le début des travaux suffisent pour garantir sa légalité sur le plan du droit électoral (CE, 24 janv. 2003, *El. Mun. des Abymes*) ;
- d'un bulletin municipal dressant le bilan des réalisations culturelles et sportives de la commune pour l'année 2003 comportant de nombreuses photographies du maire, dès lors que celui-ci est présenté dans l'exercice de ses fonctions, sans mise en valeur de son action personnelle et de son programme de candidat aux élections cantonales (CE, 15 avril 2005, *Elections cantonales de Cilaos*) ;
- de l'éditorial du maire ayant une longueur supérieure à la longueur habituelle, eu égard au ton employé, qui se borne à la présentation d'informations de caractère général et de son contenu dépourvu de polémique électorale (CE, 16 janvier 2015, *Election municipale de Marcy-L'Etoile*, n°382136) ;
- de la manifestation organisée afin de célébrer le 30ème anniversaire de la fusion entre deux communes compte tenu de son programme et de la modestie de son coût, tout comme la manifestation traditionnelle d'ouverture de la saison d'hiver (CE, 20 mai 2005, *Elections cantonales de Saint-Gervais*, n°273749) ;
- de la participation à un nombre élevé d'évènements (réunions de présentation de projets, inauguration d'équipements, réceptions, rencontres-débat, vœux, pose de la première pierre ...), dès lors que les réunions de présentation de projets, les réceptions et les vœux relèvent d'une pratique habituelle, que l'inauguration d'équipements ou la pose de la première pierre correspond au calendrier de l'achèvement des travaux, que les seules personnes invitées aux différentes manifestations sont directement concernées, que ces manifestations se rattachent toutes à un évènement particulier

qui n'a pas fait l'objet d'une couverture médiatique particulière, que les propos tenus à l'occasion de ces événements ne s'apparentent pas à des déclarations électorales, ne font aucune référence aux projets à venir, tout en étant exempts de toute dimension politique (CE, 17 avril 2015, El. mun. d'Audenge, n° 382194 – CE, 17 avril 2015, El. mun. de Metz, n° 386091) ;

- du « publi-reportage » diffusé dans un organe de presse qui se borne à faire état de la tenue, à l'initiative d'un office public de l'habitat, d'une journée d'inauguration marquant la fin des travaux de rénovation d'immeubles menés par cet office, sans mentionner l'éventuel rôle du maire ou de l'équipe municipale sortante dans cette opération de rénovation urbaine (CE, 17 avril 2015, El. mun. de Metz, n° 386091) ;
- de la communication sur les réseaux sociaux de la ville, dans des termes mesurés et quatre mois avant le premier tour, et de la diffusion d'une vidéo de la maire afin de présenter factuellement les actions mises en place par la commune pendant la période du confinement (CE, 30 déc. 2021, El. Mun. de Fresnes, n° 451385) ;
- des articles parus dans le bulletin d'information générale de la commune faisant état de diverses réalisations récentes de la municipalité sortante et d'activités qui se sont déroulées dans la commune, eu égard à leur contenu informatif (CE, 17 juin 2015, El. mun. de Bron, n° 385204).

II- COMMUNICATION DES CANDIDATS (EN FONCTION OU NON)

Six mois avant l'élection, soit à compter du 1^{er} septembre 2025

A- Interdiction de la publicité commerciale

Article L.52-1 alinéa 1^{er} 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 ».

L'interdiction générale édictée par cet article 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 à des fins de propagande électorale...), que celle-ci soit effectuée avec ou sans contrepartie financière (Cour de Cassation, Chambre criminelle, 7 juin 1990).

La méconnaissance de cette interdiction a pour principal effet l'annulation du scrutin en cas de faible écart de voix.

Par ailleurs, le code électoral précise que toute infraction aux dispositions de l'article L.52-1, alinéa 1^{er}, rappelé ci-dessus, sera punie d'une amende de 75 000 € (article L. 90-1 du code électoral). En outre, sera puni d'une amende de 15 000 € et d'un emprisonnement d'un an 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 publicité commerciale ne respectant pas les dispositions de l'article

précité (article L.113-1, II, 1° du code électoral).

Constituent une violation des dispositions de l'article L.52-1, alinéa 1^{er}, du code électoral :

- la mise à la disposition d'un candidat, par une radio locale gérée par une association, d'un temps d'antenne quotidien au cours duquel ont été diffusées des émissions destinées à favoriser l'élection de la liste qu'il menait, eu égard au contenu desdites émissions (CE, 7 mai 1993, *El. régionales de la Réunion*) ;
- 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 juil. 1993, *El. cantonales de Castelsarrasin*) ;
- l'utilisation d'une technique de référencement commercial d'un site Internet à finalité électorale sur un moteur de recherche ayant pour but d'attirer vers lui des internautes qui effectuent des recherches, même dépourvues de tout lien avec les élections municipales (CE, 13 fév. 2009, *Elections municipales de Fuveau*, Cons. Const. 8 déc. 2017, AN Alpes-Maritimes, 3^{ème} circ., M. Rudy Salles, n° 2017-5026 AN).

Ne constituent pas une violation des dispositions de l'article L.52-1, alinéa 1^{er}, du code électoral :

- la diffusion d'un document qui a été spécialement réalisé et diffusé par une liste (CE assemblée, 18 déc. 1996, *El. dans le 16^{ème} arrondissement des membres du Conseil de Paris et du Conseil d'arrondissement*) ;
- 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 juil. 2002, *El. Mun. de Rodez*).

NB : Pour autant, les candidats ne doivent pas acheter de l'espace publicitaire sur un site Internet à gestion commerciale. De même, le contenu des sites des candidats ne doit pas afficher de message publicitaire, ce qui constituerait un financement par des personnes morales, en infraction avec les dispositions de l'article L. 52-8 du code électoral.

B- 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.

En cas d'affichage électoral apposé en dehors des emplacements prévus au présent article, le maire ou, à défaut, le préfet peut, après une mise en demeure du ou des candidats en cause, procéder à la dépose d'office des affiches ».

Le nombre maximum d'emplacements réservés à l'affichage électoral qui peut être mis à disposition des candidats, en dehors de ceux établis à côté des bureaux de vote, est fixé par le code électoral en fonction du nombre d'électeurs (*art. R.28 du code électoral*).

Les affiches ne peuvent dépasser une largeur et une hauteur maximale (*art. R.27, alinéa 2 du code électoral*).

Les affiches ayant un but ou un caractère électoral ne doivent pas faire figurer l'emblème national ou une combinaison des trois couleurs : bleu, blanc et rouge, de nature à entretenir la confusion avec celui-ci, à l'exception de la reproduction de l'emblème d'un parti ou groupement politique (*art. R.27 alinéa 1^{er}, du code électoral*). **Le juge électoral n'a pas hésité à annuler deux élections municipales s'étant déroulées en 2020 en raison de la méconnaissance de cette obligation (CE, 14 avril 2021, ÉL. Mun. de Boissy-le-Repos, n° 446633 ; CE, 19 mai 2021, ÉL. Mun. d'Oppède, n° 442678).**

Sera passible d'une amende de 9 000 € toute personne qui aura contrevenu à l'interdiction de l'affichage électoral en dehors des emplacements réservés dans les six mois précédant le premier tour. Il en ira de même pour tout candidat qui utilisera ou permettra d'utiliser son panneau d'affichage dans un but autre que la présentation et la défense de sa candidature et de son programme, pour son remerciement ou son désistement ainsi que pour tout candidat qui cédera à un tiers son emplacement d'affichage (*art. L. 90 du code électoral*).

En outre, sera puni d'une amende de 15 000 € et d'un emprisonnement d'un an (au maximum), tout candidat tête de liste qui aura bénéficié, sur sa demande ou avec son accord exprès, d'affichages ne respectant pas les dispositions de l'article L. 51 du code électoral (*art. L. 113-1, II, 1° du code électoral*).

Constituent une violation des dispositions de l'article L. 51 du code électoral :

- l'apposition sur les murs de la salle du scrutin de plusieurs affiches éditées par un parti politique qui a présenté une liste (*CE, 7 fév. 1956, El. Mun. de Lérans*) ;
- l'apposition d'affiches et d'une banderole devant la permanence électorale du candidat (*CE, 25 mars 2002, El. Mun. de Morhange, n° 236396*) ;
- l'apposition d'affiches sur les fenêtres d'un établissement commercial (*Cons. Const. 14 déc. 2012, n° 2012-4628 AN*) ;

- l'apposition d'affiches ou banderoles sur une propriété privée (*Rép. Min. n° 15892, 27 août 2015, JO Sénat*) ;
- 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*).

Mais n'est pas sanctionnée sur la base de l'article L.51 du code électoral :

- l'apposition d'affiches en dehors des emplacements autorisés, bien que caractérisant un abus de propagande, compte tenu de son caractère limité (*CE, 23 déc. 1966, Elections municipales de Poitiers*), ou compte tenu du fait que des abus analogues ont été commis par le camp adverse (*CE assemblée, 13 janv. 1967, Elections municipales d'Aix-en-Provence*), ou compte tenu du fait que les adversaires ont eu la possibilité de répondre par tous les moyens légaux aux critiques contenues dans ces affiches (*CE, 16 oct. 1970, Elections municipales de Bastia*).

C- Interdiction des appels téléphoniques ou télématiques gratuits pour le candidat

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 ».

L'interdiction prévue à l'article L.50-1 du code électoral concerne exclusivement la communication des candidats. Ainsi 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.

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 (art. L.113-1, II, 2° du code électoral).

Les jours précédant le scrutin

D- Interdiction de porter à la connaissance du public un élément nouveau de polémique électorale à un moment tel que les adversaires ne peuvent y répondre utilement

Article L.48-2 du code électoral :

« 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 ».

La méconnaissance de ces dispositions peut être punie d'un emprisonnement d'un an et d'une amende de 15 000 euros (art. L.97 du code électoral).

Constituent une violation des dispositions de l'article L. 48-2 du code électoral :

- la diffusion, sur un réseau social, la veille du scrutin, d'une vidéo captée par un membre du cabinet du maire montrant un candidat d'une liste concurrente déchirant des affichages électorales adverses, accompagnée d'un message fustigeant les "sales méthodes" d'un colistier d'une liste adverse (mais pas d'annulation compte tenu de l'écart de voix et du faible impact de la publication) (CE, 20 oct. 2021, El. Mun. de Romans, n° 450393) ;
- la large diffusion d'un tract émanant d'une liste le vendredi soir précédant le second tour dans les boîtes aux lettres des habitants de la commune et relayé à la même date sur les pages Facebook du candidat tête de liste et de son association politique. Ce tract accusait un concurrent d'avoir "cautionné le sauvetage de la quasi-faillite de la communauté de communes", de vouloir "bannir la culture", de privilégier "le clientélisme dans les embauches, dans le choix des entreprises, dans l'attribution des subventions aux associations". Compte tenu de sa date et heure de diffusion, de l'importance de la diffusion, du contenu sensible, du faible écart de voix et de ce qu'aucune réponse utile n'avait pu y être utilement apporté, annulation des opérations électorales (CE, 25 juin 2021, El. Mun. de Saint-Astier, n° 446700).

En revanche, n'a pas été constitutif d'une infraction à l'article L. 48-2 du code électoral :

- la tenue et la diffusion sur les réseaux d'un conseil municipal s'étant tenu le 26 juin 2020, soit deux jours avant le second tour du scrutin des élections municipales et communautaires, avec pour ordre du jour l'approbation du compte administratif de 2019 de la commune, présenté en amélioration, ainsi que le vote des taux d'imposition communaux 2020 qui proposait une baisse de la taxe foncière, accompagné d'une communication radiophonique du maire de la commune annonçant le "passage au vert" des comptes de la commune, compte tenu de la période très particulière de crise sanitaire et de la nécessaire continuité budgétaire, financière et fiscale des collectivités territoriales et des établissements publics locaux (CE, 30 déc. 2021, El. Mun. d'Anse-Bertrand, n° 445556) ;

Conseils

Dans les derniers jours précédant le scrutin, il est recommandé de n'ouvrir aucune nouvelle polémique et de redoubler de vigilance dans l'utilisation des réseaux sociaux (nécessité de prévoir une modération pour supprimer des messages trop agressifs, même rédigés par d'autres utilisateurs).

La veille du scrutin à partir de zéro heure

E- Interdiction de distribuer ou de diffuser certains documents

Article L.49 1° du code électoral :

« A partir de la veille du scrutin à zéro heure, il est interdit de : 1° 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 (art. L.89 du code électoral).

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, n° 1402111).

Pour prononcer l'annulation du scrutin, le juge électoral a examiné :

- le contenu des documents publiés sur « Facebook » : le premier document diffusé prend la forme d'un tract de propagande électorale signé par le maire en cette qualité, rédigé sur un ton particulièrement polémique et mettant personnellement en cause son adversaire, lequel y était accusé de mensonge ou d'incompétence. Le second comportait une liste de personnalités présentées comme ayant apporté leur soutien à la liste du maire candidat, assortie de commentaires favorables à celui-ci et à sa liste ;
- l'impact de la diffusion de ces documents : le caractère tardif de cette diffusion interdisait matériellement à la liste menée par l'adversaire d'y répondre. En outre, ces messages avaient effectivement donné lieu à consultation de la part du public, seize personnes ont d'ailleurs indiqué les « aimer » ;
- l'écart des voix : 17 voix entre les deux listes, ce qui est très faible.

Contreviennent également aux dispositions de l'article L. 49 1° du code électoral :

- la publication par un candidat sur son compte Facebook, la veille du second tour, d'un message accompagné de trois photographies d'affiches électorales (mais pas d'annulation compte tenu de l'écart de voix et du faible impact de la publication) (CE, 20 oct. 2021, El. Mun. de Romans, n° 450393).

En revanche, n'a pas été constitutif d'une infraction à l'article L.49 1 code électoral :

- la 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, eu égard à l'absence de tout élément nouveau (CE, 30 déc. 2021, El. Mun. d'Aubières, n° 450099).

F- Interdiction des messages ayant le caractère de propagande

Article L.49 2° du code électoral :

« A partir de la veille du scrutin à zéro heure, il est interdit de : 2° 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 € (art. L.89 du code électoral).

Contreviennent aux dispositions de l'article L. 49 2° du code électoral :

- 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 fév. 2015, n° 385686) ;
- l'envoi par le président sortant d'une communauté de communes au domicile de tous les conseillers communautaires d'un tract de six pages (grâce à un fichier d'adresse dont ne pouvait disposer son adversaire) dans lequel il se présente notamment comme le défenseur d'une vision «collégiale » de l'intercommunalité, à laquelle s'opposerait la vision «hiérarchique» de son adversaire, vante son bilan financier et exprime sa position sur de nombreux sujets relatifs au fonctionnement et aux compétences de la communauté de communes. En l'espèce, l'infraction est constituée en raison de la réception tardive du tract, la veille du scrutin, de la nouveauté de son contenu et compte tenu du fait que l'adversaire n'avait, en outre, pas accès au fichier des élus utilisé, il n'était donc pas en mesure de répondre utilement à ce tract avant l'élection et, enfin, eu égard à un très faible écart de voix (2 voix) (CE 25 fév. 2015, ÉI. du président de la communauté de communes du Pays de Rhône et Ouvèze, n° 382896).

En revanche, n'ont pas été constitutifs d'une infraction à l'article 49 2° du code électoral :

- le maintien sur un site Internet, le jour du scrutin, d'éléments de propagande électorale, lorsqu'aucune modification s'analysant comme un nouveau message n'a été opérée (CE, 8 juil. 2002, El. Municipales de Rodez ; CE, 18 octobre 2002, El. Mun. de Lons ; CE, 13 déc. 2022, El. Dép. du canton de Saint-Jean-de-Monts, n° 462592) ;
- l'absence de fermeture au public de l'accès au site Internet de campagne ou aux divers comptes ouverts pour la campagne sur les réseaux sociaux (CE, 22 avr. 2021, El. Mun. de Lallaing, n° 445671) ;
- un message dont il n'est pas prouvé que sa date de diffusion sur les réseaux est postérieure à la clôture de la campagne électorale (CE, 22 déc. 2021, El. Mun. de Villejuif, n° 451373 ; CE, 30 déc. 2021, Election des conseillers des Français de l'étranger pour la circonscription du Portugal, n° 453463) ;
- le retard apporté dans la fermeture du site Internet d'une liste en compétition, dès lors que ce site a été fermé la veille du premier tour du scrutin aux environs de seize heures et qu'il n'a enregistré que vingt-deux connexions dans le courant de cette journée (TA Paris, 3 oct. 2001, El. Mun. de Suresnes) ;

- la diffusion de trois messages, la veille du scrutin, sur le réseau social Twitter, eu égard à la nature des messages en cause, à leur contenu exempt de tout élément nouveau de polémique électorale, ainsi qu'à l'écart de voix séparant les deux listes arrivées en tête au second tour (*CE 17 juin 2015, n° 385859*) ;
- la diffusion, la veille du scrutin, de messages de propagande électorale sur les réseaux sociaux Facebook et Twitter, dès lors que ces messages n'apportaient aucun élément nouveau au débat électoral et ce, malgré le faible écart de voix (*CE 27 juin 2016, n° 395413*). En l'espèce, le candidat tête de liste, des élus locaux, les membres de l'équipe de campagne de cette liste, des personnalités politiques et d'autres personnes avaient émis, la veille du scrutin, des messages de propagande électorale sur Facebook et Twitter. Ces messages étaient constitués, pour près de trente d'entre eux, d'appels à voter pour la liste et, pour le reste, du spot de campagne de l'entre-deux-tours du candidat tête de liste, de photographies diverses de la campagne et d'infographies déjà diffusées au cours de celle-ci. Le juge a considéré que les élus à l'origine des messages de soutien avaient déjà fait part de leur appui à la liste au cours de la campagne. Par ailleurs, même si ces messages avaient été diffusés à plus de 28 000 personnes (somme des abonnés de chaque émetteur), le juge a estimé qu'un tel chiffre ne permettait pas d'apprécier l'impact véritable des éléments litigieux. En outre, des appels équivalents ont été diffusés en faveur d'une autre liste, notamment par trois de ses candidats, également la veille du scrutin.
- deux selfies capturés dans l'isoloir, faisant apparaître le bulletin de vote choisi et publiés sur Facebook avant la fermeture des bureaux de vote, dès lors que leur influence sur les électeurs était marginale et que l'écart de voix n'était pas faible (*TA Strasbourg 20 mai 2014, n° 1401578*). En l'espèce, les deux filles d'un candidat ont posté sur leur compte Facebook un selfie réalisé dans l'isoloir, le dimanche 23 mars 2014 à 14h19. Le juge a considéré que ces selfies ne constituaient pas un acte de propagande pour plusieurs raisons : ils n'étaient accessibles qu'à leurs seuls amis parmi lesquels il n'était pas établi qu'il y eut de nombreux électeurs, les commentaires étaient insignifiants. De surcroît, le profil des intéressées (ni des personnalités publiques, ni des candidates) et l'heure de la publication du selfie ont été également pris en compte, 70% des votants s'étant déjà rendus aux urnes. Enfin l'écart de voix était important (6,7 %).

Conseils

A compter de samedi à zéro heure, il est recommandé de ne diffuser aucun message sur les réseaux sociaux. De même, tout message comprenant une nouvelle polémique électorale, ne permettant pas à l'adversaire attaqué d'y répondre avant la fin de la campagne électorale est à proscrire. Enfin, l'utilisation de réseaux sociaux, le jour du scrutin, pour convaincre les électeurs d'aller voter est à éviter aussi bien pour les candidats que pour leurs proches.

NB : Les exigences de l'article L. 49 ne sont pas applicables aux affiches apposées sur les emplacements spéciaux mis à disposition des candidats par l'autorité municipale en vertu de l'article L. 51 (Cons. Const. 8 déc. 2017 AN Alpes Maritimes, 3è circ., M. Rudy Salles, n° 2017-5026 AN).

G- Interdiction des sondages d'opinion

En cas d'élections générales et de référendum, 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 (*article 11 de la loi n° 77-808 du 19 juillet 1977 relative à la publication et à la diffusion de certains sondages d'opinion*).

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 la première publication ou diffusion, le média qui les a publiés ou diffusés et l'organisme qui les a réalisés (*art. 11 de la loi n° 77-808 précitée, dans sa rédaction issue de l'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 € (art. 12 de la loi du 19 juillet 1977 précitée).

Le jour du scrutin

H- Interdiction de communiquer le résultat de l'élection avant la fermeture du dernier bureau de vote

Article L.52-2 du code électoral :

« I- 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. Il en est de même dans les départements d'outre-mer avant la fermeture du dernier bureau de vote dans chacun des départements concernés.

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 € (art. L.90-1 du code électoral).

ANNEXE - LES MODES DE COMMUNICATION EN LIGNE

Le législateur n'a pas défini de manière exhaustive les modes de communication soumis à la réglementation en période électorale. En effet, en vertu de l'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.* ».

Aussi, dans le cadre du contentieux électoral, le juge examine-t-il la communication par voie électronique à l'aune des principes encadrant en général la propagande électorale.

Tous les modes de communication, y compris s'ils sont financés par d'autres collectivités ou partenaires, sont par conséquent *a priori* concernés.

Citons pour exemples les affiches, les annonces, les bilans de mandat, les cartes de vœux, la communication audiovisuelle, la publicité commerciale par voie de presse, les lettres, les tracts, les bulletins municipaux, les publications, les livres, les manifestations et inaugurations...mais aussi internet, les réseaux sociaux, les blogs...

Les sites internet

Les dispositions du code électoral ne distinguent pas explicitement l'utilisation de sites Internet des autres moyens de communication employés par les collectivités publiques pour leurs besoins d'information et de promotion. **Les jurisprudences relatives aux journaux d'information municipaux sont donc transposables au cas des sites Internet ouverts par les collectivités, qu'il s'agisse de la création, de l'installation ou de la mise à jour du site Internet.**

Ainsi, pour chaque cas d'espèce qui pourrait lui être soumis et mettant en cause l'existence d'un site Internet d'une 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, avantage sanctionné par l'article L.52-8 du code électoral. Le juge intégrera, si tel est le cas, les dépenses liées à ce site au compte de campagne du candidat.

Création d'un site Internet pendant l'année électorale

Pendant l'année électorale, une commune ou un EPCI peut créer son site internet. Toutefois, ne bénéficiant pas de l'antériorité requise, il faudra non seulement être extrêmement vigilant sur le contenu des informations diffusées mais également ne pas mettre en valeur les exécutifs locaux.

Une attention particulière doit être apportée à la présentation de ce nouvel outil de communication. Le maire ou le président de communauté, candidat, devra présenter ce site uniquement comme un nouveau service à la population, visant à donner des informations sur la collectivité.

Maintien des sites existants

Les sites des communes et EPCI peuvent être maintenus dès lors que les informations délivrées ne visent pas à valoriser des élus candidats. En effet, le site internet de la mairie ou de l'EPCI, qui se contente de donner des informations de nature administrative et ne présente aucune information pouvant s'apparenter à de la propagande électorale, ne constitue pas un avantage direct ou indirect consenti par la collectivité au candidat.

Les dispositions de l'article L.52-1 du code électoral étant applicables aux sites internet, il est préférable d'effacer, à compter du premier jour du sixième mois précédant le mois au cours duquel il doit être procédé à des élections générales [...], toute information

ayant le caractère d'une promotion de la collectivité, même si cette information a été mise en ligne antérieurement à cette date (cf. QE n°71399, JOAN du 28 février 2006). En effet, la prudence recommande, dans ces conditions, de veiller à ne pas laisser en diffusion, ou en ligne sur internet, des documents pouvant être appréciés comme promotionnels au-delà du 1^{er} jour du sixième mois précédant le mois des élections.

La modernisation du site internet pendant cette période préélectorale est possible. Néanmoins, si tel est le cas, il convient de veiller à ce que cette modernisation, en fonction des travaux engagés, ne tombe pas sous le coup des interdictions des articles L.51-2 et L.51-8 du code électoral.

Les réseaux sociaux (Facebook, X (ex-Twitter) ...)

Depuis les élections municipales de mars 2014, plusieurs jurisprudences sont intervenues en la matière. Le juge de l'élection a d'ailleurs annulé nombre d'élections, en particulier lorsque l'écart de voix entre les candidats était faible.

En tout état de cause, à compter du 1^{er} septembre 2025, il est fortement conseillé de transformer les comptes des communes et EPCI en de simples vitrines.

Par ailleurs, si le candidat peut bien sûr disposer de son propre compte Facebook ou X (ex-Twitter), celui-ci doit être distinct de celui de la collectivité afin de ne pas créer de confusion entre les comptes relevant de la communication institutionnelle « commune de », « maire de », « EPCI », « président de l'EPCI » et les comptes utilisés par le candidat ou la liste, à des fins de propagande électorale.

Exemple à ne pas suivre

La page « Facebook » d'un maire, de statut « public » au sens des règles de confidentialité de ce réseau social, initialement créée en vue de promouvoir son action en qualité de maire, avait évolué dans son contenu, au fur et à mesure que s'approchait la date du scrutin. En effet, à l'approche des élections, son contenu mélangeait informations institutionnelles et propagande électorale, le ton initialement proche d'un bulletin municipal glissait progressivement vers la polémique électorale. L'interaction avec le site officiel de la commune a créé une confusion dans l'esprit des électeurs. Le Conseil d'Etat a donc annulé le scrutin, eu égard à l'écart de 5 voix séparant les deux listes (CE, 6 mai 2015, n° 382518 ; voir aussi CE, 12 mars 2021, Election municipale de Sainte-Anne, n°441734).

Le blog du maire ou du président de l'EPCI

Le blog de l'exécutif est financé par la commune ou l'EPCI.

L'objectif même de cet outil de communication est de réagir à l'actualité, prendre position sur des sujets de société, sur des projets locaux, nationaux, internationaux.

Dès lors, en période préélectorale, par précaution, il est conseillé de le suspendre.

Le candidat peut créer son propre blog, le coût lié à l'hébergement étant alors inscrit dans son compte de campagne, pour les candidats des collectivités de 9 000 habitants et plus. Néanmoins, il convient de s'assurer que la charte graphique du blog du candidat est bien distincte de celle du blog de l'élu et des outils de communication de la collectivité.

Attention :

La loi n°2018-1202 du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information en période préélectorale qui prévoit la possibilité d'engager en référé une action visant à faire cesser la diffusion de fausses informations n'est pas applicable aux élections municipales.