

PREFET DE L'YONNE

Actu Elections



Au sommaire

- la communication en période pré-électorale

A l'approche du renouvellement général des membres des conseils municipaux prévu les 15 et 22 mars 2020, vous trouverez dans ce nouveau numéro *d'Actu Elections* les principes régissant la communication des collectivités territoriales en période pré-électorale.

LA COMMUNICATION PRE-ELECTORALE

LA REGLE

L'article L. 52-1 du code électoral interdit toute campagne de promotion publicitaire des réalisations ou de la gestion d'une collectivité à compter du premier jour du sixième mois précédant le mois au cours duquel il doit être procédé à des élections générales, soit **à partir du 1^{er} septembre 2019** pour ce qui concerne les élections municipales de 2020.

Cet article du code électoral précise que, pendant cette période de 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.

LES MODALITES D'APPLICATION

Il ressort de ces dispositions que si les collectivités territoriales ne sont pas contraintes de cesser complètement leurs actions de communication à l'approche des élections, **elles doivent veiller à ce que ces actions ne soient pas constitutives de propagande électorale, directe ou indirecte, en faveur de candidats.**

En outre, il ne doit pas être fait référence à l'élection ou aux élections à venir, aux réalisations de l'équipe ou de l'élu sortant, à la candidature d'un élu local ou à la présentation des projets qu'il est envisagé de mener après l'élection.

A RETENIR

- ✘ **ANTERIORITE** : l'événement ou la publication doivent être justifiés par le calendrier.
- ✘ **REGULARITE** : l'évènement ou la publication doivent être habituels et leurs paramètres (périodicité, ampleur) ne doivent pas augmenter anormalement à l'approche de l'élection.
- ✘ **IDENTITE** : l'événement ou la publication doivent ne pas être constitutifs de propagande électorale, directe ou indirecte, ni relayer les thèmes de campagne d'un candidat.
- ✘ **NEUTRALITE** : l'événement ou la publication doivent rester neutres.

LES ACTIONS DE COMMUNICATION

LES PUBLICATIONS INSTITUTIONNELLES



Les publications institutionnelles (bulletins municipaux notamment) doivent avoir un **caractère neutre et informatif** et être consacrées à des projets ou à des manifestations intéressant la vie locale.

Tribunes d'opposition, photos des élus et édito du maire sont concernés par ce principe.

Par exemple, 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 CGCT, ne doivent pas répondre à des fins de propagande électorale.

Toutes les publications institutionnelles doivent présenter un contenu habituel et revêtir une présentation semblable (texte et photographies éventuelles) aux précédentes éditions.

LES SITES INTERNET ET RESEAUX SOCIAUX

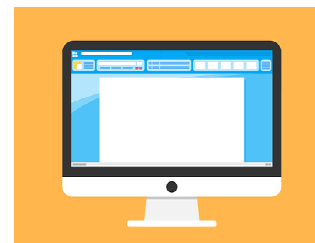
Les sites Internet et l'ensemble des comptes des réseaux sociaux des collectivités territoriales sont tenus de **respecter le principe de neutralité de l'usage des moyens publics** et n'ont donc pas vocation à participer directement ou indirectement à la campagne électorale des candidats ou des listes.

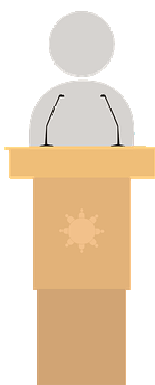
Il est recommandé de les transformer en "vitrines" ne laissant pas de référence aux prochaines échéances électorales et de se tenir à des actions de communication informative.

La création d'un nouveau site Internet ou d'un compte sur un réseau social durant la période préélectorale est possible. Toutefois, elle doit être réalisée avec précaution pour ne pas créer de confusion entre communication à caractère public et communication à caractère politique.

L'utilisation d'un site Internet ou des réseaux sociaux 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, financement prohibé par l'article L.52-8 du code électoral.

De même, l'existence d'un lien établi à partir d'un site Internet institutionnel vers le site d'un candidat ou des partages d'information de réseaux sociaux peuvent être assimilés à un avantage en nature de la part d'une personne morale.





Les inaugurations, cérémonies de présentations des vœux à l'occasion de la nouvelle année ou fêtes locales doivent également avoir un contenu neutre et informatif et porter sur des thèmes d'intérêt général.

Ces dispositions concernent notamment les discours qui pourraient être prononcés à cette occasion, les documents remis aux participants ainsi que les films présentés.

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. Par exemple, la date de l'inauguration de travaux de rénovation d'un bâtiment communal doit respecter le calendrier de la fin des travaux.

A RETENIR

LA COMMUNICATION EN PERIODE PRE-ELECTORALE



doit rester strictement informative ;



ne doit pas mettre en valeur tel ou tel candidat ;



ne doit pas mettre en valeur leurs réalisations ou leurs projets ;



la forme, la fréquence et les supports doivent être identiques à ceux employés habituellement.

CONTACT

Préfecture de l'Yonne - Direction de la citoyenneté et de la légalité
Bureau des Réglementations et des Elections
Mèl : pref-elections@yonne.gouv.fr
Tel : 03.86.72.78.87 ou 03.86.72.78.82 ou 03.86.72.78.85