

Département Administration
et Gestion communale
AP/DB/NOTE 30
Affaire suivie par Arnaud PICARD (tél. 01 44 18 51 95)

Elections municipales de 2008 : les règles de la période préélectorale

QUELLES SONT LES PRINCIPALES DATES A PRENDRE EN COMPTE ?

L'examen des dispositions du Code électoral permet d'établir un calendrier qui distingue plusieurs dates à compter desquelles un certain nombre d'interdictions et de règles spécifiques entrent en vigueur.

A compter du 1^{er} mars 2007

➤ **Désignation d'un mandataire financier**

Article L.52-4 du Code électoral : *Tout candidat à une élection désigne un mandataire au plus tard à la date à laquelle sa candidature est enregistrée. Ce mandataire peut être une association de financement électoral, ou une personne physique dénommée « le mandataire financier ». Un même mandataire ne peut être commun à plusieurs candidats. Le mandataire recueille, pendant l'année précédant le premier jour du mois de l'élection et jusqu'à la date du dépôt du compte de campagne du candidat, les fonds destinés au financement de la campagne.*

Il règle les dépenses engagées en vue de l'élection et antérieures à la date du tour de scrutin où elle est a été acquise, à l'exception des dépenses prises en charge par un parti ou groupement politique. Les dépenses antérieures à sa désignation payées directement par le candidat ou à son profit font l'objet d'un remboursement par le mandataire et figurent dans son compte bancaire ou postal.

En cas d'élection anticipée ou partielle, ces dispositions ne sont applicables qu'à compter de l'événement qui rend cette élection nécessaire.

Les dispositions du présent article ne sont pas applicables à l'élection des conseillers généraux dans les cantons de moins de 9 000 habitants et à l'élection des conseillers municipaux dans les communes de moins de 9 000 habitants.

Le 1^{er} mars 2007 constitue la date à compter de laquelle tout candidat aux élections municipales dans une commune de 9 000 habitants ou plus doit commencer à recenser l'ensemble des recettes perçues pour assurer le financement de sa campagne électorale et, selon leur nature, l'ensemble des dépenses effectuées en vue de l'élection par lui-même ou pour son compte. Ces opérations nécessitent en pratique pour le candidat de nommer un mandataire financier, conformément aux dispositions de la loi n° 95-65 du 19 janvier 1995 relative au financement de la vie politique.

➤ **Respect d'un plafond par habitant des dépenses électorales**

Article L.52-11 du Code électoral : Pour les élections auxquelles l'article L.52-4 est applicable [communes de 9 000 habitants et plus], il est institué un plafond des dépenses électorales, autres que les dépenses de propagande directement prises en charge par l'Etat, exposées par chaque candidat ou chaque liste de candidats, ou pour leur compte, au cours de la période mentionnée au même article.

Le montant du plafond est déterminé en fonction du nombre d'habitants de la circonscription d'élection.

Tableau du plafond par habitant des dépenses électorales

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	1,44	1,98
de 15 001 à 30 000 habitants	1,26	1,79
de 30 001 à 60 000	1,07	1,44
de 60 001 à 100 000 habitants	0,99	1,35
de 100 001 à 150 000 habitants	0,90	1,26
de 150 001 à 250 000 habitants	0,81	0,99
Excédant 250 000 habitants	0,63	0,90

(Décret n° 2007-140 du 1^{er} février 2007 portant majoration du plafond des dépenses électorales)

➤ **Etablissement d'un compte de campagne**

Article L.52-12 du Code électoral : Chaque candidat ou candidat tête de liste soumis au plafonnement prévu à l'article L. 52-11 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.

Sont réputées faites pour le compte d'un candidat, les dépenses exposées directement à son profit 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, 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.

➤ **Financement de la campagne électorale**

Financement par une personne physique

Article L.52-8, alinéas 1, 3 et 4 du Code électoral : *Les dons consentis par une personne physique dûment identifiée pour le financement de la campagne d'un ou de plusieurs candidats lors des mêmes élections ne peuvent excéder 4 600 €.*

Tout don de plus de 150 € consenti à un candidat en vue de sa campagne doit être versé par chèque, virement, prélèvement automatique ou carte bancaire.

Le montant global des dons en espèces faits au candidat ne peut excéder 20 % du montant des dépenses autorisées lorsque ce montant est égal ou supérieur à 15 000 € en application de l'article L. 52-11.

Tout candidat tête de liste qui aura accepté des fonds en violation des dispositions de l'article L. 52-8, alinéas 1, 3 et 4 du Code électoral sera puni d'une amende de 3 750 € et d'un emprisonnement d'un an, ou de l'une de ces deux peines seulement (article 113-1, I, 2°, du Code électoral).

Il en va de même pour quiconque aura, en vue de la campagne électorale, accordé un don en violation des dispositions précitées (article 113-1, II du Code électoral).

Financement par une personne morale

Article L.52-8, alinéa 2 du Code électoral : *Les personnes morales, à l'exception des partis ou groupements politiques, ne peuvent participer au financement de la campagne électorale d'un candidat, ni en lui consentant des dons sous quelque forme que ce soit, ni en lui fournissant des biens, services ou autres avantages directs ou indirects à des prix inférieurs à ceux qui sont habituellement pratiqués.*

Il résulte de l'article L.52-8, alinéa 2, du Code électoral qu'aucune personne morale de droit privé (association, entreprise...) ou de droit public (collectivité territoriale, EPCI...), autre qu'un groupement ou parti politique, ne saurait valablement contribuer de manière directe ou indirecte au financement de la campagne d'un candidat.

Cette interdiction vaut dans toutes les communes, quelle que soit leur importance démographique (CE, 10 juin 1996, *Elections municipales de Ballainvilliers*).

Tout candidat tête de liste qui aura accepté des fonds en violation des dispositions de l'article L. 52-8, alinéa 2, du Code électoral sera puni d'une amende de 3 750 € et d'un emprisonnement d'un an, ou de l'une de ces deux peines seulement (article 113-1, I, 2°, du Code électoral).

Les mêmes dispositions s'appliqueront aux dirigeants de droit ou de fait de toute personne morale qui aura, en vue de la campagne électorale, accordé un don en violation des dispositions de l'article L. 52-8, alinéa 2, du Code électoral (article 113-1, II du Code électoral).

Dès lors, toute communication effectuée par une collectivité qui revêt un caractère promotionnel en faveur d'un candidat ou tend à mettre en valeur l'équipe municipale est susceptible de présenter le caractère d'une aide qui pourrait s'analyser en un financement illégal par la collectivité de la campagne du candidat.

Exemples

Sont susceptibles de constituer une aide prohibée au sens de l'article L. 52-8, alinéa 2, du Code électoral :

- *la mise à disposition d'une ligne téléphonique de la mairie au profit d'un candidat (TA Pau, 15 septembre 1998, Elections cantonales de Jurançon),*
- *la mise à disposition d'un véhicule de fonction au profit du candidat (CE, 7 janvier 1994, Elections cantonales de Saint-André),*
- *l'utilisation à titre gratuit de clichés photographiques du candidat appartenant à la commune (CE, 29 janvier 1997, Elections municipales de Caluire-et-Cuire : annulation de l'élection et inéligibilité du candidat),*
- *l'utilisation par le candidat, dans le cadre de sa campagne, de lettres à en-tête de la commune qui a pris en charge la confection et l'expédition (TA Lyon, 30 novembre 1995, Elections municipales de Roanne),*
- *l'abandon d'une créance par une entreprise au profit d'un candidat (CE, 26 juillet 1996, Elections municipales de Sainte-Marie),*
- *la rédaction gratuite d'un tract au profit d'une liste (CE, 10 juin 1996, Elections municipales de Ballainvilliers)...*

Tableau des dons et avantages à intégrer dans le compte de campagne

Donateur	Nature du don	Plafond
Personne physique	<i>Espèces</i>	<i>150 €</i>
	<i>Chèque</i>	<i>4 600 €</i>
<i>Le montant global des dons en espèces ne peut être supérieur à 20 % du montant des dépenses autorisées si ce montant est supérieur ou égal à 15 000 €</i>		
Parti politique	<i>Chèque ou avantage</i>	<i>Aucun</i>
Candidat ou colistier	<i>Chèque ou avantage</i>	<i>Aucun</i>
Personne morale	<i>Strictement interdit</i>	

A compter du 1^{er} septembre 2007

➤ Interdiction des campagnes de promotion publicitaire des réalisations ou de la gestion d'une collectivité

Article L.52-1, 2^{ème} alinéa 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.*

C'est à compter de cette date que la communication dite « institutionnelle », c'est-à-dire celle qui revêt un caractère de campagne de promotion publicitaire des réalisations et de la gestion d'une collectivité (bulletins municipaux, publications, publicité par voie de presse...), qui dépasse le cadre de la stricte information est prohibée. Il importe ici de veiller tout particulièrement à ce que la communication de la collectivité s'abstienne de mettre en valeur les candidats, leurs réalisations ou encore leurs projets.

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

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.

Un syndicat de communes, un district, une communauté de communes... sont soumis aux restrictions édictées par l'article L. 52-1, alinéa 2, du Code électoral (CC, 4 novembre 1993, AN, Rhône, 2^{ème} circonscription).

Exemples

Constitue une violation des dispositions de l'article L. 52-1, alinéa 2, du Code électoral, toute communication publicitaire 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, eu égard au faible écart de voix obtenues par les candidats en présence (CE, 5 juin 1996, Elections municipales de Morhange),*
- *de la diffusion d'un bulletin municipal d'une des plus importantes communes du canton dans lequel s'est déroulée l'élection cantonale contestée, présentant sous un jour favorable l'action de la municipalité et du maire, candidat à cette élection, compte tenu du faible écart de voix séparant l'élu de son adversaire (CE, 28 juillet 1993, Elections cantonales de Bordères-sur-L'Echez,*
- *des documents mis en ligne sur un site Internet qui font l'objet d'une publication continue (CA Paris, 11^{ème} chambre, section A, 15 décembre 1999, Licra et autres c/ J.-L. Costes). NB : Les collectivités territoriales qui disposent d'un site Internet doivent donc faire preuve d'une vigilance toute particulière et veiller à effacer toute information susceptible de tomber sous le coup de l'article L. 52-1, alinéa 2, du Code électoral, même si leur mise en ligne est antérieure aux six mois qui précèdent le scrutin.*

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

- *de la diffusion, un mois environ avant le scrutin, d'un courrier du maire donnant aux habitants de la commune des informations et un bilan financier relatif aux travaux concernant l'église ainsi que les données chiffrées relatives aux budgets et aux comptes de la commune (CE, 21 décembre 2001, Elections municipales de Guerchy),*
- *d'un document qui se limite à une énumération, en termes mesurés, des principales actions entreprises par la municipalité et qui est dépourvu de toute polémique électorale (CE, 6 février 2002, Elections municipales de Montségur),*
- *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 et qui figuraient également dans le programme du maire sortant, mais qui n'a pas constitué un élément de propagande appuyant la candidature de ce dernier, de nature à porter atteinte à l'égalité des moyens de propagande entre les candidats, ni un don consenti par une personne morale au profit d'un candidat, prohibé par les dispositions de l'article L. 52-8 du Code électoral (CE, 15 mars 2002, Elections municipales de Valence-d'Agen),*
- *de la création d'un site Internet par une commune, dès lors qu'il ne comporte qu'une présentation générale de la commune (CE, 2 juillet 1999, Elections municipales du Portel). En l'espèce, le juge examinera au cas par cas le caractère ancien de la mise en place du site Internet, sa personnalisation et ses nouvelles modifications à l'approche du scrutin.*

Par exception, l'interdiction mentionnée à l'article L. 52-1, alinéa 2, du Code électoral, 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 étant soumises aux dispositions relatives au financement et au plafonnement des dépenses électorales contenues au chapitre V bis, du Titre 1^{er}, du Livre 1^{er}, du Code électoral (article L. 52-1, alinéa 3, du Code électoral).

La diffusion par un candidat d'une plaquette retraçant le bilan des réalisations de sa gestion et des réalisations municipales, qui ne présente pas un caractère polémique, injurieux ou diffamatoire et qui n'a pas été distribuée le jour du scrutin, ne constitue pas un des actes de propagande prohibés (CE, 21 décembre 2001, Elections municipales de Kingersheim).

A compter du 1^{er} décembre 2007

➤ **Interdiction de la publicité commerciale**

Article L.52-1, 1^{er} alinéa du Code électoral : *Pendant les trois 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 presses radio ou télévisuelle vantant les réalisations de la municipalité ...), que celle-ci soit effectuée avec ou sans contrepartie financière (Chambre criminelle de la Cour de Cassation, 7 juin 1990).

Toute infraction aux dispositions de l'article L. 52-1, alinéa 1^{er}, du Code électoral, sera punie d'une amende de 75 000 € (article L. 90-1 du Code électoral).

En outre, sera puni d'une amende de 3 750 € et d'un emprisonnement d'un an, ou de l'une de ces deux peines seulement, tout candidat tête 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, 6^o, 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 animait, eu égard au contenu desdites émissions (CE, 7 mai 1993, Elections régionales de la Réunion),*
- *la publication à titre onéreux, par le candidat élu, 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).*

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 décembre 1996, Elections 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 juillet 2002, Elections municipales de Rodez). 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.*

➤ **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 ou à chaque liste de candidats.

Pendant les trois 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.

Sera passible d'une amende de 9 000 € toute personne qui aura contrevenu aux dispositions précitées. 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 (article L. 90 du Code électoral).

En outre, sera puni d'une amende de 3 750 € et d'un emprisonnement d'un an, ou de l'une de ces deux peines seulement, 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 (article L. 113-1, 6°, du Code électoral).

Constitue 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 février 1956, Elections municipales de Lérans).*

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 décembre 1966, Elections municipales de Poitiers), ou compte tenu du fait que des abus analogues ont été commis par le camp adverse (CE assemblée, 13 janvier 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 octobre 1970, Elections municipales de Bastia).*

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 (article R. 28 du Code électoral).

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

Les affiches ayant un but ou un caractère électoral qui comprennent une combinaison des trois couleurs : bleu, blanc et rouge à l'exception de la reproduction de l'emblème d'un parti ou groupement politique sont interdites (article R. 27, alinéa 1^{er}, du Code électoral).

L'imprimeur qui enfreindra cette dernière disposition sera puni d'une peine d'amende de 750 € (article R. 95 du Code électoral).

➤ **Interdiction des appels téléphoniques ou télématiques gratuits pour le candidat**

Article L.50-1 du Code électoral : *Pendant les trois 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 ne vise pas directement la communication des collectivités. 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 3 750 € et d'un emprisonnement d'un an, ou de l'une de ces deux peines seulement, tout candidat tête 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, 7°, du Code électoral).

Un site Internet n'entre pas, sauf cas exceptionnel de gratuité de la communication, dans le champ d'application de l'article L. 50-1 du Code électoral (CE, 8 juillet 2002, Elections municipales de Rodez).

A compter de la veille du scrutin à partir de zéro heure

➤ **Interdiction des messages ayant le caractère de propagande**

Article L.49, 2^{ème} alinéa du Code électoral : *A partir de la veille du scrutin à zéro heure, il est 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).

Le maintien sur un site Internet, le jour du scrutin, d'éléments de propagande électorale ne constitue pas, lorsque aucune modification qui s'analyserait en un nouveau message n'a été opérée, une opération de diffusion prohibée par le second alinéa de l'article L. 49 du Code électoral (CE, 8 juillet 2002, Elections municipales de Rodez ; CE, 18 octobre 2002, Elections municipales de Lons).

Le retard apporté dans la fermeture du site Internet d'une liste en compétition n'a pas été constitutif d'une manœuvre de nature à altérer les résultats du scrutin, dès lors que ce site a été fermé la veille du premier tour du scrutin au environ de seize heures et qu'il n'a enregistré que vingt-deux connexions dans le courant de cette journée (TA Paris, 3 octobre 2001, Elections municipales de Suresnes).

➤ **Interdiction des sondages d'opinion**

La veille de chaque tour de scrutin ainsi que le jour de celui-ci, sont interdits, par quelque moyen que ce soit, la publication, la diffusion et le commentaire de tout sondage d'opinion ayant un rapport direct ou indirect avec l'élection. Cette interdiction ne fait pas obstacle à la poursuite de la diffusion des publications parues ou des données mises en ligne avant cette date (article 5 de la loi n° 2002-214 du 19 février 2002 modifiant l'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).

Toute infraction à ces dispositions sera punie d'une amende de 3 750 € (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

➤ **Interdiction de distribuer certains documents**

Article L.49, 1^{er} alinéa du Code électoral : *Il est interdit de distribuer ou faire distribuer, le jour du scrutin, 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).

➤ **Interdiction de communiquer le résultat de l'élection avant la fermeture du dernier bureau de vote**

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 la voie de la presse ou par tout moyen de communication au public par voie électronique, 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 3 750 € (article L. 89 du Code électoral).

QUELS SONT LES MODES DE COMMUNICATION VISES PAR LA LOI ?

Le législateur n'a pas souhaité définir de manière exhaustive les modes de communication soumis à réglementation en période électorale. Aussi dans le cadre du contentieux électoral, le juge examine-t-il tant le mode de financement et le support de la communication, que sa date de déroulement ainsi que son objet.

Tous les modes de communication, qu'ils soient ou non financés par la collectivité, sont par conséquent a priori concernés.

Citons pour exemples les affiches, les annonces, les bilans de mandat, les cartes de vœux, la communication audio-visuelle, la publicité commerciale par voie de presse, les lettres, les tracts, les bulletins municipaux, les publications, les livres, les manifestations et inaugurations...

L'exemple des 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.

Réponse ministérielle à la question écrite de M. Pierre-André WILTZER n° 7196 en date du 1^{er} décembre 1997, JOAN(Q), 29.12.97, page 4919 : *Si une ville a ouvert un site Internet avant le début de la période mentionnée au second alinéa de l'article L.52-1 du Code électoral, et si les informations mises à la disposition du public ne changent pas de nature durant ladite période, pas plus que l'importance relative des différentes rubriques, le coût du dispositif ne constitue pas une dépense électorale. Si au contraire, le site Internet est ouvert au cours de la période précitée, ou si le message délivré sur un site ouvert antérieurement accentue son caractère promotionnel ou « cible » délibérément la personne d'un candidat, il sera alors considéré comme un moyen de propagande. Dans le cas où son coût a été acquitté par la collectivité, il sera réintégré dans le compte de campagne du candidat qui en a profité, lequel risque par ailleurs l'inéligibilité pour avoir bénéficié d'un avantage indirect de la part d'une personne morale, prohibé par le deuxième alinéa de l'article L.52-8 du Code électoral.*

Ainsi, en l'absence de texte particulier réglementant l'utilisation d'Internet en période préélectorale, les dispositions combinées des articles L.52-1, L.52-4 et L.52-8 et L.113-1 du Code électoral et l'interprétation qui en est faite par la jurisprudence, permettent de présenter trois règles que la prudence impose de respecter :

1. A compter du 1^{er} mars 2007, l'ouverture d'un site Internet par une collectivité est susceptible de constituer un risque, tant pour le candidat que pour la collectivité. Le Code électoral interdit en effet, sous peine d'une amende de 3 750 € et d'une peine de prison d'un an, aux collectivités locales ainsi qu'à leurs groupements notamment, d'effectuer sous quelque forme que ce soit des dons ou avantages directs ou indirects au profit des candidats. Le risque résulte par conséquent de ce que l'ouverture d'un site à compter du 1^{er} mars soit assimilée par le juge, au regard de son contenu, à un avantage indirect consenti au candidat par la collectivité.
2. La mise à jour du site un an avant les élections reste possible, sous réserve du respect des quatre principes dégagés par la jurisprudence, à savoir : l'antériorité (pas de mise à jour du site spécifiquement réalisée dans une perspective électorale), la régularité (pas de mise à jour inhabituelle, particulièrement répétitive ou injustifiée du site), l'identité (pas de modification avantageuse de l'aspect, de la présentation ou des rubriques présentées dans le site) et la sobriété (la mise à jour doit permettre de veiller à ce que le site ne contienne que des informations politiquement neutres).
3. A compter du 1^{er} septembre 2007, le contenu même du site doit s'affranchir de toute promotion des réalisations de la collectivité et bien entendu de toute mise en valeur de la gestion municipale. La prudence impose par conséquent de veiller à ce qu'à compter de cette date, le contenu du site ne dépasse pas le cadre strictement informationnel et pratique et que soient suspendues durant cette période les rubriques susceptibles de valoriser le candidat ou la municipalité.

Pour en savoir plus sur l'utilisation de sites Internet durant la période préélectorale, voir également les réponses à questions écrites et orales suivantes :

- Francis Saint-Ellier, QE n° 48087 du 10 février 1997, JOAN (Q) du 31.03.97, p.1676
- Philippe Richert, QE n° 00150 du 26 juin 1997, JO Sénat (Q) du 25.09.97, p.2561
- Thierry Mariani, QE n° 26990 du 15 mars 1999, JOAN (Q) du 3.05.99, p.2703
- Léonce Deprez, QE n° 32084 du 28 juin 1999, JOAN (Q) du 9.08.99, p.4884
- Alain Vasselle, QE n° 18403 du 5 août 1999, JO Sénat (Q) du 16.09.99, p.3093
- Serge Mathieu, QE n° 17946 du 15 juillet 1999, JO Sénat (Q) du 2.09.99, p.2946
- Michel Esneu, QO n° 0696S du 20 janvier 2000, JO Sénat du 23.02.2000, p.856
- Pierre Albertini, QE n° 43425 du 20 mars 2000, JOAN (Q) du 15.05.2000, p.3021
- Claude Billard, QE n° 49819 du 31 juillet 2000, JOAN (Q) du 27.09.2000, p.6750
- Yann Galut, QE n° 51854 du 9 octobre 2000, JOAN (Q) du 27.09.2000, p.6753
- François Calvet, QE n° 71399 du 2 août 2005, JOAN (Q) du 28.02.2006, p. 2180
- Christian Ménart, QE n° 84132 du 31 janvier 2006, JOAN (Q) du 18.04.2006, p. 4248
- André Chassaigne, QE n° 4855 du 9 mai 2006, JOAN (Q) du 15.08.2006, p. 8626
- Jean-Louis Masson, QE n° 24224 du 24 août 2006, JO Sénat (Q) du 28.09.2006, p. 2498
- Jean-Louis Masson, QE n° 24225 du 24 août 2006, JO Sénat (Q) du 05.10.2006, p. 2548

QUELLES SONT LES SANCTIONS ENCOURUES ?

C'est au juge électoral qu'il appartient d'apprécier souverainement s'il y a eu ou non communication réglementée ou prohibée et mise en valeur injustifiée des candidats ou de la municipalité.

En pratique, le juge s'attache à vérifier notamment :

- l'écart de voix entre les listes et le respect du principe d'égalité entre les candidats (CE, 10 juin 1996, *Elections cantonales de Metz 3*, n° 162476),
- le coût de la communication et son degré de propagande (CE, 29 janvier 1997, *Elections municipales de Caluire-et-Cuire*, n° 176796),
- la bonne foi du candidat (CE, 5 mars 1997, *Elections municipales de Villejuif*, n° 176838).

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.

Ces sanctions peuvent prendre la forme de :

- la réintégration de la contre-valeur de l'avantage consenti au candidat dans son compte de campagne (CC, 9 décembre 1993, *AN Loir et Cher 1^{ère} circonscription*, n° 93.1315), et le rejet de ce compte par la Commission nationale des financements politiques en cas de dépassement des plafonds autorisés,
- l'invalidation du scrutin (CE, 31 janvier 1990, *Elections municipales d'Ollioules* ; CE, 7 mai 1997, *Elections municipales d'Annonay*, n° 176788) assortie, le cas échéant, de la démission d'office de la tête de liste (CE, 18 décembre 1996, *Caullier, élections municipales de Beauvais*, n° 176.981) et d'une déclaration d'inéligibilité du candidat (CE, 15 janvier 1997, *Elections municipales de Villeurbanne*, n° 176828),
- 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, publicité électorale par un moyen de communication audio-visuelle, par voie de presse (article L. 90-1 du Code électoral),
- une peine d'un an de prison et 3 750 € d'amende à l'encontre du bénéficiaire ainsi que du donateur en cas d'infraction aux règles relatives au financement des campagnes électorales (article L. 113-1 du Code électoral),
- 10 ans de prison, 150 000 € d'amende, 5 ans de radiation des listes électorales (article L. 7 du Code électoral) dans l'hypothèse d'un détournement de fonds publics par exemple.

POUR EN SAVOIR PLUS

Textes

- Code électoral, articles L.47 et suivants (propagande électorale), L.52-4 et suivants (financement et plafonnement des dépenses électorales)
- Loi n° 90-55 du 15 janvier 1990 relative à la limitation des dépenses électorales et à la clarification du financement des activités politiques
- Loi n° 95-65 du 19 janvier 1995 relative au financement de la vie politique

Revue et ouvrages

- « *La communication en période électorale* », Jurisprudence des élections (Tome 1), Bernadette BHASIN, éditions de l'Hôtel de Ville - 2, rue de Bellevue - 38490 Les Abrets - tél. 04 76 32 23 23 - fax 04 76 32 25 25 - (1997 - 150 pages)
- « *Municipales 2001 : le contentieux électoral des dernières élections* », Emmanuel VITAL-DURAND, La lettre du cadre territorial, n° 180, 15 novembre 1999
- « *Le compte à rebours des municipales* », Dominique DEPORCQ, Le courrier des maires et des élus locaux, spécial élections, novembre 1999
- « *Stratégie électorale et maîtrise des risques juridiques* », Dominique DEPORCQ, Philippe SCHMIDT, Véronique HEMERY, éditions La lettre de la jurisprudence électorale - 22, rue de la Division Leclerc - 67000 Strasbourg - tél./fax 03 88 23 20 03 (1999)
- « *50 questions sur la communication institutionnelle en période électorale* », Bernadette BHASIN et Dominique DEPORCQ, Le courrier des maires, mars 2000
- « *Financement et communication : les deux mamelles de l'élection* », Philippe PETIT, La lettre du cadre territorial, 15 mars 2000
- « *Elections locales & sécurité juridique : éviter les pièges* », Cyrille BARDON, éditions Société des acteurs publics - 58, avenue de Wagram - 75017 PARIS - tél. 01 47 50 30 30 (voir également site Internet www.acteurspublics.fr) - collection Que faire ? (Mars 2000)
- « *Guide du contentieux électoral* », Hervé CAUCHOIS, 2^{ème} édition, Les Indispensables, Berger-Levrault, septembre 2005
- « *Communication des collectivités locales et des candidats en période électorale* », Dominique DEPORCQ et Christian LALU, collection « politiques locales », Dexia Crédit local et L.G.D.J..

CALENDRIER DES REGLES APPLICABLES EN PERIODE PREELECTORALE

PERIODES	A compter du 1er mars 2007	A compter du 1er septembre 2007	A compter du 1er décembre 2007	A compter de la veille du scrutin à partir de zéro heure	Le jour du scrutin
COMMUNES CONCERNEES	Communes de 9 000 habitants ou plus	Toutes les communes quelle que soit leur importance démographique			
PERSONNES VISEES	Candidats Personnes physiques Personnes morales de droit privé (associations...) Personnes morales de droit public (collectivités territoriales, EPCI...)	Collectivités (collectivités territoriales, EPCI)	Candidats Personnes physiques Personnes morales de droit privé (associations...) Personnes morales de droit public (collectivités territoriales, EPCI...)	Candidats Personnes physiques Personnes morales de droit privé (associations...) Personnes morales de droit public (collectivités territoriales, EPCI...)	Candidats Personnes physiques Personnes morales de droit privé (associations...) Personnes morales de droit public (collectivités territoriales, EPCI...)
INTERDICTIONS	Dons directs (argent...) Dons indirects (remises, rabais...) Avantages directs (mise à disposition de moyens matériels ou humains...) Avantages indirects (mise en valeur du candidat...) (art. L.52-8, al. 2, du Code électoral)	Campagne de promotion publique des réalisations ou de la gestion d'une collectivité organisée sur le territoire de la collectivité intéressée par le scrutin (art. L.52-1, al. 2, du Code électoral)	Utilisation à des fins de propagande de tout procédé de publicité commerciale par la voie de la presse ou par tout moyen de communication audiovisuelle (art. L.52-1, al. 1er, du Code électoral) Affichages en dehors de l'emplacement spécialement réservé par l'autorité municipale à chaque liste de candidats pour l'apposition de ses affiches électorales (art. L.51 du Code électoral) Appel téléphonique ou télématique gratuit (art. L.50-1 du Code électoral)	Diffusion par tout moyen de communication au public par voie électronique tout message ayant le caractère de propagande électorale (art. 49, al. 2, du Code électoral) Publication, diffusion et commentaire par quelque moyen que ce soit de tout sondage d'opinion ayant un rapport direct ou indirect avec l'élection (art. 11 de la Loi n° 77-808 du 19 juillet 1977)	Distribution de bulletins, circulaires et autres documents (art. L.49, al. 1er, du Code électoral) Communication ou publicité par la voie de la presse ou par tout moyen de communication ou par voie électronique de résultat partiel ou définitif (art. L.52-2 du Code électoral) Réunions électorales (art. L.47 du Code électoral)