

Les règles de la communication en période préélectorale Cas des communes labellisées « Terre de Jeux 2024 »

Le label « Terre de Jeux 2024 » attribué par le comité d'organisation des Jeux de Paris 2024 aux communes particulièrement engagées dans la préparation de ces Jeux Olympiques offre de nombreuses opportunités, participe au dynamisme et renforce la visibilité des communes concernées.

Mais, cette labellisation intervient durant la période préélectorale qui a débuté depuis le 1^{er} septembre dernier.

Cette note a donc pour objet de rappeler les principes qui doivent régir la communication des communes labellisées « Terre de Jeux 2024 » durant cette période sensible qui précède les élections municipales de mars 2020.

➤ COMMUNICATION DES COMMUNES « TERRE DE JEUX 2024 »

En période préélectorale, les communes labellisées peuvent communiquer sur cet évènement, à condition de respecter les quatre critères définis par le juge ainsi que les dispositions du code électoral. L'objectif poursuivi par le législateur est de garantir l'égalité entre les candidats qui n'exercent aucun mandat à ce jour et les élus candidats. Il s'agit en effet de veiller à ce que ces derniers n'utilisent pas les moyens de la commune pour promouvoir leur propre campagne électorale.

Le non-respect des règles entraîne, en cas de contentieux, des sanctions électorales (annulation de l'élection, inéligibilité du candidat) financières et pénales. Une extrême prudence s'impose donc en la matière.

✚ Les quatre critères définis par le juge

- **Neutralité (le plus important)** : la communication de ces communes doit conserver un ton neutre et informatif, dépourvue de toute propagande ou polémique électorale, sans mettre en avant les actions des élus candidats qui ont contribué à l'accès au label.
Il convient de rester factuel dans sa communication et d'éviter des termes dithyrambiques injustifiés.
- **Antériorité** : toute action de communication ayant un caractère traditionnel peut continuer à être organisée.
La mise en place de nouvelles modalités de communication, justifiée par la seule labellisation, sont à éviter. En effet, toute nouveauté en période préélectorale est examinée par le juge en cas de contentieux.
- **Régularité** : ne pas modifier la périodicité de la communication.
A titre d'exemple, s'agissant du bulletin municipal, il importe de ne pas réduire l'écart de la publication des numéros ou de modifier de façon avantageuse l'aspect, la présentation et les rubriques du document, du seul fait de la labellisation.

- **Identité** : ne pas modifier de façon avantageuse l'aspect, la présentation et les rubriques des outils de communication.
A cet effet, une mise à jour inhabituelle, particulièrement répétitive ou injustifiée, du site Internet de la commune et ce, du seul fait de la labellisation, est à proscrire.

Focus sur les modes de communication en ligne

Réseaux sociaux (blog, Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, Snapchat...), site internet.

Le respect des quatre critères fixés par le juge s'applique également aux modes de communication en ligne de la commune.

NB : Les critères rappelés ci-dessus ne s'appliquent pas aux élus candidats qui peuvent naturellement communiquer, dans le cadre de leur campagne, financée sur leurs fonds propres et ce, via leurs réseaux distincts de ceux de la commune. A ce titre, ils peuvent mettre en valeur leurs actions qui ont contribué à l'obtention de la labellisation. En cas d'utilisation de photos prises pour le compte de la commune, elles doivent être payées à la commune au juste prix.

Les dispositions du code électoral

Interdiction de promouvoir les réalisations ou la gestion de la commune (article L. 52-1, alinéa 2)

Toutes les actions de communication de la commune sont concernées et ce, quel que soit leur support. Le non-respect de cette règle entraîne 75 000 € d'amende et, selon la gravité de l'irrégularité constatée, des sanctions électorales, financières et pénales.

Un article élogieux publié dans le bulletin municipal, vantant les mérites de la labellisation est susceptible de contrevenir à la disposition citée ci-dessus. Il en est de même des photos publiées sur le site Internet de la commune, mettant en valeur l'élu candidat dans différentes situations en lien avec la labellisation (inaugurations d'équipements sportifs, visite en présence du ministre des sports ou du président de Paris 2024...). S'agissant des photos publiées dans les outils de communication de la commune ou de l'intercommunalité, le fait que l'élu ne figure pas au premier plan et que son nom ne soit pas mentionné en légende peut contribuer au respect de l'interdiction d'une mise en valeur spécifique de ses actions.

S'agissant des inaugurations et réunions publiques liées à cet évènement, il convient de veiller à ce que seules les personnes concernées soient conviées, que le discours de l'élu candidat prononcé à cette occasion ne s'apparente pas à de la propagande ou polémique électorale, qu'il n'évoque ni son bilan, ni son programme de campagne.

Interdiction pour les personnes morales de financer la campagne électorale d'un candidat (article L. 52-8, alinéa 2)

Cette disposition interdit aux communes de financer directement ou indirectement la campagne électorale d'un candidat. Son non-respect est puni de 45 000 € d'amende et trois ans d'emprisonnement, en plus des sanctions électorales, financières et pénales susceptibles d'être prononcées par le juge.

Pour les besoins de sa communication, lorsque la commune crée une charte graphique ou un logo spécifique à la labellisation, la reproduction et l'utilisation par l'élu candidat sans contrepartie financière est susceptible de contrevenir à la disposition citée ci-dessus.

Pour en savoir plus sur les règles en période préélectorale :
www.amf.asso.fr (références : CW39332, CW39380).