

Président : David Lisnard, maire de Cannes (Alpes-Maritimes) et président de la communauté d'agglomération Cannes Lérins.

Rédaction-administration :

41, quai d'Orsay, 75343 Paris cedex 07.
Tél. 01 44 18 14 14. Fax 01 44 18 14 16.
www.amf.asso.fr

Site internet : www.mairesdefrance.com

Directeur de la publication : Éric Verlhac.

RÉDACTION

Rédacteur en chef : Xavier Brivet.

Rédactrice en chef adjointe : Bénédicte Rallu.

Rédaction : Franck Lemarc, Lucile Bonnin,
Aurélien Wälti.

Secrétaire de rédaction : Samantha Rauch.

Direction artistique : Stéphane Camara.

Ont collaboré à ce numéro :

Thomas Beurey, Thierry Butzbach,
Geneviève Cerf-Casau, Olivier Devillers,
Sarah Finger, Martine Kis, Valentin Kuznik,
François Lecocq, Sophie Le Gall, Bruno Leprat,
Claire Mayer, Véronique Picard, Philippe
Pottière-Sperry, Fabienne Nedey, Christophe
Robert, Isabelle Smets, Gwénola Stephan,
Emmanuelle Stroesser, Florence Traullé,
Frédéric Ville.

ADMINISTRATION

Éditrice : Laurence Marilly.

Publicité : Laurence Emery, directrice,
Défis Régie, 62, rue Lazare Carnot,
92140 Clamart. Tél. 06 11 87 20 61.
laurence-mairesdefrance@defis-regie.com

Abonnements : Sophie Lasseron.

Tél. 01 44 18 13 64.

Tarifs d'abonnement 2023 :**Abonnement intégral :**

- Communes < 2 500 hab. : 45,00 €.
- Communes ≥ 2 500 hab., EPCI : 75,00 €.
- Administrations, entreprises... : 90,00 €.
- Abonnements individuels (payés à titre personnel) : 45,00 €.

Abonnement numérique :

- Communes < 2 500 hab. 40,00 €.
 - Communes ≥ 2 500 hab., EPCI : 66,00 €.
 - Administrations, entreprises... : 80,00 €.
 - Abonnements individuels (payés à titre personnel) : 40,00 €. Étranger (nous consulter).
- Achat au numéro : 13,50 €.

www.mairesdefrance.com

Comptage et impression :

GIBERT-CLAREY IMPRIMEURS, 55, rue Charles
Coulomb, 37170 Chambray-lès-Tours.

Numéro de commission paritaire :

0426 G 84411. ISSN : 2270-7875,

2^e trimestre 2023.

Ce numéro a été tiré à 11 115 exemplaires.

Imprimé sur papier FSC.



Élection présidentielle : revenir à l'anonymat des parrainages

Conformément à l'engagement dont je vous avais fait part à la suite de la dernière élection présidentielle, l'AMF a mené une réflexion sur l'évolution des règles de parrainage des candidats, jugées insatisfaisantes. En effet, à chaque élection présidentielle, notamment dans les communes rurales ou les villes moyennes, les maires subissent une pression médiatique et politique qui peut être très préjudiciable. S'ils choisissent de parrainer un candidat, cela est assimilé à un soutien et les stigmatise. Il n'est pas rare que la publicité de ces parrainages engendre de fortes dissensions au sein de conseils municipaux composés d'élus sans étiquette et suscitent aussi des incompréhensions des citoyens.

Si les maires font, à l'inverse, le choix de ne pas parrainer de candidats, ils sont accusés de se dérober à leurs responsabilités, alors que le parrainage ne constitue nullement une obligation. Depuis 2017, la publicité intégrale et en continu, sur le site du Conseil constitutionnel, des noms et de la qualité des élus qui ont « présenté » un candidat – la liste définitive des parrainages étant aussi publiée au *Journal officiel* – n'a rien arrangé.

Une enquête universitaire a été menée en 2022 en collaboration avec l'AMF sur la procédure actuelle de parrainage, qu'il s'agisse du seuil des 500 parrainages exigés, de la liberté de parrainer, ou encore des élus habilités à le faire. L'enquête, à laquelle environ 3 800 maires ont répondu, a montré qu'une majorité d'entre eux ne remettent aucunement en cause le seuil des 500 parrainages requis pour se présenter à l'élection

**« Les maires se
déclarent favorables
à l'anonymat complet
des présentations. »**

et la liberté qui leur est laissée de parrainer ou non un candidat. Ils rejettent largement l'extension du droit à parrainer à l'ensemble des conseillers municipaux, mais également l'intégration d'une part de parrainages citoyens, qu'elle soit partielle ou, *a fortiori*, totale.

En revanche, les maires interrogés souhaitent, pour une large majorité d'entre eux, supprimer la publicité donnée à leurs parrainages, en s'appuyant sur le principe de l'anonymat du vote. Ils se déclarent favorables à l'anonymat complet des présentations qui permettrait d'atténuer les pressions pendant et après la période de recueil. C'est ce que nous proposons.

Fort de ce constat, cet enjeu a été abordé en comité directeur de l'AMF, le 14 mars. Je continuerai à porter ce dossier personnellement afin qu'il soit traité en amont de toute échéance électorale, suffisamment tôt pour permettre un processus démocratique apaisé.



DAVID LISNARD, PRÉSIDENT DE L'AMF