



## Période pré-électorale : « être attentif à tous les supports de communication »

Depuis le 1<sup>er</sup> septembre, et donc dans le cadre des futures élections municipales, des règles spécifiques de communication s'appliquent aux communes en cette période préélectorale. Comment s'appliquent-elles aux publications municipales ? Quels sont les pièges à éviter ? Caroline Brandt, ancienne journaliste et rédactrice en chef d'un magazine municipal de région parisienne a répondu à nos questions.

### Quelles sont les règles à respecter pour un magazine municipal en période préélectorale ?

L'article L. 52-1 du Code électoral interdit toute « campagne de promotion publicitaire des réalisations ou de la gestion d'une collectivité » pendant les six mois qui précèdent le mois des élections et jusqu'à la date du scrutin. Le magazine édité par une commune est donc soumis à cette règle et ne doit en aucun cas valoriser les réalisations de la municipalité. L'objectif est de faire respecter l'égalité des candidats devant l'élection et d'éviter que les moyens de communication de la collectivité ne soient utilisés à des fins personnelles. Les publications sont autorisées dans la mesure où elles ont un caractère strictement informatif. Dans le cas du journal d'une commune, la frontière est parfois floue entre l'informatif et le promotionnel.

Pour juger de la régularité du contenu, il faut se baser sur 2 critères :

- le contenu de l'article ou du message : il doit être neutre, factuel ;
- le caractère habituel de l'événement ou de la publication ; par exemple, en période préélectorale, il ne faut pas modifier la périodicité d'un journal, il ne faut pas créer de nouveau support de communication (pas de bilan de mandat !), il ne faut pas apporter de modification de pagination, de maquette ou de qualité du papier.

### Que risque la commune en cas de non-respect de ces règles ?

Cela reste rare mais l'élection peut être annulée si le juge estime que la sincérité du scrutin est mise en cause. Dans certains cas, il peut y avoir un impact sur les comptes de campagne du candidat qui risque de devoir réintégrer dans ses frais de campagne le coût des publications ou des opérations de communications jugées promotionnelles. Enfin, le non-respect de l'article L. 52-1 du Code électoral est passible d'une amende allant jusqu'à 75?000 euros.

### Quels conseils donneriez-vous aux équipes de communication jusqu'aux élections ?

Il est important de briefier les équipes en amont et d'apporter une vigilance toute particulière aux publications et à leur contenu (ton neutre, pas de promotion, pas de nouveautés). Dans les journaux municipaux, il faut être attentif en priorité à l'éditorial et aux pages dédiées à l'expression des groupes politiques. Ce n'est pas interdit, mais il faut surveiller de près leur contenu pour que ces pages conservent un caractère purement informatif. Certaines villes font alors le choix de les supprimer en période préélectorale. Les règles de

communication s'appliquent à tous les supports : journaux, site internet et réseaux sociaux. Il est donc conseillé de « nettoyer » son site web pour retirer les vidéos promotionnelles ou encore d'être particulièrement vigilants aux commentaires sur les réseaux sociaux. La veille du scrutin, il est d'ailleurs préférable de bloquer les commentaires. Et de ne pas relâcher la vigilance dans l'entre-deux tour !