

Boîte à outils : Elections municipales 2020

RÈGLES LÉGALES DE LA CAMPAGNE DES ÉLECTIONS COMMUNICATION : INTERNET ET RESEAUX SOCIAUX

La montée en puissance de la communication politique par internet, principalement sur les réseaux sociaux a dépassé le législateur au point que le Code Electoral accuse un peu de retard. Néanmoins face aux multiples recours déposés, le juge administratif a fait face à cette évolution numérique.

LA CRÉATION ET LA GESTION D'UN SITE DE CAMPAGNE

Les candidats aux élections municipales peuvent faire le choix de se doter d'un site internet afin de présenter la liste, de détailler le programme, de communiquer des prises de position durant la campagne électorale.

Les dispositions relatives aux dépenses (et notamment aux plafonnements) de campagne s'appliquent à internet, ce qui rend obligatoire d'inscrire le coût de création d'un site pour les besoins de la campagne dans les comptes de campagne, comme le précise l'article L 52-12 du Code Electoral.

Comme évoqué en introduction, le Code Electoral traite très peu d'internet et n'en interdit pas l'usage au motif que la communication audiovisuelle est libre, conformément à la loi relative à la liberté de communication (Art. 1er de la Loi n°86-1067).

Cependant, tout n'est pas permis. Ainsi, la loi du 14 avril 2011 (Loi n°2011-412) a introduit l'article L. 48-1 dans le Code Electoral.

Cet article précise : « Les interdictions et restrictions prévues par le présent code en matière électorale sont applicables à tout message ayant un caractère de propagande électorale diffusé par tout moyen de communication au public par voie électronique ».

Autrement dit, chaque nouvelle publication sur le site est considérée comme un nouveau document de propagande, au même titre qu'un tract, et elle est par conséquent soumise à l'article L 49 du Code Electoral évoqué juste ci-dessous.

LES RESEAUX SOCIAUX

A partir de la veille du scrutin à 0 heures, l'article L 49 du Code Electoral interdit de diffuser ou de faire diffuser « par tout moyen de communication au public par voie électronique » tout message électorale. De façon pratique, vous avez jusqu'à 23 heures 59 le vendredi pour utiliser un

site, une page ou un compte Facebook, un compte Twitter, un compte Instagram, ...etc.

LA PUBLICITE PAYANTE SUR INTERNET

Différents sites et réseaux sociaux proposent des espaces de publicité payante. Ce mode communication est proscrit, ce qui est précisé dans l'article L 52-1 du Code Electoral.

Au-delà des espaces publicitaires payants, la jurisprudence invite à proscrire l'achat de « mots-clés » ainsi que le recours à des sites de référencement qui s'apparentent à de la publicité commerciale.

Le référencement par un procédé payant visant à augmenter le nombre de visites, même sans rapport avec les municipales, revêt le caractère de publicité commerciale interdit par l'article L 52-8 du Code Electoral et par le Conseil d'Etat.

CE, 13 février 2009, N°317637, Elections municipales de Fuveau

<https://www.legifrance.gouv.fr/affichJuriAdmin.do?idTexte=CETATEXT000020253073>

LA PUBLICITE DIRECTE OU INDIRECTE

Le contenu de toute publication sur internet ne doit pas comporter de message publicitaire afin d'éviter de se voir reprocher un financement par des personnes morales non-autorisées (Art. L 52-8 du Code Electoral).

Une exception à la règle existe par jurisprudence : avoir recours à une société qui propose l'hébergement gratuit d'un site internet en contrepartie de l'inclusion d'un bandeau publicitaire.

CE, 18 octobre 2002 n°240048, Elections municipales de Lons

<https://www.legifrance.gouv.fr/affichJuriAdmin.do?idTexte=CETATEXT000008146504>

UNE CAMPAGNE SANS PAYPAL, NI SES ÉQUIVALENTS

Saisi d'une question relative à l'usage de PayPal pour recevoir des dons, le Conseil Constitutionnel a interdit l'usage de l'opérateur au motif que le droit impose le versement direct des dons sur le compte de dépôt unique du mandataire financier.

CC, 25 mai 2011, n° 2018-5409 AN, Paris 11e Circonscription

Lien : <https://www.conseil-constitutionnel.fr/decision/2018/20185409AN.htm>

LES SITES ET RÉSEAUX SOCIAUX DES COLLECTIVITÉS

Naturellement, il est nécessaire de respecter le principe de neutralité des moyens publics. Exemple, si un lien renvoie d'un site institutionnel vers le site d'un candidat, cela sera considéré par le juge comme un avantage en nature prohibé de la part d'une personne morale.

L'usage institutionnel d'internet nécessite de respecter les règles électorales : tous les outils numériques, y compris les réseaux sociaux ne peuvent entretenir une confusion entre moyens publics d'une collectivité et moyens privés d'une liste ou d'un candidat.

Le Conseil d'Etat a pris plusieurs fois position en ce sens :

CE 6 mai 2015, N°382518, Elections municipales de Hermès pour l'utilisation d'une page Facebook

<https://www.legifrance.gouv.fr/affichJuriAdmin.do?oldAction=rechJuriAdmin&idTexte=CETATEXT000030556731&fastReqId=193324154&fastPos=1>

CE 17 juin 2015, n°385859, Elections municipales de Montreuil pour l'utilisation d'un compte Twitter

<https://www.legifrance.gouv.fr/affichJuriAdmin.do?idTexte=CETATEXT000030750257>