

# ÉLECTIONS MUNICIPALES 2026

## LES RÈGLES DE COMMUNICATION EN PÉRIODE PRÉ-ÉLECTORALE APPLICABLES AUX COMMUNES

Les prochaines élections municipales auront lieu en mars 2026 et des questions relatives à la communication en période pré-électorale vont donc commencer à se poser.

En effet, afin de garantir l'égalité des candidats et une information claire pour les électeurs, la communication est strictement encadrée par le code électoral.

Si la plupart des règles s'appliquent directement aux candidats (distribution de bulletins, circulaires et autres documents, affiches, ...), d'autres sont à destination des communes et il est donc important dès à présent d'en avoir connaissance.

Ainsi, des restrictions pèsent sur la communication institutionnelle de fin de mandat à compter du 1<sup>er</sup> jour du 6<sup>ème</sup> mois précédant le mois de l'élection (articles L. 52-1 et L. 52-8 du code électoral), soit pour les prochaines élections municipales **à compter du 1<sup>er</sup> septembre 2025.**

### Avant le 1er septembre 2025

Tout type de communication institutionnelle est libre.



### Après le 1er septembre 2025

**Toute campagne de promotion publicitaire et toute participation des personnes morales au financement de la campagne électorale sont interdites.**

#### L'interdiction des campagnes de promotion publicitaire

Il n'y a pas de définition légale de la campagne de promotion publicitaire. Mais le juge considère que tel est le cas lorsque l'initiative dépasse la seule volonté d'information pour devenir un instrument de promotion des réalisations d'une commune et de ses élus. Cette interdiction s'étend à tous supports de communication : bulletin d'information, site internet, affiches, réseaux sociaux, ...

En cas de promotion publicitaire, le juge peut annuler l'élection si celle-ci a pu vicier la sincérité du scrutin et l'auteur de la campagne peut être condamné à payer une amende de 75.000 euros.

## L'interdiction de la participation au financement de la campagne ...

### • ... via les actions de communication

Des actions de communication institutionnelle en faveur d'un candidat peuvent constituer des dons se matérialisant par la valorisation, directe ou indirecte, du bilan, de l'action ou de l'image d'un élu candidat.

### • ... via l'utilisation des moyens matériels de la commune

Une telle participation financière peut également être constituée par l'utilisation des moyens matériels de la commune pour la campagne d'un candidat (utilisation de la voiture de service, photocopies effectuées à la mairie, ...).

Or, en cas de participation d'une personne morale au financement d'une campagne, l'élection peut être annulée, le candidat peut être déclaré inéligible et son compte de campagne peut être rejeté.

**Les conséquences de la réalisation d'une campagne de promotion publicitaire d'un candidat à l'élection municipale peuvent donc être importantes.**

**Néanmoins, il n'est pas nécessaire d'interrompre toute communication institutionnelle pendant cette période. Il suffit simplement d'être vigilant à ce que la communication de la commune et celle du candidat soient bien distinctes. Ainsi, pour éviter d'être qualifiée de campagne de promotion publicitaire et/ou de participation au financement de la campagne, la communication de la commune doit respecter, selon la doctrine, un faisceau de 4 indices :**

#### • La neutralité du contenu

Messages politiquement neutres et à caractère purement informatif ;

#### • L'antériorité de l'action de communication ou de la manifestation

Caractère habituel et traditionnel de ce type de communication ;

#### • La régularité de la communication ou de la manifestation

Fréquence habituelle de la publication ou de la manifestation ;

#### • L'identité de la forme du support de communication ou de la manifestation

La forme habituelle de la publication ou de la manifestation doit être conservée (même tirage, pas de modification de la pagination, pas de modification de la charte graphique, ...).

A ce titre, par exemple, la cérémonie de vœux annuelle de la commune réalisée dans les mêmes conditions que toutes les années précédentes peut être maintenue y compris dans les mois précédant le scrutin à condition d'éviter de dresser un bilan flatteur du mandat écoulé.

De la même manière, s'agissant du bulletin municipal, dans la mesure où cette publication bénéficie d'une antériorité évidente, elle n'a pas à être interrompue pendant la période pré-électorale.

Il convient néanmoins de veiller à éviter tout changement significatif et à éviter toute promotion en se contentant d'être factuel.

A l'inverse, la publication d'un bilan de mandat par une collectivité après le 1<sup>er</sup> jour du 6<sup>ème</sup> mois précédant le mois d'une élection, soit le 1<sup>er</sup> septembre 2025, est le plus souvent qualifiée de propagande électorale et donc de don prohibé dès lors que le contenu de ce document dépasse généralement l'information stricte et vante les mérites d'un candidat, relaie les thèmes de sa campagne, contient des éléments de polémique ou se réfère aux scrutins à venir.

En principe, un candidat a donc vocation à prendre en charge les dépenses relatives à la publication et la diffusion de son bilan.

**Plus d'informations**

Hélène DAHAN [direction@amf42.fr](mailto:direction@amf42.fr) 04 77 96 39 08