

# ACTUALITES JURIDIQUES ELECTIONS 2026

## Comment se préparer aux prochaines élections ?

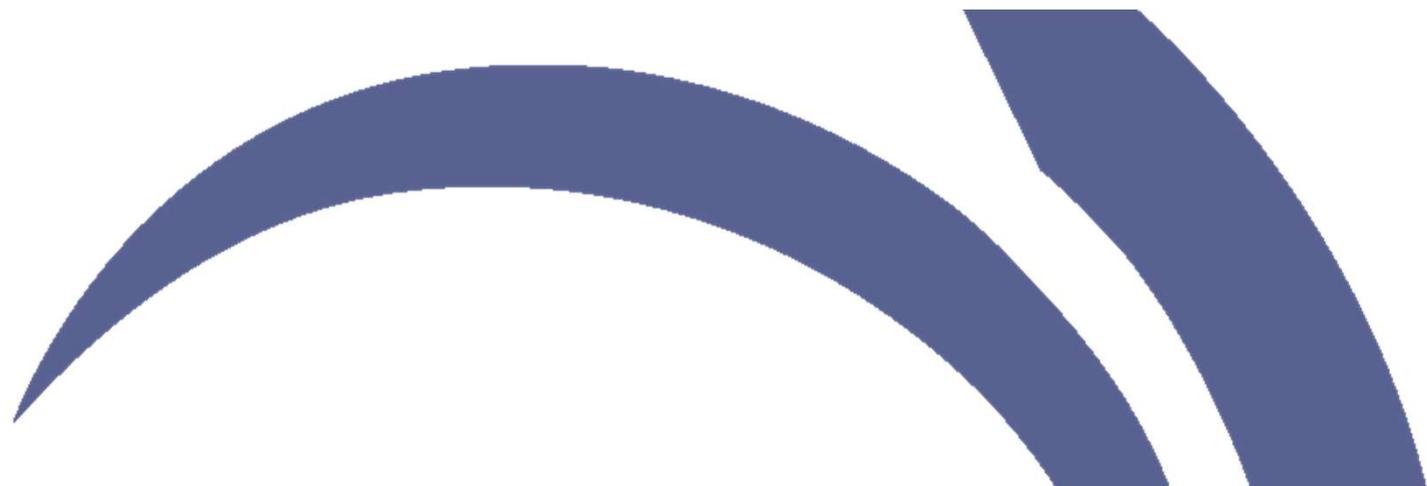
Sophie VAN MIGOM  
Directrice du CFMEL

Retrouvez toutes les actualités et notes juridiques sur notre  
page dédiée ELECTIONS 2026 sur : [www.cfmel.fr](http://www.cfmel.fr)

Au cours de la présentation de cette visioconférence  
veillez à éteindre vos micros et caméras

Plusieurs temps d'échanges où vous pourrez rallumer vos  
micros et caméras sont prévus pour répondre à vos  
questions orales ou par chat

Le support de présentation vous sera envoyé par courriel  
avec un questionnaire d'évaluation



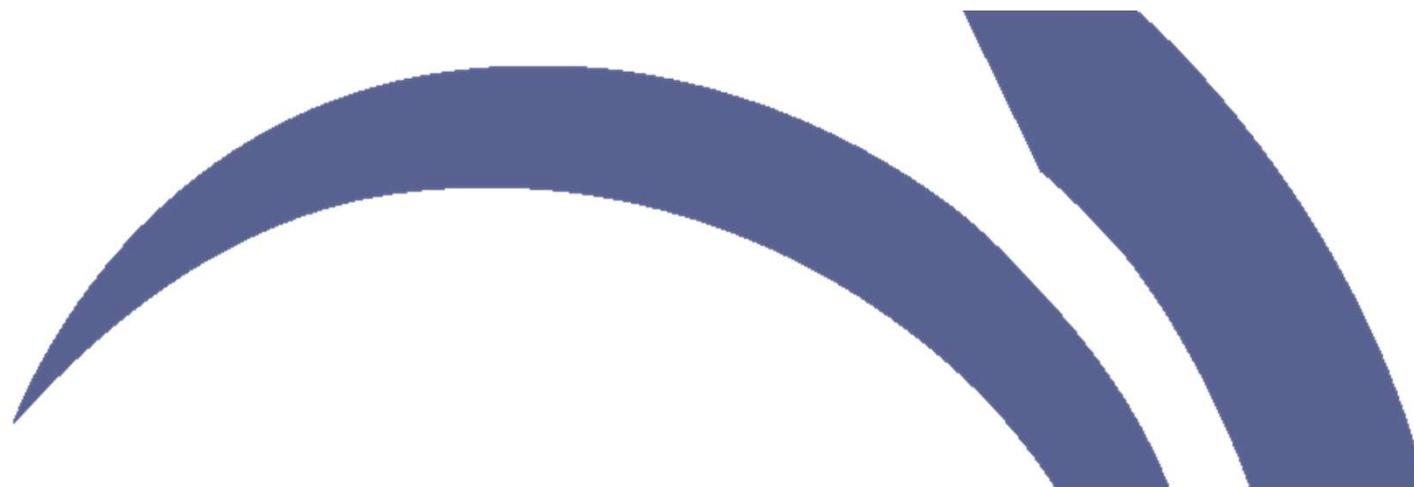
- Le scrutin :  
*Réforme du scrutin ; dépôt des candidatures ; résultats de l'élection*
- La période pré-électorale :  
*Communication institutionnelle ; gestion de la campagne : moyen de propagande, financement*
- Les points de vigilance

A large, abstract graphic composed of several thick, dark blue curved lines that sweep across the right side of the page, framing the central text.

# Le scrutin

# Le scrutin

- Point sur la réforme du scrutin dans les communes de moins de 1000 habitants
- Le dépôt des listes
- Les résultats de l'élection



# La réforme du scrutin dans les communes de moins de 1000 habitants

## CE QUI CHANGE

- Scrutin de liste et alternance partitaire
- Candidature isolée ou entre deux tours IMPOSSIBLE
- Liste réputée complète (*2 de moins que l'effectif légal*)
- Remplacement des postes vacants facilité : 2 candidats supplémentaires par liste (*facultatif*)

# La réforme du scrutin dans les communes de moins de 1000 habitants



## **CE QUI NE CHANGE PAS :**

- Désignation des conseillers communautaires selon l'ordre du tableau (*pas de double liste sur le bulletin de vote*)
- Elections partielles complémentaires et non intégrales
- Pas de remboursement des frais de propagande

# La réforme du scrutin dans les communes de moins de 1000 habitants



## PRECONISATIONS:

- ATTENTION aux bulletins nuls  
Liste paritaire bloquée sans panachage : pas de nom rayés ou ajoutés.
- Election des adjoints : scrutin de liste et alternance paritaire des adjoints (*en cas de vacance de poste, le remplacement se fait sans tenir compte du sexe*)

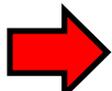
# Le dépôt des candidatures

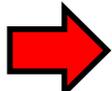


- Déclaration de candidature de liste par le candidat « tête de liste » ou le mandataire **3 semaines avant le 1<sup>er</sup> tour**
- Dépôt de candidature en Préfecture par liste et par candidat + justificatifs **Jusqu'au 3eme jeudi qui précède le scrutin 18h00 – 1<sup>er</sup> tour**
- Dépôt obligatoire pour chaque tour de scrutin **Jusqu'au mardi qui suite le 1<sup>er</sup> tout 18h00 – 2nd tour**

# La réforme du scrutin dans les communes de moins de 1000 habitants

L'élection est acquise à la MAJORITE ABSOLUE des suffrages exprimés

 Au 1<sup>er</sup> tour

 Au 2<sup>nd</sup> tour : seules les listes avec 10 % des suffrages exprimés (*recomposition possible avec membres de listes avec 5% des suffrages exprimés possible entre els 2 tours*)

En application de l'article 62 du code électoral, la répartition des sièges se fait **proportionnellement en fonction du quotient électoral à la plus forte moyenne.**

# La réforme du scrutin dans les communes de moins de 1000 habitants

La répartition des sièges se fait au bénéfice de la liste majoritaire puis proportionnellement à la plus forte moyenne

➔ la moitié des membres est attribué à la liste ayant obtenu le plus grand nombre de voix (*prime majoritaire*)

➔ les sièges restants sont attribués proportionnellement en application du **quotient électoral** (*nombre de suffrages exprimés / nombre de siège à pourvoir*)

A chaque liste est attribué un ou plusieurs sièges en fonction des suffrages obtenus / quotient électoral

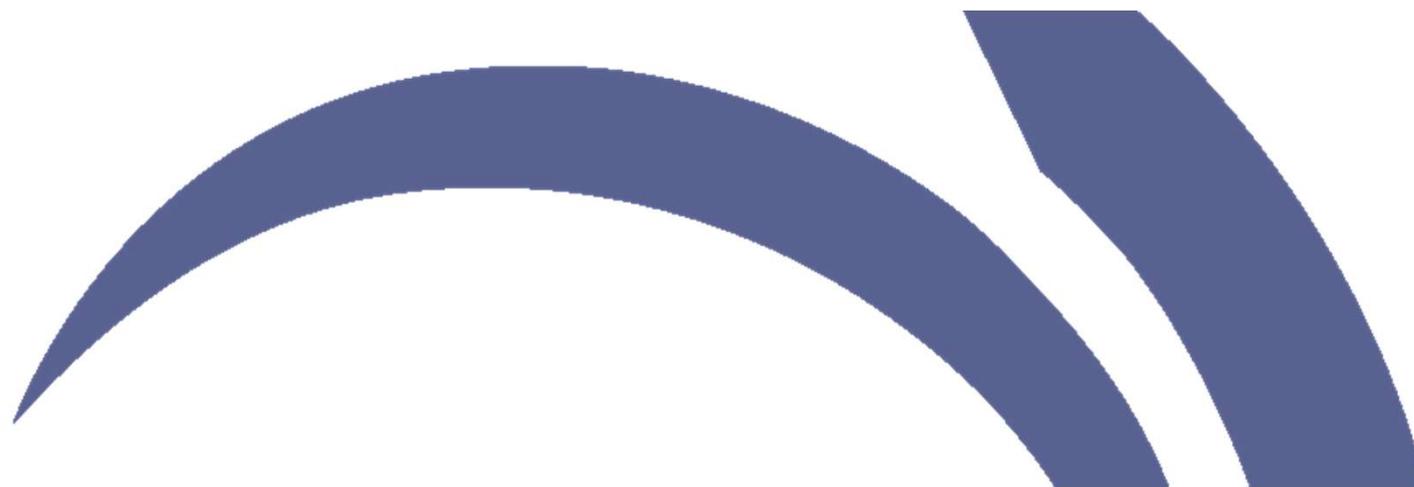
➔ **les derniers sièges restants sont attribué à la liste détenant la plus forte moyenne** (*(nombre de suffrages exprimés / nombre de siège obtenus à la proportionnelle + 1)*)

The page is decorated with several thick, dark blue curved lines that form an abstract, circular shape around the central text. These arcs are positioned at the top, bottom, and right sides of the page, creating a sense of movement and framing.

# La période préélectorale

# La communication institutionnelle

- Rappel des règles en matière de communication institutionnelle
- Outils et bonnes pratiques : Bulletin municipal, cérémonies, inaugurations, vœux, réunions publiques, le site internet et les réseaux sociaux



# La communication institutionnelle en fin de mandat

Période pré électorale  
A compter du 1<sup>er</sup> septembre 2025  
6 mois précédant le 1<sup>er</sup> jour du mois des élections – art L52-1 code électoral

**1 seule interdiction** : aucune campagne de **promotion publicitaire des réalisations ou de la gestion d'une collectivité** ne peut être organisée sur le territoire des collectivités intéressées par le scrutin - art. L 52-1 du code électoral

## **Beaucoup de précautions** :

- Cloisonner la communication de la commune et du conseil municipal et la communication du candidat et de l'équipe municipale sortante.
- Appliquer les règles de neutralité, d'antériorité et de régularité.

# La communication institutionnelle :

## Les règles à retenir

- **La neutralité**

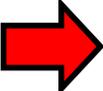
La communication institutionnelle de la commune doit véhiculer un contenu NEUTRE, c'est-à-dire informatif :

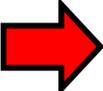
- ➔ Une information en dehors de la sphère de la propagande électorale et des thématiques de campagne
- ➔ Une communication distincte de celle du candidat
- ➔ Un ton objectif (les propos élogieux ou les photographies avantageuses sont à éviter)

# La communication institutionnelle :

## Les règles à retenir

- **L'antériorité**

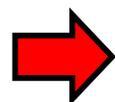
 Les actions de communication ne doivent pas être mises en place uniquement dans un objectif électoral

 Il est préconisé de ne pas diffuser de nouvelle plaquette informative, numéro spécial du bulletin, de prévoir de nouvelles manifestations, réunions publiques, mailing ....

# La communication institutionnelle :

## Les règles à retenir

- **La régularité**



Les manifestations ou publications doivent garder un format habituel, la même périodicité, la même période et mode de diffusion, le même volume.



Il est préconisé d'éviter une augmentation de tirage ou du nombre de page; le changement de mode et d'aire de diffusion ; amélioration des buffets ou des lieux de réception ou du programme des festivités ; le passage de mensuel à hebdomadaire d'un bulletin

# Les outils : les publications

## Le bulletin municipal :

- Le contenu doit rester identique à ce qui est fait habituellement,

## Bonnes pratiques :

- Un ton informatif

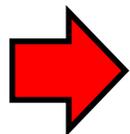
Pas de propagande électorale ou de polémique partisane.

Pas de modifications de la forme et du contenu habituels.



L'édito du Maire peut être suspendu par précaution juridique à compter du 1<sup>er</sup> septembre.

- Les droits d'expression des élus de l'opposition sont maintenus, à condition de respecter la règle de la neutralité.



Obligatoire pour les communes de + 3500 habitants.

Le site internet et/ou la page Facebook de la commune sont assimilés aux publications institutionnelles. Pas Twitter.

# Les outils : les publications

## **Le site internet et les réseaux sociaux :**

- La règle de neutralité s'applique : informations partagées, photos, contenu éditorial...
- L'activité de la commune sur les réseaux ne doit pas être modifiée (contenu, fréquence et habitudes d'utilisation).

## **Bonnes pratiques :**

Les réseaux de la commune doivent être distincts et isolés de ceux des élus et des candidats afin d'éviter toute confusion.



Eviter les liens vers un site de candidat, le partage d'une page ou d'une publication d'un candidat, ou de « retweeter » un post polémique.

# La communication institutionnelle : les évènements



## Les inaugurations :

Il n'y a **PAS** d'interdiction de principe après le 1<sup>er</sup> septembre 2025. Une inauguration ne pose pas de problème si elle s'insère dans la continuité de la vie locale.

## Bonnes pratiques :

- Le calendrier des travaux justifie le choix de la date.
- L'organisation respecte l'annonce, les invitations respectent les 3 règles NRA (mêmes conditions qu'à l'ordinaire ; même nombre de destinataires, d'affiches ; même niveau de dépenses, discours neutres).

# La communication institutionnelle : les évènements



## **La période des vœux :**

L'envoi des cartes de vœux et la cérémonie des vœux peuvent être organisés en 2026 :

## **Bonnes pratiques :**

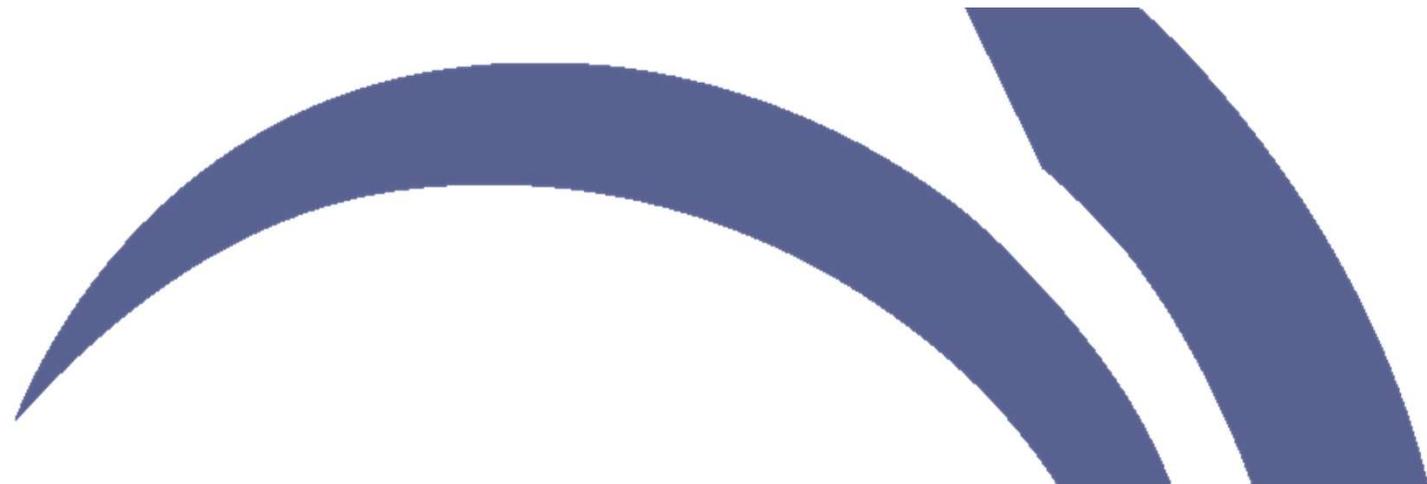
- Respecter un caractère habituel par rapport aux années précédentes : même budget, mode d'invitation, nombre d'invités.
- La distribution de cadeaux, les invitations à un buffet ou un repas reste possible seulement si cela est traditionnel.

# La communication institutionnelle : les panneaux

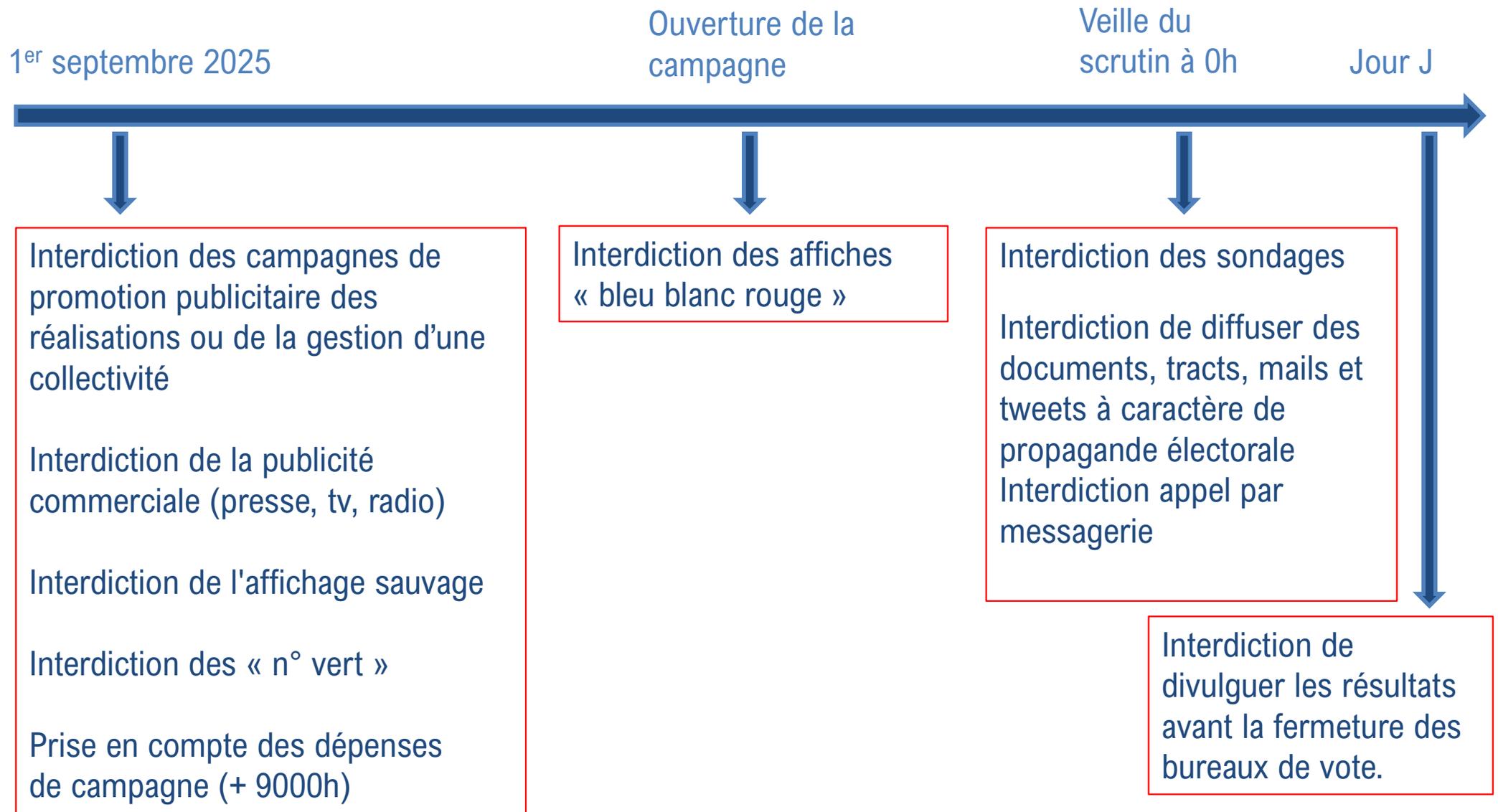
- Les panneaux de chantier destinés à informer la population sur les travaux en cours de réalisation sont légaux, dès lors que le sens du message est neutre.
- Les panneaux publicitaires loués, ou ceux qui appartiennent à la collectivité et qui ont une vocation promotionnelle sont illégaux à partir du 1<sup>er</sup> septembre 2019 s'ils constituent une promotion des réalisations, ou de la gestion de la collectivité.

# La campagne électorale

- Le calendrier de communication électorale
- Les moyens de propagande



# Le calendrier de la communication électorale



# Les moyens de propagande : la publicité



**Jusqu'au 01/09/2025**

- A partir du 1<sup>er</sup> septembre 2025, il sera interdit de recourir, à des fins de propagande électorale, à tout procédé de publicité commerciale par voie de presse ou par tout moyen de communication audiovisuelle.
- En revanche, le candidat est libre dans le cadre de sa campagne, il peut participer à des émissions de radio, autoriser un communiqué de presse, à condition des respecter les règles de la loi de la presse et du code électoral.



Un publi-reportage à une date très proche de l'élection est un procédé de publicité interdite.

# Les moyens de propagande : la publicité



Il existe une exception à l'interdiction de publicité :

- Les listes peuvent recourir à la publicité par voie de presse pour solliciter des dons.
- Cette publicité ne peut en aucun cas comporter d'autres mentions que celles propres à permettre le versement des dons.

# Les moyens de propagande : les tracts



**Jusqu'à la veille du scrutin**

Les juges admettent la distribution de tracts dès lors :

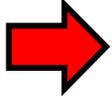
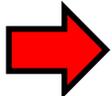
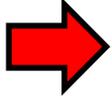
- qu'ils ne sont pas injurieux.
- que la distribution n'est pas massive.
- que la distribution n'est pas trop tardive pour empêcher les adversaires de répondre.
- que la sincérité du scrutin ne soit altérée au vu d'un faible écart de voix.

# Les moyens de propagande : internet et réseaux sociaux



Tout candidat peut ouvrir personnellement un compte sur un réseau social et diffuser sous sa responsabilité du contenu.

Le fait qu'il soit élu local ou exerce un mandat exécutif au sein d'une collectivité territoriale ne suffit pas à le soumettre aux règles du service public de l'information locale.

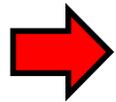
-  Le compte a un caractère strictement privé même s'il est fait état du mandat local de l'élu.
-  La gestion du compte n'est pas soumise aux règles de la communication institutionnelle : NEUTRALITE, ANTERIORITE, REGULARITE
-  En cas de contentieux, le juge administratif n'est pas compétent.

# Les moyens de propagande : internet et réseaux sociaux

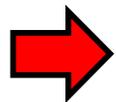


**Jusqu'à la veille du scrutin**

La liberté de ton et la souplesse d'utilisation de ces dispositifs de statut public imposent la prudence.



Le contenu des messages ( qui que soit l'auteur) ne doit pas être injurieux ou diffamatoire – Application de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse;



L'utilisation ne doit pas constituer une manœuvre de nature à altérer le scrutin en créant une confusion dans l'esprit des électeurs.



A la dénomination retenue, aux photographies utilisées, aux commentaires et liens diffusés !

La mise en sommeil est préconisée pour éviter les commentaires, les republications avec des « appels à voter »

# Les bonnes pratiques : Le droit de réponse

- L'exercice du droit de réponse est prévu par l'article 29 de la loi du 29 juillet 1881
  - ➔ Toute personne incriminée doit pouvoir solliciter un droit de réponse dès qu'elle est nommée ou identifiable dans une publication (journaux, presse, réseaux sociaux). Peu importe que le journal n'ait pas commis d'erreurs ou ait déjà publié un rectificatif.
- L'insertion de la réponse doit être faite, à la même place et avec les mêmes caractères, dans le numéro qui suit le surlendemain de la demande de réponse pour les publications non quotidiennes ou dans les 3 jours de la réception pour les quotidiens (24h en période électorale).

# Les moyens de propagande : les réunions électorales



Jusqu'à la veille du scrutin

Les réunions publiques sont libres et se tiennent sans autorisation, ni déclaration préalable.

## Bonnes pratiques :

- Prêt des locaux communaux à toute association ou partis politiques qui le demande (respect d'un certain formalisme par sécurité)
- Pas de droit acquis mais respect d'une équité entre candidats et de la règle de gratuité « républicaine »
- Délibération du conseil municipal pour en fixer le cadre et déléguer au maire l'attribution des salles



Le refus du Maire ne peut pas porter sur le caractère politique de l'association ou de la réunion portée par le parti politique.

# Les moyens de propagande : les courriers et les mailings

 **Jusqu'à la veille du scrutin**

Chaque candidat peut constituer un fichier d'adresses postales ou d'adresses mails afin de contacter les électeurs.

Bonnes pratiques:

- Ils ne doivent pas être diffamatoires ou propager de fausses informations.
- Ces fichiers doivent être déclarés à la CNIL.
- La CNIL a listé les obligations du candidat sur la mise en place et l'utilisation de ce type de fichiers.

# Les bonnes pratiques : le RGPD

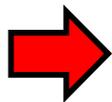


## Jusqu'à la veille du scrutin

Toute opération de communication ou de prospection politique doit être mise en œuvre de manière à garantir le contrôle et la maîtrise, par les électeurs sollicités, de leurs données,

### **Application du RGPD obligatoire :**

- Indication de l'origine des données utilisées (abonnement à une newsletter par exemple), notamment en cas de collecte indirecte (réseaux sociaux, achats de bases de données de contact).
- Les coordonnées électroniques permettant d'exercer ses droits d'accès, de rectification et de suppression doivent être indiqués.
- Les adresses électroniques des autres destinataires d'un courriel doivent être masquées.



Une fois la campagne terminée, ces fichiers élaborés spécifiquement pour la campagne doivent être détruits, sauf accord des personnes concernées.

 Jusqu'à la veille du scrutin

## Quels fichiers avez-vous le droit d'utiliser pendant votre campagne ?

base de données  
«Opt-in» politique 



Cet électeur a accepté  
de se faire démarcher

votre association 



votre organisme 



votre collectivité 



votre entreprise 



votre parti 



Cet électeur a accepté  
de se faire démarcher

# Les bonnes pratiques : l'utilisation des listes électorales

- Les listes électorales sont communicables à tout électeur, tout candidat et tout parti ou groupement politique.

L'électeur doit attester :

- ➔ de sa qualité par tout moyen de preuve, peu importe le lieu de son inscription.
- ➔ de son engagement à ne pas en faire une utilisation commerciale.
- La liste complète en cours de validité est communicable, y compris les informations relevant de la vie privée.



Les pièces présentées à l'appui de l'inscription ne sont pas communicables aux tiers.

# Les bonnes pratiques : l'utilisation des listes électorales

- L'exploitation des données issues des listes électorales une fois communiquées échappe à la commune.

## Précautions à prendre par la **COMMUNE** :



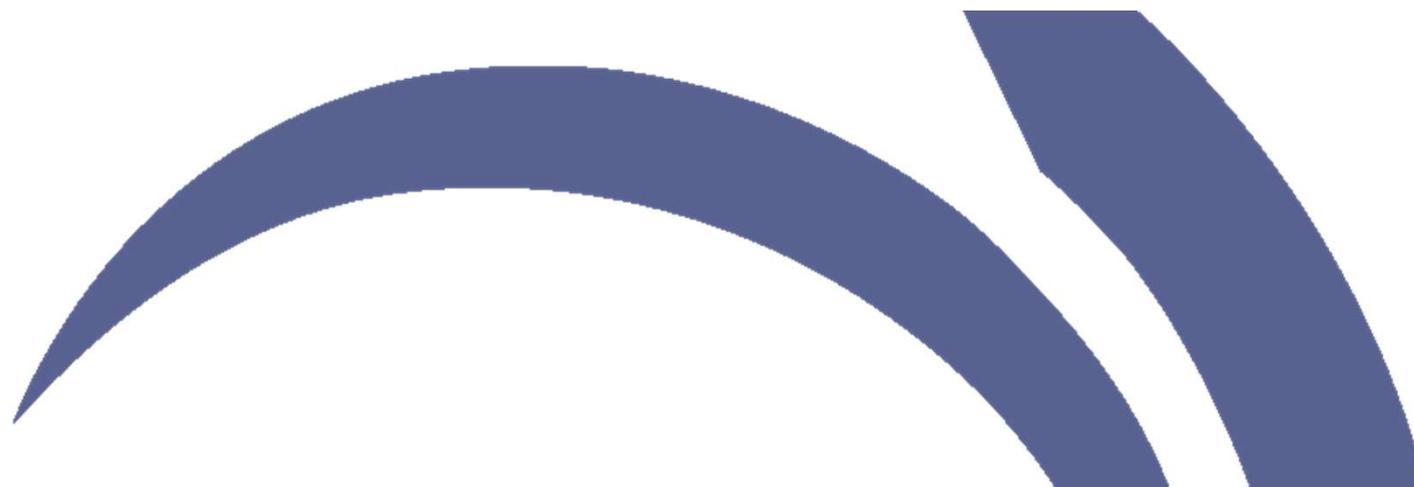
- Appliquer des règles identiques pour tous les candidats (support, coût, délai de traitement de la communication).
- Solliciter une attestation de non utilisation commerciale.
- ➔ La non production de cette attestation est un motif de refus légal.

## Précautions à prendre par le **CANDIDAT** :

- S'interdire de commercialiser les données.
- Informer les personnes prospectées de l'origine des données utilisées.

# La gestion de la campagne électorale

- Le financement de campagne
- Les bonnes pratiques



# La gestion des campagnes : le financement

A compter du 1<sup>er</sup> septembre 2025  
art L52-8 code électoral

**1 seule interdiction** : le financement des campagnes électorales par **des personnes morales** (à l'exception des partis et groupes politiques et des banques).

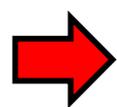
**Des obligations spécifiques pour les candidats des communes + 9000 habitants:**

- Désignation d'un mandataire de campagne,
- Etablissement et dépôt d'un compte de campagne,
- Plafond de remboursement des dépenses électorales selon un barème par habitants.

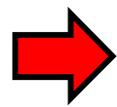
# Les bonnes pratiques : la mise à disposition des moyens de la collectivité

*Les **personnes morales**, à l'exception des partis ou groupements politiques, ne peuvent participer au financement de la campagne électorale d'un candidat, ni en lui consentant des dons sous quelque forme que ce soit, ni en lui fournissant des biens, services ou autres avantages directs ou indirects à des prix inférieurs à ceux qui sont habituellement pratiqués. (art. L 52-8)*

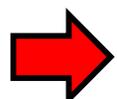
- La mise à disposition des moyens de la collectivité au profit d'un candidat est considérée comme un don effectué par une personne morale, ce qui est strictement INTERDIT.



Sanction financière: intégration des dépenses engagées dans les comptes de campagne des candidats.



Sanction en cas de faible écart de voix : annulation des élections pour rupture d'égalité entre candidats, par le juge de l'élection.



Sanction pénale : Contravention et détournement de fonds publics.

# Les bonnes pratiques : la mise à disposition des moyens de la collectivité

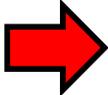
- **Moyens humains :**

- Il est interdit à tout agent de l'autorité publique ou municipale de distribuer des bulletins de vote, professions de foi ou circulaires.
- Néanmoins, les agents de la collectivité peuvent comme citoyens participer avec le candidat à la campagne électorale en dehors de leurs horaires de travail.

- **Moyens matériels:**

- Toute utilisation de fournitures administratives, photocopies, véhicules .... de la collectivité est prohibée.



L'utilisation de moyens de la collectivité est considérée comme un don effectué par une personne morale.  **Interdiction.**

# Les bonnes pratiques : les dons et prêts consentis par une personne privée

Une personne physique peut :

- verser un don à un candidat pour une même campagne jusqu'à 4 600 (art L 52-8 code électoral)

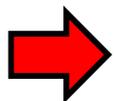
*Conditions :*

- *elle est de nationalité française ou si elle réside en France,*
- *Don supérieur à 150 euros effectué par chèque, virement, prélèvement automatique ou carte bancaire*
- *Montant global des dons en espèces faits par le candidat ne peut excéder 20% du montant des dépenses autorisées (art. L 52-8)*

- Consentir des prêts à un candidat à titre non habituel (art L 52-7-1 du code électoral)

*Conditions :*

- *Prêt d'une durée de 5 ans maximum*
- *Taux compris entre 0 % et le taux d'intérêt légal en vigueur*
- *Conditions de taux, montant, durée et modalités de remboursement pré définies*
- *Transmission chaque année de l'état des remboursements à la CNCCP*



Sanction pénale si contravention aux règles de financement pour le candidat et le financeur : Contravention 45 000 euros et 3 ans de prison.

# La gestion des campagnes : le financement



	Règles concernant les dons ainsi que les prêts et garanties (article L.52-8 du code électoral)	Plafond de dépenses (article L.52-11 du code électoral)	Mandataire financier et compte de campagne (articles L.52-4 et suivants, art. L 52-12 du code électoral)	Examen du compte de campagne par la CNCCFP (article L.52-12 du code électoral)
- 9000 habitants	<b>x</b>			
+ 9000 habitants	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>

# La gestion des campagnes : les frais de propagande



+ 1000 habitants

Pour chaque tour de scrutin, l'Etat rembourse les frais de propagande :

- deux affiches identiques d'un format maximal de 594 x 841 millimètres par emplacement d'affichage électoral.
- deux affiches d'un format maximal de 297 x 420 millimètres par emplacement d'affichage électoral pour annoncer la tenue des réunions électorales.
- un nombre de circulaires égal au nombre d'électeurs inscrits de la circonscription, majoré de 5 %.
- un nombre de bulletins de vote égal au double du nombre d'électeurs inscrits de la circonscription, majoré de 10 %.

# Le remboursement forfaitaire des dépenses de campagne

+ 9000 habitants



- Le montant maximal du remboursement forfaitaire est égal à 47,5% du plafond des dépenses de campagne. Il est versé à chaque candidat tête de liste qui a obtenu au moins 5% des suffrages exprimés au premier tour de scrutin (et dont le compte de campagne a été approuvé).
- Le remboursement ne peut excéder le montant réel des dépenses de la liste.
- Le montant du remboursement est limité à la part des dépenses que le candidat a, à titre définitif, personnellement acquittées ou dont il demeure débiteur, pour éviter un enrichissement personnel.
- Le remboursement des dépenses électorales est conditionné à leur finalité (obtention des suffrages de électeurs) ; la commission des comptes de campagne et des financements politique veille à cette condition lors de l'approbation des comptes de campagnes.

# Prise en charge des moyens de propagande: synthèse



Remboursement du coût du papier, des frais d'impression des bulletins de vote, circulaires et affiches. (article L. 242 du code électoral)

Mise sous pli et envoi de la propagande électorale (article L. 241 du code électoral)

Remboursement forfaitaire des dépenses de campagne (article L. 52-4 du code électoral)

- 1000 habitants

de 1000 à 2500 h

**x**

+ 2500 habitants

**x**

**x**

+ 9000 habitants

**x**

**x**

**x**

# Quizz : légal ou illégal?



- L'utilisation des photos de la commune est admise pour le maire candidat 
- La mise à disposition à un candidat d'un véhicule de fonction. 
- L'ouverture d'une page FB par le maire candidat au nom de la commune avec une photo de profil de l'hôtel de ville. 
- L'ouverture d'un compte FB par un candidat personne physique et sous sa seule responsabilité faisait apparaître sa fonction d'élu 
- La diffusion d'un bulletin municipal dressant le bilan des réalisations de la commune et présentant les perspectives à venir, sachant que ce bulletin était semblable aux précédents. 

# Quizz : légal ou illégal?



- La pose de la première pierre d'un établissement social. 
- Un bilan de mandat qui présente un caractère polémique, injurieux ou diffamatoire. 
- La diffusion d'un tract mettant en cause l'honnêteté d'un conseiller municipal, dépassant les limites de la polémique électorale. 
- La mise à disposition à titre gratuit d'une salle pour une réunion publique à la liste d'opposition. 
- Le refus de communiquer les listes électorales en l'absence de l'attestation à ne pas utiliser ces données à des fins commerciales 
- L'inauguration d'une école conformément à la date de sa livraison en période pré électorale 

# Liens utiles



## Préparer les élections municipales 2026

Rubriques spéciales

[Site de l'AMF](#)

Actualités – ELECTIONS 2026

[Site du CFMEL](#)

[Elections municipales 2026](#)

Carnets de campagne du courrier des maires

Commission Nationale de financement des campagnes et des partis politiques

[Rapport d'activité 2024](#)