

NOTE DE SERVICE	
OBJET : Les règles de communication en période préélectorale	
EMETTEUR : DIRECTION GENERALE DES SERVICES	Date
DESTINATAIRES : ENSEMBLE DES AGENTS DE LA COLLECTIVITE	

Les élections municipales et communautaires se tiendront en **mars 2026**. Conformément aux dispositions de l'article L52-1 alinéa 2 du Code électoral, la période préélectorale a débuté le **1^{er} septembre 2025**.

Cette période est marquée par un encadrement des actions de communication institutionnelle des collectivités, afin de garantir l'égalité entre les candidats et d'éviter l'utilisation de moyens publics à des fins électorales.

Dans le cadre de vos fonctions, vous pouvez être amenés à réaliser des actions de communication. Il est donc essentiel que vous soyez vigilants sur le respect du cadre réglementaire et jurisprudentiel présenté ci-dessous et sur les modalités de validation de vos actions.

1. Les règles générales posées par le Code électoral

A compter du 1^{er} septembre 2025, il est strictement interdit :

- ✓ D'organiser ou de diffuser des actions de promotion publicitaire mettant en valeur la gestion ou les réalisations de la collectivité ;
- ✓ De modifier ou de créer de nouveaux supports de communication institutionnelle (bulletins d'information, sites Internet, réseaux sociaux, affichages, brochures, etc.)
- ✓ D'utiliser les moyens matériels ou humains de la collectivité pour soutenir un candidat (locaux, véhicules, matériel, fichier, agents, etc.) ;
- ✓ D'accorder de manière générale un avantage direct ou indirect, sous quelque forme que ce soit, à un candidat.

2. Les 4 principes à respecter dans la communication institutionnelle

La communication institutionnelle de la Collectivité ne s'arrête pas au 1^{er} septembre mais doit respecter 4 principes :

- **La neutralité** : il s'agit du critère le plus important. Le message diffusé doit être strictement informatif, factuel, pratique. Il doit éviter de faire mention, même indirectement, du prochain scrutin et conserver un ton neutre, sans prosélytisme électoral.

Ex. Eviter les termes élogieux : « grâce à l'action des élus », « l'ouverture de ce bel équipement », « c'est un succès », ...

Pas d'annonces de nouveaux projets

Pas de référence aux élections à venir.

- **L'antériorité** : L'action de communication doit correspondre à une pratique antérieure à la période préélectorale et ne doit pas avoir été créée ou organisée spécifiquement en vue des élections.

Ex. Pas de lancement d'une nouvelle manifestation

Pas de hors-série du bulletin municipal.

- **La régularité** : la publication d'un support de communication doit conserver la même périodicité, sans modification de format ou de contenu.

Ex. La fréquence de la lettre d'information des parents d'élèves doit rester mensuelle si elle a toujours été diffusée mensuellement

Les réunions publiques de chantier peuvent être organisées selon le même calendrier et le même format que pour les chantiers précédents.

- **L'identité** : les aspects formels des supports de communication et la fréquence de diffusion ne doivent pas être modifiés par rapport à la pratique courante poursuivie par la collectivité.

Ex. Ne pas changer le site Internet même si les informations restent globalement les mêmes

Ne pas faire un nouveau format 4 pages au lieu d'un recto verso précédemment édité sur les événements de la rentrée.

Ne pas créer un nouveau réseau social.

3. Validation des actions de communication

Toute nouvelle communication envisagée pendant la période préélectorale doit être soumise pour validation préalable à la direction générale des services OU direction de la communication (à préciser selon les collectivités).

Rappel des devoirs de l'agent

Conformément au code général de la fonction publique et à une jurisprudence constante, l'agent public est tenu à une **obligation de réserve dans l'exercice de ses fonctions**, et le **principe de neutralité du service public** lui interdit de faire de sa fonction l'instrument d'une propagande quelconque.

En période préélectorale plus particulièrement, l'agent public doit veiller à ne pas mélanger ses fonctions avec un engagement politique. Concrètement, les actions suivantes sont à bannir :

- ➔ Utiliser les moyens du service public (locaux, matériels, fichiers, véhicules, courriels, temps de travail, subventions) pour soutenir un candidat, un parti ou une campagne ;
- ➔ Diffuser ou afficher de la propagande électorale dans les services de la Collectivité (tracts, affiches, autocollants, slogans) ;
- ➔ Porter un signe de soutien politique (badge, insigne, tenue marquée) dans l'exercice de ses fonctions ;
- ➔ Prendre publiquement une position dans le cadre professionnel (réunions, communication institutionnelle).

SIGNATURE DE LA/DU DGS