

DANS CE NUMERO :

Quelques principes à respecter en période préélectorale

Nos prochaines rencontres

Journée des Maires
12 mai à Mulhouse

Réunion Générale
d'Information
23 juin à Guebwiller

**Allègement de la charge de
signature pour l'émission
des mandats**

**Signature d'une convention
de partenariat entre
l'AMF et EDF**

Page 2

**La Préfecture fait le point
sur...**

Portail Internet

Projets territoriaux de
développement durable

Echos du Parlement

Page 3

**Communication en période
préélectorale :
cas pratiques**

Le bulletin municipal

Les manifestations et les
inaugurations

Les cartes de vœux

Le site Internet

Les bilans de mandat

Page 4

A un an des élections municipales, la communication des collectivités locales est strictement réglementée par le Code électoral. Pour éviter que la communication soit assimilée par le juge à de la propagande électorale, quelques principes simples doivent être respectés.



Ces principes ont été développés le 14 avril dernier à Bollwiller par M. Christophe ROBERT, Rédacteur en chef du « Journal des Maires » et formateur en droit public. En préambule, M. Richard LASEK, Maire de la commune, a salué les 200 élus venus s'informer sur la communication en période préélectorale.

En matière de communication en période préélectorale, quelques dispositions essentielles trouvent à s'appliquer, quelle que soit l'importance démographique de la collectivité. L'article L. 52-8 du Code électoral prohibe, depuis le 1^{er} mars 2007, les dons et les aides directes ou indirectes d'une personne morale au profit d'un candidat. L'article L. 52-1 alinéa 2 du code électoral interdit, à compter du 1^{er} septembre 2007, toute campagne de promotion publicitaire des réalisations ou de la gestion d'une collectivité.

Le principe de séparation : Il s'agit de distinguer formellement la communication de la collectivité de celle du candidat. Sur un plan pratique, cela revient à renoncer, pour la collectivité :

- à communiquer sur les thèmes développés par les candidats dans le cadre de leur campagne électorale ;
- à opérer un changement de style rédactionnel et de forme dans les supports de communication utilisés, d'une part, par le maire et la ville et, d'autre part par le maire candidat (proscrire l'utilisation du logo de la ville, du papier à en-tête, etc).

Le principe d'antériorité : La jurisprudence veille à ce que les candidats sortants ne tirent pas profit des actes de communication financés par la collectivité. La nouveauté apparaît suspecte aux yeux du juge. Le principe d'antériorité implique donc qu'aucun acte de communication ne soit organisé dans la perspective des opérations électorales. En pratique, le juge pourra notamment examiner si le support (bulletin, plaquette...) ou l'événement en cause (manifestation, festivité...) existait ou non avant la date du 1^{er} mars 2007.

Le principe d'identité : Le juge peut examiner si l'acte (ou le support de communication) a évolué dans sa forme ou dans sa présentation à l'approche des élections. Il vérifiera ainsi les coûts de réalisation et de diffusion (tirage, pagination...), le nombre de destinataires visés et l'ampleur de la communication (en comparaison avec les années antérieures). Il peut également examiner si la collectivité a procédé à des modifications de l'aspect visuel ou extérieur destinées à rendre le support plus attrayant (charte graphique, qualité du papier, passage d'une version en noir et blanc à une version couleur, illustrations...).

Le principe de régularité : Le principe de continuité de l'action municipale permet à la collectivité de poursuivre sa communication habituelle. Il ne lui permet pas pour autant d'intensifier sa communication à l'approche des élections. Dans ce cadre, il est essentiel de veiller au caractère régulier des manifestations habituelles ainsi qu'au maintien de la périodicité du bulletin municipal.

Le principe de neutralité : Ce principe, sans doute le plus important, signifie que le contenu de l'information municipale doit rester politiquement neutre et strictement informatif. L'obligation de neutralité court dès l'année précédant le scrutin (sous peine de constituer un avantage prohibé au profit du candidat). Cette obligation se trouve renforcée dans les 6 mois précédant le scrutin, durant lesquels la promotion des réalisations ou de la gestion de la collectivité est interdite.

Le support de l'intervention de M. ROBERT est disponible sur demande à notre Association.
Des applications concrètes sont reprises en page 4 du présent bulletin.

Nos prochaines rencontres

► Samedi 12 mai 2007, à partir de 10h30 à MULHOUSE

Journée des Maires dans le cadre de la Foire Expo de Mulhouse, au Parc des Expositions. Les invitations ont été envoyées en mairie. M. Adrien ZELLER, président du Conseil Régional d'Alsace interviendra sur le thème : « Economies d'énergie, énergies renouvelables et développement durable ».

Un déjeuner offert par le Conseil Régional d'Alsace sera servi à l'issue de la rencontre.

► Samedi 23 juin 2007, de 9h00 à 12h00 à GUEBWILLER (salle de réunion de la mairie)

Réunion Générale d'Information. Je vous invite d'ores et déjà à vous réserver cette date.

Allègement de la charge de signature pour l'émission des mandats

La liste des pièces justificatives que l'ordonnateur (maires, présidents EPCI...) doit transmettre au comptable pour permettre le paiement des dépenses est périodiquement actualisée, pour tenir compte de l'évolution de la réglementation applicable aux collectivités. Le décret du 25 mars 2007 est venu actualiser la liste. Il allège également la charge de signature pour les ordonnateurs.

Le décret du 25 mars 2007 prévoit ainsi que la signature manuscrite du bordereau récapitulatif des mandats de dépense emporte justification du service fait des dépenses concernées et attestation du caractère exécutoire des pièces justifiant les dépenses concernées. Ceci dispense désormais l'ordonnateur de signer chaque pièce justificative jointe au mandat. Cette disposition est inscrite au nouvel article D.1617-23 du Code Général des Collectivités Territoriales.

Concrètement, la signature du bordereau vaut désormais :

- Validation de tous les mandats de dépenses compris dans le bordereau,
- Justification du service fait pour toutes les dépenses résultant de ces mêmes mandats,
- Certification du caractère exécutoire de l'ensemble des pièces justificatives jointes aux mêmes mandats.

Par contre, cette nouvelle portée juridique de la signature du bordereau implique que la signature du bordereau par l'ordonnateur ou son délégataire soit bien identifiée. Cette dernière ne peut être que manuscrite ou électronique. Il faut exclure les griffes, les signatures scannées...

Décret du 25 mars 2007, Journal Officiel du 28 mars 2007 page 5746

Le décret du 25 mars et l'instruction du 30 mars sont disponibles sur demande à notre Association.

Signature d'une convention de partenariat entre l'AMF et EDF

Le 28 mars dernier, M. Jacques PELISSARD, président de l'AMF et M. Pierre GADONNEIX, président d'EDF, ont signé une convention de partenariat pour développer les relations entre EDF et les maires autour de l'amélioration du service public.

La convention vise à répondre au besoin d'information des élus locaux concernant l'ouverture totale du marché de l'électricité et du gaz à la concurrence le 1^{er} juillet 2007. Ce partenariat entre EDF et l'Association des Maires de France prolonge également la charte des services publics et au public en milieu rural signée le 23 juin 2006 et s'inscrit dans la continuité des engagements pris dans le cadre du Contrat de service public signé entre EDF et l'Etat en octobre 2005.

La convention prévoit dans cet esprit des contacts réguliers entre associations départementales de maires et correspondants locaux d'EDF. Ces dialogues entre élus et correspondants locaux d'EDF sont concentrés notamment sur la qualité de distribution, la sécurité, la solidarité et la politique de la ville (dispositifs contre l'exclusion, accompagnement des opérations de renouvellement urbain...), la prévention et la gestion de crises (participation d'EDF à la préparation des plans communaux de sauvegarde par exemple...). L'ensemble de ces engagements vise à renforcer les liens entre les différents métiers qui composent le groupe EDF et l'AMF sur les territoires pour contribuer au développement local.

Le texte intégral de la convention est disponible sur demande à notre Association ou peut être téléchargé sur le site :

www.amf.asso.fr

Fiches techniques /Code des marchés publics

Le ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie (MINEFI) a mis en ligne de nouvelles fiches techniques relatives à diverses notions présentées dans le nouveau Code des marchés publics :

« Acomptes », « Avances », « Exemple unique ou certificat de cessibilité », « Prix du marché et dépassement de son montant », « cessions et nantissement de créances », « Les variantes dans les marchés publics »,...

Les fiches peuvent être consultées sur le site :

www.minefi.gouv.fr

Rubriques « Marchés publics > Outils d'aide et d'application ».

PORTAIL INTERNET www.haut-rhin.pref.gouv.fr

Au début de l'année 2005, le Préfet a décidé d'améliorer l'efficacité et l'image de la présence des services de l'Etat sur la toile. En effet, il était devenu nécessaire de refondre d'une part, le site Internet de la Préfecture du Haut-Rhin qui ne permettait plus de faire face à l'inflation de publications et aux besoins de réactivité des mises en ligne et, d'autre part, le Système d'Information Territorial, pauvre en fonctionnalités et peu adapté aux comportements et pratiques naturelles des agents, en un portail unique des services de l'Etat dans le département.

Un même outil pour différents publics et des usages multiples : Le choix de la solution fonctionnelle fut de créer un portail de tous les services de l'Etat dans le Haut-Rhin. Celui-ci devait être à la fois un point d'entrée unifié pour les différents publics : citoyens, collectivités, entreprises, médias et simultanément le lieu d'accès à des espaces privatifs pour les besoins de travail collaboratifs entre les services. Ce système de publication dynamique permet une **gestion déconcentrée** des contenus et, en outre, une forte réactivité dans les mises à jour. Ce portail offre des fonctionnalités nouvelles en matière de gestion éditoriale et documentaire : moteur de recherche, circuit de validation, lettre d'information, liste de diffusion, alerte sur publication, gestion des dates limites, suivi des versions, forum, agendas thématiques et personnels synchronisés, etc. Les données publiées sont systématiquement marquées par une date et une origine. Tous les services de l'Etat dans le Haut-Rhin ont, à des degrés divers, vocation à y placer les informations relatives à leurs attributions. A défaut, le renvoi chaque fois que nécessaire vers leur site local ou des sites nationaux est privilégié, afin de bénéficier de la complémentarité entre sites locaux et nationaux.

Les avantages de cette solution en termes de services : Pour les producteurs d'information et les groupes de travail inter-services, cette solution permet de disposer très facilement d'espaces individualisés et modulables, accessibles en tous temps et lieux et ce, au travers d'une même page d'accès. Pour les usagers du portail, elle permet de disposer rapidement des informations voire d'être alertés de la mise en ligne d'informations.

Grâce à un moteur de recherche, elle permet de retrouver toutes les informations publiées. Plus spécialement pour les collectivités locales, divers contenus sont aujourd'hui directement mis en ligne par les services de l'Etat. On peut citer ainsi : « Les circulaires aux collectivités », « Le Recueil des Actes Administratif », « Les informations acquéreurs-locataires », « Le Schéma d'Orientation de la Coopération Intercommunale dans le Haut-Rhin », « Aspic » (Base d'informations sur les collectivités).

Nom du rédacteur : Yvon DEGERAUD, Chef du Service départemental des Systèmes d'Information et de Communication à la Préfecture du Haut-Rhin

APPEL A RECONNAISSANCE DES PROJETS TERRITORIAUX DE DEVELOPEMENT DURABLE ET « AGENDA 21 LOCAUX »

Le ministère de l'Ecologie et du Développement Durable (MEDD) a lancé un ensemble de mesures pour encourager les collectivités territoriales qui s'engagent dans une démarche de développement durable au travers d'un projet - déjà au stade de plan d'action - dans lequel s'inscrit le dispositif « **Agendas 21 locaux** ». Pour une reconnaissance à l'automne 2007 par la délégation au développement durable du MEDD, les dossiers devront être adressés au ministère **avant le 8 juin 2007**. Le dossier de candidature est téléchargeable depuis le site Internet : www.ecologie.gouv.fr/-Appel-a-reconnaissance-.html

Contact Préfecture : Annette BANVILLET, Chef du Bureau de l'Urbanisme et de l'Environnement



ECHOS DU PARLEMENT...

Mme Catherine TROENDLE, Sénateur-maire de Ranspach-le-Bas, a saisi le Monsieur Régis DELORME, Procureur de la République au Tribunal de Grande Instance de Mulhouse, [sur le sort des véhicules abandonnés sur le ban communal](#).

Dans sa réponse, le Procureur explique qu'en sa qualité d'officier de police judiciaire, le maire peut, sous sa responsabilité, prescrire l'immobilisation, la mise en fourrière, voire la destruction d'un véhicule, même sans l'accord de son propriétaire, **dès lors que la circulation ou le stationnement dudit véhicule présente une gêne ou un risque pour la sécurité des usagers de la route**.

Il ressort également de l'article L 417-1 du Code de la Route que « les véhicules laissés en stationnement en un même point de la voie publique ou de ses dépendances pendant une durée excédant sept jours consécutifs peuvent être mis en fourrière ». Cette hypothèse correspond au stationnement dit abusif, qui, en tout état de cause, est constitutif d'une contravention de deuxième classe. En se basant sur cet article, **les maires peuvent donc faire procéder à la mise en fourrière des véhicules abandonnés dès lors que ceux-ci ont demeuré plus de 7 jours consécutifs en un même point, alors même qu'ils ne sont ni dangereux, ni gênants, ni même privés d'éléments indispensables à leur utilisation normale**.

Communication en période préélectorale : cas pratiques

LE BULLETIN MUNICIPAL

Le bulletin municipal ne doit pas mettre en valeur la personne ou les actions du candidat, sous peine de constituer une aide prohibée. Il ne doit pas non plus vanter les réalisations ou la gestion de la collectivité, sous peine d'être assimilé à une campagne de promotion publicitaire. Pour éviter tout risque, il suffit de respecter les principes traditionnels. **S'agissant de l'antériorité**, la publication municipale ne doit pas avoir été créée en vue de l'élection et à l'approche du scrutin. Il convient également d'éviter la création injustifiée de tout nouveau support (numéro spécial, hors série...). Une publication municipale peut en effet être considérée par le juge comme un document de propagande « *compte tenu de son contenu et de la date de son lancement* ». **Le principe d'identité** invite, pour sa part, à ne pas modifier la pagination du support, éviter de changer de charte graphique et ne pas augmenter le tirage et la diffusion du bulletin. **La régularité** interdit de modifier la périodicité de la publication en période préélectorale en cherchant à rapprocher les dates de parution (passage de trimestriel à mensuel, mensuel à bimensuel...). Enfin, **la neutralité**, nécessite de surveiller de près la rédaction et le style employé. Il est conseillé d'utiliser des formules du type « la ville » ou « le conseil municipal » plutôt que « le maire » ou « la municipalité ». L'idée est de dépersonnaliser le plus possible le contenu du bulletin en période préélectorale. **S'agissant de l'éditorial du maire**, aucun texte n'interdit formellement son maintien en période préélectorale. Le juge vérifie toutefois qu'il ne fait aucune allusion aux élections ou aux thèmes abordés durant la campagne. Dans ce cadre, une alternative se présente : soit réduire la portée de l'éditorial, en pesant chaque mot, soit le suspendre en le remplaçant par une formule du type « *par mesure de précaution et afin de respecter les règles édictées par le Code électoral, l'éditorial du maire sera suspendu jusqu'au prochain renouvellement du conseil municipal* ». **La présence de photos** de l'élu dans un magazine municipal peut également être considérée comme contraire aux règles du droit électoral, même si cet élément ne suffit pas, à lui seul, à remettre en cause un scrutin. Pour être régulières, les photographies publiées doivent seulement rendre compte des manifestations locales et ne pas revêtir le caractère de propagande électorale. Enfin, s'agissant **des tribunes d'opposition**, la prudence extrême conduirait à les suspendre en période électorale, tout comme l'éditorial du maire. Mais attention la suspension de l'une des rubriques doit conduire à la suspension de l'autre, sous peine de porter atteinte à l'égalité de traitement entre les candidats !

LES MANIFESTATIONS ET LES INAUGURATIONS

Qu'il s'agisse de manifestations ou d'inaugurations, il importe d'éviter la confusion entre communication institutionnelle habituelle et propagande électorale. Ainsi, **les inaugurations doivent être impérativement justifiées par le calendrier des travaux**. Quant aux manifestations, elles doivent respecter **le principe de la continuité municipale**. Le respect du calendrier des travaux implique de ne pas inaugurer une bibliothèque municipale ouverte depuis un an, ou encore une station d'épuration fonctionnant depuis plusieurs mois. Sinon, le juge pourrait considérer qu'il s'agit d'une campagne de promotion publicitaire vantant les réalisations de la collectivité. Quelques précautions doivent être prises : prendre garde à la mise en valeur des candidats (discours en tribune, évocation de projets d'avenir...) et proscrire la mise en valeur des réalisations ou de la gestion de la collectivité (dès le mois de septembre). Dans ce cadre, ont été admises l'organisation habituelle d'une soirée dansante ou encore la tenue d'une manifestation habituelle, organisée dans des conditions identiques aux années précédentes.

LES CARTES DE VŒUX

L'envoi de cartes de vœux en début d'année ne constitue pas, en tant que tel, de la propagande électorale. Quelques conditions de bon sens doivent être respectées. Tout d'abord, leur envoi doit s'inscrire dans le cadre de la politique de communication habituelle de la ville. Ensuite, **les cartes de vœux ne doivent contenir aucune allusion aux élections**. En pratique, quelques prescriptions peuvent être utilement suivies. Il s'agit tout d'abord d'envoyer les cartes de vœux dans les mêmes conditions que les années précédentes (autant de destinataires, mêmes catégories de population, tarifs comparables...). Ensuite, pour dépersonnaliser le message, il convient de préférer les formules telles que « l'ensemble du conseil municipal » ou « la ville » plutôt que « le maire » ou « l'équipe municipale ».

LE SITE INTERNET

Le droit applicable aux bulletins municipaux est transposable à la création, à l'installation et à la mise à jour des sites Internet des collectivités. Ainsi, la mise en ligne d'un nouveau site Internet à compter du 1^{er} mars risque d'être assimilée par le juge, en fonction de son contenu, à un avantage indirect consenti au candidat sortant par la collectivité. Toutefois, la création d'un site Internet par une commune comportant simplement une « *présentation générale de la commune* » ne constitue pas automatiquement une campagne de promotion publicitaire. **C'est avant tout au regard du contenu du site que le juge va se prononcer**. Par ailleurs, à compter de septembre 2007, le contenu du site devra s'affranchir de toute promotion des réalisations de la collectivité et, bien entendu, de toute mise en valeur de la gestion municipale.

LES BILANS DE MANDAT

Le maire peut présenter le bilan de son mandat en période préélectorale à condition que **ce bilan soit intégralement financé par le candidat**. En pratique, le bilan de mandat doit clairement émaner du candidat et non de la collectivité. Il s'agit donc d'éviter, quel que soit le support utilisé (brochure, site Internet ...), que ce bilan ne présente aucune ambiguïté susceptible de le confondre avec une publication de la collectivité (mise en forme, apparence...).