**LE FINANCEMENT DES CAMPAGNES DIGITALES**.

Félix Uhel

**Introduction**

Le 15 mai, *Libération* écrit un article sur les dépenses du conseil régional d’Auvergne-Rhône-Alpes présidé par Laurent Wauquiez. La région a dépensé plus de 90 000 euros en publicité sur *Facebook* durant le confinement. Données accessibles par tous (voir les sources). Sur la période courant de mi-février à mi-mai, seul Carrefour France a dépensé plus (102 000 euros). Choque les bonnes âmes. D’un point de vue de la communication politique, c’est un bon coup, nous allons voir pourquoi.

**L’article L.48-1 du code électoral** dispose que : « *les interdictions et restrictions prévues par le présent code en matière de propagande électorale sont applicables à tout message ayant le caractère de propagande électorale diffusé par tout moyen de communication au public par voie électronique* ».

* Les mêmes articles du code électoral s’appliquent à la communication sur papier et à la communication sur internet (art. L. 49. L. 49-1, L. 50-1, L. 52-1 et L. 52-8).

Reste qu’il y a forcément des différences entre communication écrite sur papier et communication digitale. Nous avons les explorer.

**Je vous propose un plan temporel** avec :

1. La campagne digitale avant les six mois précédant une élection
2. La campagne digitale entre les six mois précédant une élection et la veille du scrutin
3. La campagne digitale 24 heurs avant le scrutin
4. **La campagne digitale avant les six mois précédant une élection**

**A – Le référencement sur Google**

* Possible, même avec l’IRFM de vos parlementaires

# Mais attention d’après la décision **Décision n° 2017-5026 AN du 8 décembre 2017 du Conseil Constitutionnel** « *le référencement commercial d’un site à finalité électorale sur un moteur de recherche sur internet avec pour finalité d’attirer vers lui des internautes qui effectuent des recherches, même dépourvues de tout lien avec les élections, est contraire aux dispositions de l’article L. 52-1 du code électoral* ».

**B- Droit de booster les publications sur les réseaux sociaux.**

* Pour *Facebook* : par exemple ciblé sur votre circonscription
* Pour *Twitter* : mettre des vidéos plus longues que 2 minutes 20

**C- Interdiction du financement participatif.**

* Indiqué dans le guide de 2019 de la **Commission nationale des comptes de campagne et des financements politiques** « *le recours à un système de paiement faisant intervenir un compte tiers entre le compte donateur et celui du mandataire* » est prohibé. La commission prône donc l’interdiction du crowdfunding.
* Cette position a été confirmée par le Conseil Constitutionnel qui a eu à connaitre du cas d’un candidat ayant perçu des dons par l’intermédiaire de l’opérateur de paiements en ligne « PayPal » et non sur le compte de dépôt unique du mandataire : « *les dons collectés au moyen d’un dispositif de paiement en ligne doivent être versés directement sur le compte de dépôt unique du mandataire, ce qui exclut notamment le recours à un système de paiement faisant transiter les fonds par un compte tiers, même lorsque celui-ci est ouvert au nom du mandataire financier* » (Cons. Constit.25 mai 2018, AN 11ème circ. Paris, n° 2018-5409).

1. **La campagne digitale entre les six mois précédant une élection et la veille du scrutin**

**A – Interdiction**

Référencement, Droit de booster les publications sur les réseaux sociaux.

**B- Aucune difficulté pour intégrer les frais inhérents à un site internet.**

Il s’agit, selon la CNCCFP :

* des frais de conception du site internet ou du blog du candidat créé pour l’élection ;
* des frais de maintenance si, celle-ci est payante ;
* des frais d’acquisition d’un nom de domaine ;
* des frais d’hébergement du site, etc.

**L’hébergement peut être gratuit mais, dans ce cas, la CNCCFP et le juge électoral vérifieront si cet hébergement est gratuit pour tous les utilisateurs** et qu’il ne s’agit pas d’un avantage accordé au candidat et donc prohibé par l’article L. 52-8 du Code électoral.

Le Conseil d’État a ainsi censuré la mise à disposition gratuite de trois plates-formes internet par une société au candidat élu qui a été déclaré inéligible dès lors que cette société était gérée par une de ses colistières (CE, 11 avril 2018).

De même, **la gratuité du site internet ne doit pas être consentie en contrepartie de bannières publicitaires qui apparaitraient sur le site du candidat**. Ce procédé étant sanctionné par l’article L. 52-1 du code électoral qui interdit l’utilisation à des fins de propagande électorale de tout procédé de publicité commerciale.

1. **La campagne digitale 24 heures avant le scrutin**

* La seule différence avec les supports papier, c’est qu’il est parfois **difficile d’en contrôler la diffusion**, ce qui peut se révéler problématique au regard des dispositions du second alinéa de l’article L. 49 du code électoral selon lequel :

**« *A partir de la veille du scrutin à zéro heure, il est également interdit de diffuser ou de faire diffuser par tout moyen de communication au public par voie électronique tout message ayant le caractère de propagande électorale*** ».

Impossible pour une diffusion sur les réseaux sociaux !

Pour apprécier l’ampleur de la diffusion d’une publication sur un réseau social, le juge électoral se fondera notamment sur :

* le nombre d’amis, de fans, de followers etc. de l’auteur de la publication ;
* le nombre de fois où la publication a été vue ;
* son statut public ou privé ;
* le potentiel « partage » de ladite publication par un autre membre du réseau social ;
* la date et l’heure à laquelle elle a été diffusée.

**Exemple** :

* le Tribunal administratif de Strasbourg a rejeté une critique tirée de la diffusion, sur Facebook, par le membre de la famille d’un des candidats, de sa photographie le représentant dans l’isoloir avec le commentaire « dans la vie, il faut savoir faire les bon choix » au motif que : « *ces publications, qui n’étaient accessibles qu’aux personnes ayant volontairement accompli une démarche spécifique pour accéder au réseau dont s’agit, ont eu un écho significatif auprès de la population ; qu’il n’est pas davantage établi que le bureau de vote a connu une affluence plus marquée dans l’après-midi qui a suivi la publication des « selfies » ; que ces messages et les commentaires qui s’en sont suivis, dont le contenu était sans lien réel avec le débat électoral* » (TA Strasbourg, 20 mai 2014, Elect. Muni Vahl-les Faulquemont, req. n° 1401578).
* Le Conseil d’Etat a censuré la diffusion d’un message de propagande électorale appelant à voter pour la liste élue, diffusé le samedi 29 mars 2014 sur la page Facebook d’un groupe dénommé « Tu sais que tu viens de Voisins-le-Bretonneux quand... » aux motifs que ce message avait été publié : Auprès d’un groupe alors constitué de 753 membres ; Sur une page qui était ouverte à la consultation publique. **Les élections ont été annulées du fait du faible écart de voix sur ce motif mais** également en raison d’un tract diffusé le vendredi qui ajoutait un élément nouveau de polémique électorale (CE, 25 février 2015, Elec. Mun. Voisins-le-Bretonneux, req. n° 385686, Rec. T.).

On rappellera à cette occasion l’importance de l’écart de voix, que généralement, au-delà d’un écart de voix de 5%, le juge électoral considère que l’abus de propagande n’a pu altérer la sincérité du scrutin (CE, 29 juillet 2009).

**Conclusion**

Des règles qui sont calquées sur la propagande électorale classique.

Mais des adaptions juridiques nécessaires et une grande appréciation du juge dans certains cas.

Communication de Laurent Wauquiez pas si mauvaise sachant que les élections vont avoir lieux l’an prochain et que la propagande électorale digitale payante sera dans quelques mois interdite.

**Sources**

**Introduction**

<https://www.liberation.fr/politiques/2020/05/15/la-region-de-laurent-wauquiez-depense-sans-compter-sur-facebook_1788439>

<https://www.facebook.com/ads/library/report>

1. **La campagne digitale avant les six mois précédant une élection**

<http://www.cnccfp.fr/docs/campagne/20161027_guide_candidat_edition_2016.pdf>

<https://www.conseil-constitutionnel.fr/decision/2017/20175026AN.htm>

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

1. **La campagne digitale entre les six mois précédant une élection et la veille du scrutin**

<https://www.legifrance.gouv.fr/affichJuriAdmin.do;jsessionid=6F322FFDE5526F4F11750BB546D3048C.tplgfr40s_3?oldAction=rechExpJuriAdmin&idTexte=CETATEXT000036791244&fastReqId=544073239&fastPos=3343>

1. **La campagne digitale 24 heurs avant le scrutin**

<https://www.cnil.fr/fr/la-communication-politique-par-courrier-electronique>

<https://cdn2.nextinpact.com/medias/ta-strasbourg.pdf>

<https://www.legifrance.gouv.fr/affichJuriAdmin.do?idTexte=CETATEXT000030286090>

Autres :

* **Guide du candidat :** <http://www.cnccfp.fr/docs/campagne/cnccfp_2019_Guide_candidat_et_mandataire_210120.pdf>