

Cabinet PLACIDI

Avocat au barreau de Strasbourg

Rolande PLACIDI

DEA de droit public

Chargée d'enseignement à Lyon II

Membre du Conseil de l'Ordre

En collaboration avec

Stéphanie KAUFMANN

Master II Droit et Administration

publique territoriale

Gouvernement de la Nouvelle-Calédonie

Monsieur le Président

8, Rue des Artifices

BP M2-

98 849 NOUMÉA Cedex

Avocats au Barreau de Strasbourg

Strasbourg, le 9 février 2017

Interlocuteur : Monsieur Ludovic LAFON, attaché de presse.

Nos réf. : RP/2017/00801

✉ : PUBLICATION D'UN BILAN DU GOUVERNEMENT DE LA NOUVELLE CALEDONIE

Monsieur le Président,

Par courriel du 1^{er} février vos services m'ont indiqué que vous souhaiteriez réaliser un bilan du gouvernement collégial de la Nouvelle-Calédonie afin de procéder à sa diffusion en mars-avril 2017.

Cette action de communication présente une antériorité puisqu'un premier bilan a été diffusé l'an dernier.

Toutefois, le Gouvernement s'interroge sur la possibilité d'engager cette action de communication pendant la période électorale des législatives. C'est pourquoi vous souhaiteriez disposer d'une note juridique sur ces aspects.

Je vous prie de trouver ci après ma consultation juridique.

1. SUR LA NOTION DE COLLECTIVITE INTERESSEE PAR LE SCRUTIN AU SENS DU CODE ELECTORAL.

L'article L. 52-1 du code électoral précise :

*« A compter du premier jour du sixième mois précédant le mois au cours duquel il doit être procédé à des élections générales, 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**. Sans préjudice des dispositions du présent chapitre, cette interdiction ne s'applique pas à la présentation, par un candidat ou pour son compte, dans le cadre de l'organisation de sa campagne, du bilan de la gestion des mandats qu'il détient ou qu'il a détenus. Les dépenses afférentes sont soumises aux dispositions relatives au financement et au plafonnement des dépenses électorales contenues au chapitre V bis du présent titre ».*

Est une collectivité intéressée au sens du Code électoral, toute structure dans laquelle siège un élu candidat à une élection.

Ainsi, le Conseil d'Etat a apprécié la régularité d'un bulletin municipal dans une affaire où le maire de la commune était candidat aux élections cantonales.

(CE, 28 juill. 1993, Fourcade, req. n° 142586).

Au cas présent, si des membres du gouvernement de la Nouvelle-Calédonie sont candidats aux élections législatives des 11 et 18 juin 2017, le Gouvernement de la Nouvelle-Calédonie est une collectivité intéressée au sens du Code électoral.

Dès lors que le Gouvernement de la Nouvelle-Calédonie est intéressé par les scrutins des élections législatives de juin 2017, toutes ses actions de communication institutionnelle doivent respecter les règles du Code électoral afférentes à ce scrutin.

Il doit encore être souligné que la circonstance qu'un élu ne déciderait que tardivement de se présenter à un scrutin est sans influence sur l'application complète des règles du Code électoral à la collectivité à laquelle il appartient : le juge de l'élection appréciera la régularité des actions de communication institutionnelle à compter, non de la proclamation de candidature, mais au regard des délais prévus par les articles L. 52-1 et L. 52-8 du Code électoral.

Ainsi, le respect de la prohibition édictée par l'article L. 52-1 sera apprécié par le juge de l'élection « à compter du premier jour du sixième mois précédant le mois au cours duquel il doit être procédé à des élections générales », et ce alors même que l'élu n'aurait déclaré sa candidature que peu de temps avant les élections.

La possibilité de publier un bilan visant à valoriser l'action gouvernementale doit être appréciée au regard tant de l'interdiction des campagnes de promotion publicitaire de la gestion et des réalisations des collectivités intéressées, d'une part, que de la prohibition des dons et avantages directs et indirects accordés par une personne morale de droit public à un candidat, d'autre part.

En effet, le deuxième alinéa de l'article L. 52-8 du Code électoral interdit aux personnes morales et donc à toute collectivité de participer au financement d'une campagne électorale. Il dispose que :

« 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 ».

La prohibition de l'article L. 52-8 s'applique, pour les élections législatives des 11 et 18 juin 2017 depuis le 1^{er} décembre 2016, puisque les dispositions de l'article L.52-4 du Code électoral ont été modifiées par la loi n° 2016-508 du 25 avril 2016.

Les dispositions du second alinéa de l'article L. 52-1 du Code électoral interdisent, dans les six mois précédant une élection générale, toute campagne de promotion publicitaire des réalisations ou de la gestion d'une collectivité sur le territoire de celles intéressées par le scrutin. Cet article indique que :

« A compter du premier jour du sixième mois précédant le mois au cours duquel il doit être procédé à des élections générales, 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. Sans préjudice des dispositions du présent chapitre, cette interdiction ne s'applique pas à la présentation, par un candidat ou pour son compte, dans le cadre de l'organisation de sa

campagne, du bilan de la gestion des mandats qu'il détient ou qu'il a détenus. Les dépenses afférentes sont soumises aux dispositions relatives au financement et au plafonnement des dépenses électorales contenues au chapitre V bis du présent titre ».

Les campagnes de promotion publicitaire des réalisations ou de la gestion du Gouvernement de la Nouvelle-Calédonie sont donc prohibées depuis le 1^{er} décembre 2016.

Dès lors, il est exclu de procéder à la diffusion d'un bilan gouvernemental en mars-avril 2017 notamment au regard des dispositions de l'article L.52-1 du code électoral.

A défaut, certains candidats aux élections législatives de juin 2017, membres de ce gouvernement, pourraient d'une part, voir leur élection annulée en cas de faible écart de voix et pourraient d'autre part, voir leur compte de campagne réformé (intégration du coût de cette opération de communication dans les comptes de campagnes des candidats qui en auraient bénéficiés).

2. L'APPLICATION DES DISPOSITIONS DE L'ARTICLE L. 52-8 DU CODE ELECTORAL

Toute action de communication institutionnelle n'est pas, du seul fait qu'elle se déroulerait en période électorale, irrégulière et prohibée. Toutefois, compte tenu du caractère par nature même atypique des brochures bilan, il y a lieu de se référer aux critères pouvant être dégagés de la jurisprudence électorale permettant de distinguer la communication institutionnelle de la propagande électorale.

Le premier de ces critères est celui de l'**antériorité**. La préexistence de la publication d'autres brochures bilan constituerait un indice de nature à établir que cette publication n'est pas faite spécifiquement en vue de l'élection, pour influencer sur le vote des électeurs par une valorisation d'un élu ou d'un groupe d'élus, de leur programme ou de leurs actions dans les domaines de compétence de la collectivité intéressée.

Au cas présent vos services m'ont indiqué que cette action bénéficie d'une antériorité d'un an.

Il existe donc bien une antériorité de l'action de communication. Toutefois, le juge de l'élection a rappelé que le critère de l'antériorité ne permettait pas, **à lui seul**, de valider une action de communication ; **le critère déterminant reste celui du contenu de l'action de communication**. Il convient ainsi d'avoir présent à l'esprit la jurisprudence particulièrement restrictive du conseil d'Etat à propos des élections régionales d'Ile-de-France pour lesquelles le juge de l'élection a fait une application stricte de l'article L.52-1 alinéa 2 du code électoral, et a prononcé l'annulation de l'élection du dernier élu de la liste HUCHON.

« que la région d'Ile-de-France a conduit, fin septembre 2009, une campagne de communication relative à son action et ses projets dans le domaine des transports et, en novembre 2009, une autre campagne portant sur son engagement dans le domaine de l'emploi et de la formation ; que ces campagnes se sont notamment traduites par l'apposition, dans les stations et gares de métro et de RER de la région, d'affiches de quatre mètres sur trois portant le nom et le logo de la seule région d'Ile-de-France qui, pour les unes, sous le titre "La Région fait grandir vos transports", mentionnaient "décembre 2009 Lancement du Francilien, votre nouveau train", "2011 Modernisation des RER A et B", "2013 5 nouvelles lignes de tramway", et, pour les autres, sous le titre "La Région se mobilise pour attirer

l'emploi", affirmaient "La Région soutient la formation, la recherche, l'innovation et la création d'entreprise ou la reprise d'entreprise" ; que ces opérations d'affichage, qui ont revêtu un caractère massif et ont été, en outre, complétées par la publication d'encarts dans la presse écrite et sur internet, ont été réalisées pendant la période mentionnée par les dispositions précitées du second alinéa de l'article L. 52-1 du code électoral et ont eu pour effet non de diffuser de simples informations, mais de valoriser, par des messages à caractère promotionnel, l'action du conseil régional ; qu'elles doivent, dès lors, être regardées comme des campagnes de promotion publicitaire au sens du second alinéa de l'article L. 52-1 du code électoral, alors même que leur contenu est dépourvu de toute référence aux élections des 14 et 21 mars 2010 ; qu'eu égard à la nature et à l'ampleur de ces opérations, la circonstance qu'elles ont été précédées de campagnes similaires les années antérieures et présentent ainsi un caractère récurrent n'est pas de nature, en l'espèce, à leur retirer le caractère de campagnes de promotion publicitaire prohibées par les dispositions de cet article ».

(CE, 4 juillet 2011, req. n° 330833)

Les autres critères d'analyse du juge de l'élection sont relatifs au respect du principe de l'identité du support, au respect de la périodicité du support.

Les risques essentiels d'irrégularité de la publication d'une telle brochure bilan tiennent aux éventuelles atteintes au principe de neutralité du contenu. Il doit être rappelé que le respect de ce principe, élément déterminant dans l'appréciation du juge de l'élection, implique que les textes, le ton employé et les photographies restent sobres, objectifs et informatifs. **Ils ne doivent pas mettre en valeur l'image ou l'action du président ou de son équipe gouvernemental, ni donner lieu à une personnalisation de la gestion gouvernemental.**

Cette neutralité du contenu est l'élément déterminant dans l'appréciation du juge de l'élection. L'ensemble des remarques formulées ci-dessus vaut également pour l'application de l'article L.52-1 alinéa 2 du code électoral.

3. LA PROHIBITION DES CAMPAGNES DE PROMOTION PUBLICITAIRE DES REALISATIONS ET DE LA GESTION DU GOUVERNEMENT DE LA NOUVELLE-CALÉDONIE.

a- Les dispositions du second alinéa de l'article L. 52-1 du Code électoral interdisent, dans les six mois précédant une élection générale, toute campagne de promotion publicitaire des réalisations ou de la gestion d'une collectivité sur le territoire de celles intéressées par le scrutin.

Cet article dispose que :

« A compter du premier jour du sixième mois précédant le mois au cours duquel il doit être procédé à des élections générales, 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. Sans préjudice des dispositions du présent chapitre, cette interdiction ne s'applique pas à la présentation, par un candidat ou pour son compte, dans le cadre de l'organisation de sa campagne, du bilan de la gestion des mandats qu'il détient ou qu'il a détenus. Les dépenses afférentes sont soumises aux dispositions relatives au financement et au plafonnement des dépenses électorales contenues au chapitre V bis du présent titre ».

Si des membres du gouvernement sont candidats aux élections législatives des 11 et 18 juin 2017, le Gouvernement est bien une collectivité intéressée au sens du code électoral.

Les dispositions de cet article sont donc applicables au Gouvernement de la Nouvelle-Calédonie depuis le premier jour du sixième mois précédant le mois au cours duquel il doit être procédé aux différentes élections à savoir depuis le 1^{er} décembre 2016.

Il doit encore être souligné que l'application de l'article L. 52-1 du Code électoral est indifférente à la question de la promotion d'un élu-candidat : elle concerne la promotion de la collectivité. Cet article prohibe les campagnes « de promotion publicitaire des réalisations ou de la gestion d'une collectivité ».

Dès lors, il peut y avoir méconnaissance de l'article L. 52-1 alors même que la publication concernée ne valoriserait pas l'action d'un membre du Gouvernement.

b- Une publication sera analysée comme constitutive d'une campagne de promotion publicitaire des réalisations et de la gestion d'une collectivité territoriale si :

- elle présente sous un jour favorable l'action de la municipalité et de son maire, candidat à une élection (CE, 28 juill. 1993, *Fourcade*, Rec. CE T., p. 787) ;
- elle dresse un bilan avantageux de l'action menée par la municipalité (CE, 5 juin 1996, *Elections municipales de Morhange*, Rec. CE, p. 196 – CE, 21 févr. 1997, *Mersch*, *Elections municipales de Longuyon*, req. n° 171993) ;
- elle présente les réalisations et la gestion de l'équipe sortante sous un angle particulièrement favorable (CE Ass., 18 déc. 1996, *Elections dans le 16^e arrondissement des membres du Conseil de Paris et du Conseil d'arrondissement*, Rec. CE, p. 501).

Elle sera au contraire regardée comme régulière si :

- elle se borne à présenter les missions générales de la collectivité et à donner des informations sur les travaux d'aménagement et de construction antérieurement décidés (CE, 9 oct. 1996, *Elections municipales de Cherbourg*, req. n° 176893, 176795 et 176824) ;
- elle se borne à faire état de l'actualité municipale (CE, 21 févr. 1997, *Elections municipales de Longuyon*, req. n° 171993) ;
- elle donne aux habitants de la commune des informations et un bilan financier concernant une opération ainsi que des données chiffrées relatives aux budgets et aux comptes de la commune depuis plusieurs années (CE, 21 déc. 2001, *Elections municipales de Guerchy*, req. n° 234977) ;
- elle constitue, eu égard à son contenu, un élément de promotion commerciale (au sens strict) et touristique de la commune (CE, 6 mars 2002, *Elections municipales de Bagnères-de-Luchon*, req. n° 235950).

La jurisprudence s'attache essentiellement au contenu de la publication ainsi qu'aux photographies présentées et au ton employé (CE, 21 déc. 2001, *Elections municipales de Chasse-sur-Rhône*, req. n° 234827). De manière générale, les publications purement informatives et dénuées de tout caract-

tère polémique ne peuvent pas être regardées comme assurant la promotion publicitaire des réalisations et de la gestion d'une collectivité intéressée.

Il doit être souligné que les campagnes de promotion prohibées peuvent conduire à l'annulation du scrutin considéré, à savoir les élections législatives.

Toutefois, le seul constat par le juge de l'élection de l'existence d'une campagne de promotion prohibée n'a pas pour conséquence automatique et directe l'annulation des opérations électorales. Le juge tient compte de l'écart des voix séparant les candidats : il faut que cette opération ait constitué une manœuvre de nature à altérer la sincérité du scrutin, compte tenu de l'écart de voix séparant les candidats. Ainsi, dans l'hypothèse d'un faible écart des voix, une campagne de promotion publicitaire pourra conduire le juge à annuler les opérations électorales. Au contraire, dans l'hypothèse d'un écart important, la publication d'un tel document sera sans aucune influence : un faible écart de voix séparant les candidats conduira à regarder la manœuvre prohibée comme ayant été de nature à altérer la sincérité du scrutin, alors qu'un écart important établira pour le juge de l'élection que le vote aurait été acquis même en l'absence de l'opération considérée.

Ainsi, le Conseil d'État a récemment annulé les opérations électorales relatives au scrutin municipal des 23 et 30 mars 2014 de la commune de Palavas-Les-Flots en considérant que :

« 8. Considérant qu'il résulte de ce qui précède qu'il convient de retrancher hypothétiquement huit suffrages du total des voix obtenues par la liste " Réussir Palavas ensemble " qui est arrivée en tête ; que l'écart avec la liste " Tous pour Palavas ", que le tribunal administratif a estimé à deux voix, doit donc être ramené à une seule voix ;

(...)

*10. Considérant, en premier lieu, qu'il résulte de l'instruction que la commune de Palavas-les-Flots a procédé, à partir de janvier 2014, à une campagne de promotion publicitaire consécutive à l'obtention de la Marianne d'Or du développement durable le 20 novembre 2013, par le moyen d'affiches apposées sur une part significative du mobilier urbain de la commune ; que cette campagne mettait en avant l'ensemble de la politique de développement durable conduite par le maire sortant au cours de son mandat ; qu'en outre, en janvier 2014, **une brochure de 32 pages présentant en des termes particulièrement élogieux l'action de la municipalité** et reprenant le slogan " Réussir Palavas ensemble " a été envoyée aux habitants en accompagnement des vœux du maire aux Palavasiens ; que ces deux actions de communication ainsi menées par le maire sortant ont constitué des campagnes de promotion publicitaire des réalisations de la municipalité au sens des dispositions du deuxième alinéa de l'article L. 52-1 du code électoral cité ci-dessus"*

(CE, 25 février 2015, Elec. Mun. Palavas-les-Flots, req. n° 382904)

A l'inverse l'article L.52-1 du Code électoral précise :

"Sans préjudice des dispositions du présent chapitre, cette interdiction ne s'applique pas à la présentation, par un candidat ou pour son compte, dans le cadre de l'organisation de sa campagne, du bilan de la gestion des mandats qu'il détient ou qu'il a détenus. Les dépenses afférentes sont soumises aux dispositions relatives au financement et au plafonnement des dépenses électorales contenues au chapitre V bis du présent titre ».

les candidats peuvent donc établir une brochure bilan et inscrire cette dépense dans le compte de campagne. Le Conseil d'État a récemment statué sur ce point en considérant que :

*“9. Il résulte de l'instruction qu'a été distribuée dans la commune, à la fin de l'année 2013, une brochure intitulée " Bien vivre Ensemble, Bilan Nailloux 2008-2014 ", qui comportait un bilan de la mandature du maire sortant, ainsi que l'annonce de sa candidature. **Cette brochure constituait toutefois un document de propagande électorale émanant du candidat et non un document publié sous la responsabilité et aux frais de la commune. Ainsi, quel que soit son contenu, elle ne peut être regardée comme une campagne de promotion publicitaire prohibée par l'article L. 52-1 du code électoral et n'a pas été distribuée en violation des dispositions de l'article L. 52-8 du même code.**”*

(CE, 7 janvier 2015, Elec. Mun. de Nailloux, req. n° 382916)

Il doit encore être relevé que la méconnaissance des dispositions de l'article L. 52-1 du Code électoral n'a pas en principe pour conséquence l'inéligibilité d'un candidat : l'article précité a pour sanction l'annulation des opérations électorales, pas l'inéligibilité.

c- Un risque d'inéligibilité existe toutefois pour les candidats **soumis au dépôt d'un compte de campagne**. Il tient à l'hypothèse où la publication incriminée assurerait également la promotion d'un élu-candidat, de son image, de son action ou de son programme. Cette hypothèse correspond à celle de la méconnaissance des dispositions de l'article L. 52-8 alinéa 2 du Code électoral, développée au point précédent. Une campagne de promotion publicitaire des réalisations et de la gestion d'une collectivité qui assurerait également indirectement la promotion d'un élu-candidat constitue en effet une dépense occulte qui doit être réintégrée dans le compte de campagne de l'intéressé.

Enfin, je dois vous préciser que le juge de l'élection utilise la méthode dite du faisceau d'indices pour se forger un avis sur le caractère d'une action de communication qui peut s'inscrire soit dans le cadre de la communication institutionnelle soit dans le champ de la propagande électorale. Cette méthode est parfaitement compréhensible à la lecture d'une décision du Conseil d'État du 10 juillet 2009 :

*“Considérant qu'il résulte de l'instruction que la commune de Briançon édite à un rythme bimestriel un magazine municipal dénommé EKO , tiré à 6.500 exemplaires, diffusé auprès des habitants de la commune, dont les éditions normales comportent une tribune réservée à l'opposition municipale ; qu'à compter du 1er septembre 2007, date à laquelle s'est ouverte la période visée par les dispositions de l'article L. 52-1, la commune de Briançon a réalisé **quatre éditions spéciales** de ce magazine comportant plusieurs pages illustrées ; que **l'édition spéciale d'octobre 2007**, réalisée à l'occasion de la remise du trophée de la ville la plus sportive par le magazine L'Equipe, comporte un bilan de la politique de la commune en matière d'activités sportives ; que **l'édition spéciale de novembre 2007**, réalisée à l'occasion de la mise en service d'un nouveau réseau de bus, décrit la politique de transports urbains de la commune, son coût et ses tarifs, sa cartographie, les projets engagés pour améliorer le service aux usagers ainsi que les diverses réalisations de la municipalité destinées à développer le réseau dans des conditions respectueuses de l'environnement ; que **l'édition spéciale de décembre 2007**, consacrée à La Shappe : une réhabilitation de prestige pour un site d'exception , détaille la réalisation à venir d'un important complexe immobilier et de commerces en centre ville sur un bâtiment historique vendu par la municipalité à un groupe d'investisseurs européens ; que **l'édition spéciale de janvier 2008**, réalisée à l'occasion de la publication par l'INSEE des chiffres du recensement de la population,*

comporte une présentation de la politique de désendettement de la commune, une description de divers projets engagés pour renforcer l'attractivité et le dynamisme de Briançon, notamment dans les domaines de la voirie, des transports, de la valorisation du patrimoine historique, de l'action en faveur de la jeunesse, une liste des associations sportives avec lesquelles la commune se propose de passer des conventions pluriannuelles assortie d'un relevé des subventions qu'elle envisage de leur attribuer ainsi que des informations sur la politique municipale en matière de logements sociaux ; que, **par ailleurs, un dépliant diffusé en décembre 2007 par la société Vert Marine, délégataire de service public en charge de l'exploitation de la piscine et de la patinoire municipales**, comporte une présentation, illustrée et signée du maire, des deux phases d'aménagement d'une trentaine de jeux de plein air sur le site de la piscine, programmées pour les étés 2008 et 2009, et détaille leur coût ;

Considérant qu'il résulte aussi de l'instruction que la commune a organisé ou s'est associée, au cours de la période visée par les dispositions précitées, à un **grand nombre d'événements destinés à promouvoir ses réalisations ou sa gestion**, notamment par la **réitération d'inaugurations** ; qu'ont été notamment organisées l'inauguration du nouveau local de la protection civile le **17 décembre 2007**, l'inauguration de la première tranche du pôle de collecte des déchets le **15 décembre 2007**, l'inauguration d'une salle polyvalente dans une école le **25 janvier 2008**, l'inauguration des nouveaux locaux d'un club de bridge le 6 février 2008, l'inauguration de la mise en eau d'une tranche de la station d'épuration de la communauté de communes le 9 février 2008 et l'inauguration de la salle des fêtes des aînés le **29 février 2008** ;

Considérant que l'ensemble **des publications et événements mentionnés plus haut ont, à raison de leur répétition, de leur contenu et, s'agissant des publications, de leur caractère spécial, présenté le caractère d'une campagne de promotion publicitaire des réalisations et de la gestion de la ville prohibée par les dispositions de l'article L. 52-1 du code électoral** ; qu'eu égard à son intensité et son ampleur et à l'écart de 249 voix ayant séparé les deux listes en présence au deuxième tour, cette campagne a été de nature à altérer la sincérité des résultats du scrutin ; que, dès lors, **il y a lieu d'annuler l'ensemble des opérations électorales qui se sont déroulées, les 9 et 16 mars 2008, en vue de l'élection des conseillers municipaux de Briançon**”
(CE, 10 juillet 2009, elec. De Briançon, req. n° 320070)

Il a été jugé qu'une action de communication engagée depuis 13 ans (antériorité clairement établie) constituait une campagne de communication prohibée au regard **de son contenu, et de sa date de lancement.**

« **Considérant**, en premier lieu, qu'il résulte de l'instruction que la municipalité de Valence a fait apposer en treize points de la ville, à partir du 28 janvier 2008, des affiches de quatre mètres sur trois faisant état d'une absence d'augmentation des taux communaux d'imposition pour la treizième année consécutive ; **qu'eu égard à son contenu**, repris dans les documents de campagne électorale de M. A, **ainsi qu'à sa date de lancement**, cette opération d'affichage présente le caractère d'une campagne de promotion publicitaire de la gestion d'une collectivité, au sens de l'article L. 52-1 du code électoral, dont l'intéressé, qui a exercé le mandat de maire de Valence de 1996 à 2004, a tiré bénéfice pour sa campagne électorale, **nonobstant la circonstance que cette opération ait été réalisée tous les ans depuis janvier 1996** ; qu'il constitue un avantage direct ou indirect ayant été consenti à M. A par une personne morale en violation de l'article L.

52-8 du code électoral et dont le coût devait être intégré dans son compte de campagne en application de l'article L. 52-12 du code électoral;

Considérant, en second lieu, que si les articles relevés par la COMMISSION NATIONALE DES COMPTES DE CAMPAGNE ET DES FINANCEMENTS POLITIQUES dans les bulletins municipaux de février et mars 2008 se bornent à présenter les projets de la commune résultant notamment de l'adoption du budget par le conseil municipal pour l'année 2008, **il résulte toutefois de l'instruction que la première page du bulletin de février 2008 reprend tant le contenu que la forme des affiches précitées** ; que cette reprise à l'identique d'une affiche publicitaire est de nature à faire regarder le bulletin litigieux comme un document de propagande électorale devant être regardé comme un avantage direct ou indirect consenti à M. A par une personne morale et dont le coût ne figurait pas dans son compte de campagne.”
(CE, 13 novembre 2009, req. n° 325551)

Outre l'annulation du scrutin en cas de faible écart de voix, l'inéligibilité peut également être prononcée, tel est le cas pour un candidat aux élections législatives de 2012 pour la diffusion d'un bulletin hors série exclusivement consacré à la présentation détaillée et flatteuse des différentes actions menées par le candidat, maire de la commune, depuis le début de son mandat (dépense non retracée dans le compte de campagne). Une inéligibilité d'un an a été prononcée.

(Cons. Const, 12 avril 2013, n° 2013-4874 AN La Réunion (5e circ.))

Aux termes de la présente étude, il est permis de conclure que :

- **le Gouvernement de la Nouvelle-Calédonie est une collectivité intéressée au sens du code électoral par les élections législatives des 11 et 18 juin 2017 ;**
- **dès lors les dispositions des articles L. 52-1 et L.52-8 alinéa 2 s'appliquent et interdisent la publication d'une brochure bilan de l'action gouvernementale qui plus est à moins de deux mois des scrutins.**
- **L'antériorité de cette action de communication n'est pas un critère suffisant à lui seul permettant de justifier cette action de communication.**

Je reste à votre écoute pour toute questions complémentaires.

Je vous prie de croire, Monsieur le Président, à l'expression de ma considération.

Rolande PLACIDI
Avocat