

N°s 441849, 442570 et 442603  
Elections municipales de Sault

4<sup>ème</sup> chambre jugeant seule

Séance du 6 mai 2021  
Lecture du 31 mai 2021

## CONCLUSIONS

### M. Raphaël Chambon, rapporteur public

Le premier tour des élections municipales tenu le 15 mars 2020 a suffi pour départager les deux listes en présence dans la commune de Sault, dans le Vaucluse : avec une participation de 67,07 % sur les 1 084 inscrits (soit 727 votants), la liste « Sault avec vous » conduite par M. L..., maire sortant, est arrivée en tête avec 51,49 % des suffrages exprimés (361 voix), obtenant 12 sièges au conseil municipal, contre 48,50 % pour la liste « Bien vivre à Sault » conduite par M. A... (340 voix, soit 21 voix d'écart), qui a obtenu 3 sièges.

M. A... ainsi que M. B., électeur de la commune, ont demandé au tribunal administratif de Nîmes d'annuler les opérations électorales et ils relèvent chacun appel du jugement par lequel le tribunal a rejeté leur protestation, M. B.. ayant déposé deux fois une requête identique, enregistrée de ce fait sous deux numéros différents (vous pourrez regarder la seconde de ses requêtes comme un doublon à rayer des registres du secrétariat du contentieux du Conseil d'Etat : 4 CJS, 25 novembre 2019, *Fédération nationale autonome de l'UNSA - développement durable* n° 416756, 418701).

MM. A... et B.. critiquent les motifs du jugement par lesquels le tribunal, parfaitement en ligne avec la position que vous avez adoptée dans votre décision *Elections municipales et communautaires de Saint-Sulpice-sur-Risle* (1/4 CHR, 15 juillet 2020, n° 440055, aux Tables ; AJDA 2020, p. 2212, note J-C. Jobard), a jugé que, dès lors que le droit de vote avait pu s'exprimer librement le niveau d'abstention constaté n'était pas, en lui-même, de nature à avoir altéré la sincérité du scrutin, alors qu'il ne résultait d'aucune circonstance particulière qu'il aurait en l'espèce affecté une liste davantage que l'autre.

Si les deux requérants soutiennent que l'abstention a plus particulièrement touché les électeurs âgés, plus enclins à voter pour des candidats positionnés à droite de l'échiquier politique comme l'était la liste conduite par M. A..., père du député LR de la circonscription,

*Ces conclusions ne sont pas libres de droits. Leur citation et leur exploitation commerciale éventuelles doivent respecter les règles fixées par le code de la propriété intellectuelle. Par ailleurs, toute rediffusion, commerciale ou non, est subordonnée à l'accord du rapporteur public qui en est l'auteur.*

ils ne l'établissent pas et il nous apparaît impossible de les suivre dans leurs hypothèses sur le vote qui aurait été celui des abstentionnistes s'ils avaient pris part au scrutin.

M. A... soulevait devant le TA un second grief plus intéressant, tiré de ce que la liste conduite par M. L... avait méconnu l'interdiction, posée par le premier alinéa de l'article L. 52-1 du code électoral, de l'utilisation à des fins de propagande électorale de tout procédé de publicité commerciale par la voie de la presse ou par tout moyen de communication audiovisuelle est interdite.

M. A... soutient que la circonstance que la liste de M. L... a acheté auprès de Facebook, pour la somme de 11,48 € une prestation de « sponsoring » d'une de ses publications, qui présentait brièvement ses candidats et les grandes lignes de son programme, mécanisme payant permettant de toucher des individus non abonnés à la page en « boostant » la publication, actif d'une part entre le 27 janvier et le 1<sup>er</sup> février, et, d'autre part, entre le 4 et le 9 février, est de nature à avoir altéré la sincérité du scrutin.

Le TA a considéré qu'une telle prestation revêtait le caractère d'un procédé de publicité commerciale interdit par le premier alinéa de l'article L. 52-1 du code électoral.

Cela ne nous paraît pas douteux.

Vous l'avez déjà jugé pour le référencement commercial d'un site à finalité électorale sur un moteur de recherche sur internet, permettant à ce site d'apparaître en tête de la première page de résultats dudit moteur de recherche et ayant ainsi pour but d'attirer vers lui des internautes qui effectuent des recherches (3/8 SSR, 13 février 2009, *Elections municipales de la commune de Fuveau*, n° 317617, aux Tables ; 4 SSJS, 25 février 2015, *Elections municipales de Palavas-Les-Flots*, n° 382904 ; dans le même sens : Conseil constitutionnel, décision n° 2017-5026 AN du 8 décembre 2017).

Le mécanisme ici en cause est certes légèrement différent mais son principe est le même : en rendant visible auprès d'utilisateurs du réseau social Facebook non abonnés à la page de la liste conduite par le maire sortant une publication de ladite page, il a un effet similaire de visibilité accrue auprès d'un public indiscriminé d'éléments de propagande électorale.

Le TA a cependant estimé que, malgré le faible écart de voix entre les deux listes, ce manquement ne pouvait être regardé comme ayant été de nature à altérer la sincérité du scrutin. Il a relevé à cet effet que les publicités litigieuses avaient été de courte durée, la mise en avant ayant été refusée, *a posteriori*, par la société gérant le réseau, que la dépense correspondante avait été, pour la liste en cause, modique, et qu'il ne pouvait être retenu que

*Ces conclusions ne sont pas libres de droits. Leur citation et leur exploitation commerciale éventuelles doivent respecter les règles fixées par le code de la propriété intellectuelle. Par ailleurs, toute rediffusion, commerciale ou non, est subordonnée à l'accord du rapporteur public qui en est l'auteur.*

l'ensemble des personnes ayant consulté cette page l'ait fait à raison de l'utilisation de ce procédé de publicité.

M. A... conteste cette appréciation en se prévalant de ce que, alors que 21 voix séparent les deux listes, 25 personnes ont « liké » cette publication et de ce que la couverture médiatique de cette publication a été de 2 365 personnes touchées directement pour la première période, et de 498 personnes pour la seconde.

Ces chiffres correspondent au nombre de « personnes touchées » par la publication selon Facebook, c'est-à-dire, semble-t-il le nombre de personnes sur le « mur » duquel la publication a été rendue visible.

Même s'il est permis d'hésiter, nous partageons l'appréciation portée par le TA.

Le constat par le juge de l'élection de la méconnaissance de la prohibition de la publicité commerciale ne le conduit pas nécessairement à annuler le scrutin. Comme toujours en matière de contentieux des opérations électorales, le juge s'attache à vérifier si la violation du code électoral a été de nature, dans les circonstances de l'espèce, à altérer la sincérité du scrutin dans des conditions justifiant son annulation. Ainsi que vous l'avez jugé expressément, une telle violation « constitue une irrégularité susceptible d'altérer la sincérité du scrutin et de justifier, en fonction de son incidence sur les résultats, l'annulation de l'élection » (10/9 CHR, 6 juin 2018, *Commission nationale des comptes de campagne et des financements politiques c/ M.*, n° 415317, aux Tables).

Pour des exemples de constat de publicité commerciale prohibée n'ayant pas altéré les résultats du scrutin : 1/4 SSR, 28 décembre 1992, *Perna*, n° 135973, aux Tables ; 8/3 SSR, 21 décembre 2001, *Elections municipales de Luisant*, n° 236335, aux Tables ; Assemblée, 17 octobre 2003, *Consultation des électeurs de Corse*, n° 258487 et 258626, au Recueil) ; 10/9 CHR, 19 juillet 2016, *Election des conseillers à l'assemblée de Martinique*, n° 395373, 395687). De même du côté de la jurisprudence du Conseil constitutionnel : décision n° 2017-5026 AN du 8 décembre 2017 déjà mentionnée ; décision n° 2017-5090 AN du 2 février 2018).

Plusieurs considérations nous convainquent d'écarter le grief en l'espèce :

- D'abord les chiffres de diffusion de ladite publication communiqués par Facebook doivent être relativisés : dans notre compréhension, il s'agit du nombre de personnes dont le « mur » du réseau social a vu s'afficher la publication de campagne et non des personnes qui auraient cliqué dessus et l'auraient effectivement lue. En outre, rien n'indique la part des personnes en cause qui sont électrices dans la commune de Sault, qui peut s'avérer réduite. De même, nous ne

*Ces conclusions ne sont pas libres de droits. Leur citation et leur exploitation commerciale éventuelles doivent respecter les règles fixées par le code de la propriété intellectuelle. Par ailleurs, toute rediffusion, commerciale ou non, est subordonnée à l'accord du rapporteur public qui en est l'auteur.*

connaissions pas la part de ces personnes qui, étant déjà abonnées à la page de la liste « Sault avec vous », auraient en tout état de cause eu accès à la publication (et sont par ailleurs vraisemblablement pour la plupart des soutiens de cette liste). La circonstance que 25 personnes seulement ont « liké » la publication relativise fortement à nos yeux l'ampleur supposée de sa diffusion.

- La très courte période d'utilisation de ce procédé « boostant » la visibilité de la publication. L'achat correspondait à deux périodes de 4 et 5 jours mais il semble que la publicité ait été rejetée par Facebook et donc désactivée dès le lendemain de la première période et le jour même du début de la seconde période, si bien qu'elle ne serait restée active qu'environ 24 heures.
- Son éloignement du scrutin (plus de 40 jours), qui laissait le temps à la liste concurrente d'y répondre pendant la campagne électorale, circonstance que vous prenez en compte pour « neutraliser » la violation des dispositions du premier alinéa de l'article L. 52-1 du code électoral (décision *Consultation des électeurs de Corse* déjà mentionnée).
- Le contenu de la publication, que vous avez aussi déjà pris en compte pour estimer que la violation des dispositions en cause n'avait pas altéré la sincérité du scrutin (décision *Elections municipales de Luisant* déjà mentionnée) : celle-ci, brève et dépourvue de caractère polémique, se bornait à rappeler les engagements généraux de la liste et à présenter la liste des candidats, sans apporter aucun élément nouveau à la campagne électorale.
- L'écart de voix entre les deux listes : il est certes de 21 voix mais représente 3 % des suffrages exprimés, ce qui n'est pas rien.

PCMNC au rejet des requêtes ainsi que, dans les circonstances de l'espèce, des conclusions présentées par M. L... au titre de l'article L. 761-1 du code de justice administrative.

*Ces conclusions ne sont pas libres de droits. Leur citation et leur exploitation commerciale éventuelles doivent respecter les règles fixées par le code de la propriété intellectuelle. Par ailleurs, toute rediffusion, commerciale ou non, est subordonnée à l'accord du rapporteur public qui en est l'auteur.*