

LES ESSENTIELS

Campagne électorale sur les réseaux sociaux

Mode d'emploi juridique
à l'usage du candidat et des collectivités

Corentin Congard

Avocat à la Cour, FBL Avocats

territorial éditions



Campagne électorale sur les réseaux sociaux

Mode d'emploi juridique
à l'usage du candidat et des collectivités

Réseaux sociaux et campagnes électorales : maîtrisez les règles du jeu juridique

Facebook, Instagram, X (ex-Twitter), TikTok, YouTube... En période électorale, les réseaux sociaux sont devenus des outils incontournables de communication, mais leur usage expose candidats et collectivités à des risques juridiques majeurs.

Comment communiquer sans contrevenir à la loi électorale ? Que peut faire ou ne pas faire une collectivité en période préélectorale ? Quelles sont les limites pour un candidat ? Quels sont les risques liés au traitement des données personnelles ou au financement de la campagne via les plateformes numériques ?

Conçu comme un mode d'emploi juridique clair et accessible, cet ouvrage propose une analyse transversale des pratiques numériques pendant les campagnes, illustrée de nombreux cas concrets. Il permet aux candidats, élus et agents territoriaux de sécuriser leur communication et d'anticiper les contentieux liés à un usage inapproprié des réseaux sociaux.

Un guide indispensable pour comprendre les enjeux actuels et futurs d'une communication électorale à l'ère du numérique, dans un cadre juridique en constante évolution.



Corentin Congard est avocat au barreau de Lyon, diplômé du Master *Droit public des affaires* de l'Université Jean Moulin Lyon 3. Il accompagne au quotidien les acteurs publics et privés dans leurs problématiques de droit public, notamment en commande publique et aménagement du territoire. Chargé d'enseignement à l'Université Jean Moulin Lyon 3, il intervient également auprès de plusieurs organismes de formation.

LES ESSENTIELS

boutique.territorial.fr

ISSN : 2553-5803

ISBN : 978-2-8186-2359-6

© Jiw Ingka/adobeStock.com

territorial éditions

Campagne électorale sur les réseaux sociaux

Mode d'emploi juridique
à l'usage du candidat et des collectivités

1^{re} édition

Corentin Congard
Avocat à la Cour, FBL Avocats

territorial éditions

Référence TBK 411A



**Vous souhaitez
nous contacter
à propos de votre ouvrage ?**

C'est simple !

Il vous suffit d'**envoyer un mail à :**
service-client-editions@territorial.fr
en précisant l'objet de votre demande.

Pour connaître l'ensemble de nos publications,
rendez-vous sur notre boutique en ligne
boutique.territorial.fr

Avertissement de l'éditeur :

La lecture de cet ouvrage ne peut en aucun cas dispenser le lecteur
de recourir à un professionnel du droit.

Nous sommes vigilants concernant les autorisations
de reproduction et indiquons systématiquement
les sources des schémas, images, tableaux, etc.

Pour toute demande de modification, mise à jour
ou suppression d'un élément au sein de cet ouvrage,
merci de contacter les éditions Territorial.

	Il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement la présente publication sans autorisation du Centre Français d'exploitation du droit de Copie. CFC 20, rue des Grands-Augustins 75006 Paris. Tél. : 01 44 07 47 70
---	---



© Groupe Moniteur, Gentilly

Territorial Éditions - CS 70215 - 38501 Voiron Cedex - Tél. : 04 76 65 71 36

ISBN : 978-2-8186-2359-6 – ISBN version numérique : 978-2-8186-2360-2

Imprimé par Neoprint, à Bourgoin-Jallieu (38) - Septembre 2025

Dépôt légal à parution

Sommaire

Sigles et acronymes.....	p.7
Introduction	p.9
A - Une montée des risques d'ingérence numérique en période électorale.....	p.9
B - Des pratiques politiques en mutation face aux dynamiques des réseaux sociaux.....	p.10
C - Anticiper les échéances juridiques : un cadre à connaître dès septembre 2025	p.11

Partie 1

La communication sur les réseaux sociaux en période préélectorale

Chapitre I

Les collectivités peuvent-elles encore promouvoir leurs réalisations ou leur gestion sur les réseaux sociaux une fois que la période préélectorale a débuté ?	p.19
A - L'interdiction des campagnes de promotion publicitaire des réalisations ou de la gestion d'une collectivité sur le territoire des collectivités intéressées par le scrutin s'applique-t-elle aux réseaux sociaux ?	p.20
B - Les collectivités peuvent-elles continuer à communiquer sur les réseaux sociaux en période préélectorale ?	p.22
1. Les collectivités peuvent continuer à communiquer sur les réseaux sociaux en période préélectorale à condition de respecter le principe de neutralité	p.23
2. Les collectivités peuvent continuer à communiquer sur les réseaux sociaux en période préélectorale à condition de ne pas modifier de manière significative la manière dont elles utilisent les réseaux sociaux habituellement.....	p.26
3. Cette interdiction s'applique-t-elle aux bilans de mandats ?	p.29
C - Les collectivités peuvent-elles laisser en ligne des publications antérieures à l'ouverture de la période préélectorale ?	p.30

Chapitre II

Les candidats peuvent-ils librement communiquer sur les réseaux sociaux en période préélectorale ? p.33

- A - La communication des candidats ne doit pas entraîner de confusion sur l'origine de la communication p.34
- B - Les candidats ne doivent pas utiliser, à des fins de propagande électorale, des procédés de publicité commerciale p.36
 - 1. L'interdiction s'applique à tout message de propagande électorale ayant un support publicitaire p.36
 - 2. L'interdiction devrait également s'appliquer aux fonctionnalités proposées par les réseaux sociaux permettant d'améliorer la visibilité des publications p.37
- C - Les candidats doivent également respecter la réglementation de la presse p.46

Chapitre III

L'utilisation des réseaux sociaux est-elle concernée par l'interdiction de porter à la connaissance du public un numéro d'appel téléphonique ou télématique gratuit ? p.49

Chapitre IV

Les restrictions applicables aux collectivités et aux candidats s'imposent-elles aux agents publics ? p.51

- A - L'encadrement de la liberté d'opinion et d'expression des agents publics s'étend aux propos tenus sur les réseaux sociaux p.52
- B - En période préélectorale, les agents publics doivent pouvoir participer à la polémique électorale p.52

Partie 2

La communication sur les réseaux sociaux en période électorale

Chapitre I

Jusqu'à quand peut-on porter à la connaissance du public des éléments nouveaux de polémique électorale ? p.59

- A - Qu'est-ce qu'un « élément nouveau de polémique électorale » ? p.59
- B - À partir de quand la diffusion d'un élément nouveau de polémique électorale est-elle tardive ? p.62

Chapitre II

Jusqu'à quand peut-on diffuser des messages ayant le caractère de propagande électorale sur les réseaux sociaux ? p.65

A - Publications de la part du candidat et/ou de son équipe p.66

B - Publications de tiers au candidat p.67

Chapitre III

Peut-on utiliser les réseaux sociaux le jour du scrutin ? p.69

Partie 3

La protection des données personnelles des électeurs

Chapitre I

Peut-on collecter et traiter des données des électeurs issues des réseaux sociaux ? p.75

A - Quels sont les principes généraux à respecter ? p.76

B - Sous quelles conditions peut-on traiter des données relatives aux opinions politiques ? p.77

Chapitre II

Quelles précautions prendre en cas de collecte de données personnelles sur les réseaux sociaux ? p.79

Chapitre III

Quelles sont les erreurs fréquentes à éviter pour ne pas s'exposer à des sanctions ? p.83

Chapitre IV

Dans quelles conditions peut-on utiliser des techniques de ciblage et des techniques de diffusion de la publicité à caractère politique sur la base de traitement de données à caractère personnel ? p.87

Partie 4

Le financement de la campagne et les réseaux sociaux

Chapitre I

Les règles relatives au financement des campagnes électorales permettent-elles de collecter des dons via les réseaux sociaux ? p.97

A - Les règles relatives au recueil des fonds destinés au financement de la campagne p.98

B - Les règles relatives aux dons autorisés p.100

Chapitre II

La possibilité d'utiliser les réseaux sociaux de manière gratuite constitue-t-elle un don prohibé de la part des plateformes ?	p.105
---	--------------

Chapitre III

Les messages de soutien publiés par des personnes morales sur les réseaux sociaux constituent-ils des dons prohibés ?	p.109
--	--------------

Chapitre IV

Les dépenses effectuées par les candidats pour mener leur campagne électorale sur les réseaux sociaux doivent-elles être intégrées au compte de campagne ?	p.113
---	--------------

A - Modalités de calcul des dépenses électorales	p.115
--	-------

B - Intégration des dépenses et présentation du compte de campagne	p.116
--	-------

C - Notion de dépenses électorales	p.118
--	-------

D - Dépenses électorales et réseaux sociaux	p.119
---	-------

Conclusion	p.123
-------------------------	--------------

Ressources documentaires	p.125
---------------------------------------	--------------

Jurisprudences	p.125
----------------------	-------

Bibliographie	p.130
---------------------	-------

Sigles et acronymes

AJCT	Actualité juridique des collectivités territoriales (revue Dalloz)
AJDA	Actualité juridique du droit administratif (revue Dalloz)
AJFP	Actualité juridique fonctions publiques (revue Dalloz)
AMF	Association des maires de France
CE	Conseil d'État
CEDH	Cour européenne des droits de l'homme
CNCCFP	Commission nationale des comptes de campagne et des financements politiques
CNIL	Commission nationale informatique et libertés
DDHC	Déclaration du 26 août 1789 des droits de l'homme et du citoyen
EDPB	European Data Protection Board
EPCI	Établissement public de coopération intercommunale
JCP A	La Semaine juridique Administrations et Collectivités territoriales (revue Lexis)
RGPD	Règlement général sur la protection des données

Introduction

A - Une montée des risques d'ingérence numérique en période électorale

L'actualité récente regorge d'illustration de la place prise par les réseaux sociaux¹ et des inquiétudes que cette influence croissante suscite sur l'intégrité des élections.

En décembre 2024, la Cour constitutionnelle roumaine a décidé d'annuler la tenue du second tour de l'élection présidentielle, une première pour un pays de l'Union européenne. Cette décision faisait suite à la déclassification de documents qui montraient que le résultat du vote roumain avait manifestement été déformé à la suite de l'intervention de la Russie. Les services secrets roumains affirmaient en effet avoir recensé 25 000 comptes TikTok directement associés à la campagne de Calin Georgescu et précisaient qu'ils étaient devenus « *extrêmement actifs deux semaines avant la date du scrutin* »².

Afin d'anticiper la menace et de préserver le débat public français des manipulations de l'information impliquant des acteurs étrangers sur les plateformes numériques, le service de Vigilance et de protection contre les ingérences numériques étrangères (Viginum), rattaché au Secrétariat général de la défense et de la sécurité nationale (SGDSN), a publié un rapport visant notamment à alerter les internautes sur le risque de manipulation des systèmes de recommandation de contenus sur les plateformes³.

1. Conformément à l'article 2 du [règlement 2022/1925](#) du Parlement européen et du Conseil du 14 septembre 2022 relatif aux marchés contestables et équitables dans le secteur numérique (DMA), on entend par « réseaux sociaux », « plateformes de réseaux sociaux » ou « service de réseaux sociaux en ligne » les plateformes permettant aux utilisateurs finaux de se connecter ainsi que de communiquer entre eux, de partager des contenus et de découvrir d'autres utilisateurs et d'autres contenus, sur plusieurs appareils et, en particulier, au moyen de conversations en ligne (chats), de publications (posts), de vidéos et de recommandations.
2. *Le Figaro*, « Roumanie : la Cour constitutionnelle annule l'élection présidentielle sur fond de suspicion d'ingérence russe », 7 décembre 2024, article écrit par Paul Cozighian et Cyrille Louis.
3. SGDSN, *Manipulation d'algorithmes et instrumentalisation d'influenceurs – Enseignements de l'élection présidentielle en Roumanie & risques pour la France*, février 2025.

Plus récemment encore, le parquet de Paris a ouvert une enquête sur le fonctionnement du réseau social X, estimant que les algorithmes sont « *susceptibles d'avoir faussé le fonctionnement d'un système de traitement automatisé de données* » et qu'il existe un faisceau d'indices « *qui laissent à penser qu'Elon Musk, qui est désormais propriétaire de cette plateforme, organise, hiérarchise des informations qui sont favorables à l'idéologie qu'il défend et qu'il distord un peu le fil que l'on peut avoir les uns les autres en matière d'information* »⁴. Une nouvelle enquête visant même le réseau social et ses dirigeants, suspectés d'avoir biaisé l'algorithme de la plateforme à des fins d'ingérence étrangère, a été ouverte à l'été 2025 après le signalement d'un député et d'un directeur de cybersécurité dans la fonction publique⁵.

Ce contexte politique international perturbe les usages des plateformes. Ainsi, de nombreuses personnalités politiques ont clos leur compte X à la suite de l'investiture de Donald Trump⁶, d'autres ont quitté TikTok après que les instances européennes ont interdit à leur personnel d'installer et d'utiliser l'application au regard des risques d'ingérence étrangère et de sécurité des données⁷.

B - Des pratiques politiques en mutation face aux dynamiques des réseaux sociaux

Mais le risque d'ingérence étrangère n'est pas la seule source d'inquiétude que suscite l'utilisation des réseaux sociaux dans la perspective de l'organisation d'élections.

En effet, l'utilisation de ces plateformes soulève, pour les collectivités et, bien sûr, les candidats, des questions plus prosaïques à l'heure où plus de 50 % de la population française (et 70 % des personnes âgées de 16 à 29 ans) se sert de ces outils⁸.

En outre, en matière de communication politique et de campagne électorale, les réseaux sociaux ne sont plus seulement utilisés pour transmettre uniquement de l'information aux utilisateurs, par le biais, par exemple, de la publication d'un texte ou d'un visuel sur Facebook ou d'une vidéo sur YouTube.

4. FranceInfo, « [Le parquet de Paris ouvre une enquête sur le fonctionnement du réseau social X](#) », 7 février 2025, article écrit par Pierre de Cossette.
5. *Libération*, « [Enquête ouverte en France contre le réseau social X pour ingérence étrangère](#) », 11 juillet 2025.
6. Public Sénat, « [Quitter ou ne pas quitter le réseau social X d'Elon Musk ? Ces personnalités politiques qui ont déjà franchi le pas](#) », 21 janvier 2025, article écrit par Théodore Azouze.
7. *Le Parisien*, « [Glucksmann refuse de « faire le mariole » sur TikTok tout en dénonçant les ingérences étrangères](#) », 2 avril 2024.
8. Eurostat, [97% of young people in the EU use the internet daily](#), 15 juillet 2025.

Les pratiques se diversifient et les personnalités politiques, en vue ou non de l'organisation d'un scrutin, font usage des différentes fonctionnalités proposées par les plateformes et adoptent les codes des pratiques initialement déconnectées des enjeux électoraux.

Pour ne citer que des exemples au niveau national, on peut mentionner le fait que le Parti socialiste organise des discussions sur Twitch, une plateforme initialement utilisée pour la diffusion en direct de jeux vidéo⁹, ou encore que Gabriel Attal et Jordan Bardella sont très actifs sur TikTok, une plateforme de partage de vidéos courtes, principalement prisée par des utilisateurs âgés de moins de 25 ans, pour y partager des vidéos reprenant les codes des influenceurs ou les *trends* du moment ainsi que pour se mettre en scène dans des activités quotidiennes anodines afin de créer un lien « parasocial » avec les électeurs¹⁰.

La vitesse à laquelle évoluent les outils disponibles et l'usage qui en est fait est source de nombreuses interrogations, d'autant que la réglementation applicable à la propagande électorale et au financement des campagnes ne vise pas explicitement les réseaux sociaux.

C - Anticiper les échéances juridiques : un cadre à connaître dès septembre 2025

Il convient d'analyser dans quelle mesure les prescriptions élaborées avant l'essor des plateformes sont transposables à l'usage qui peut en être fait aujourd'hui.

Le présent ouvrage a donc pour objet d'exposer les enjeux juridiques induits par l'utilisation des réseaux sociaux par les collectivités, les agents publics rattachés à ces collectivités et les candidats, qu'ils soient ou non élus au préalable, concernant à la fois la communication, la protection des données personnelles des électeurs et le financement de la campagne.

Les développements qui suivent tiendront principalement compte de la prochaine échéance électorale à venir, à savoir les élections municipales de 2026, mais les principes qui y seront exposés valent, sauf indication contraire, pour l'ensemble des scrutins à venir.

9. *Le Figaro*, « Avec leur nouvelle chaîne Twitch, les socialistes tentent d'investir les réseaux sociaux », 9 avril 2023, article écrit par Célestine Gentilhomme.

10. *The Conversation*, « Influenceurs d'extrême droite : le moteur caché du succès du RN », 20 juin 2024, article écrit par Tristan Boursier.

Pour ce qui concerne précisément cette échéance des élections municipales de 2026, il convient de débiter par une explication de l'application temporelle des différentes règles à observer concernant la propagande et le financement de la campagne.

À l'issue du conseil des ministres qui s'est tenu le mercredi 27 août 2025, la porte-parole du gouvernement a annoncé que les élections municipales se tiendraient les 15 et 22 mars 2026.

Les restrictions à la communication sur les réseaux sociaux s'appliquent à compter du premier jour du sixième mois précédant le mois au cours duquel il doit être procédé aux élections.

Autrement dit, la période que l'on qualifiera de « préélectorale » commence dès le **1^{er} septembre 2025**.

À compter de ces dates, certaines règles relatives à la propagande et au financement des campagnes s'appliquent. D'autres trouveront à s'appliquer au fur et à mesure que l'on se rapproche du scrutin. Le tableau ci-après synthétise ces différentes échéances.

Dates clés à retenir pour la campagne municipale de 2026

Thématique	Règle	Date de début	Date de fin	Source
Propagande	Interdiction de l'utilisation à des fins de propagande électorale de tout procédé de publicité commerciale	1 ^{er} septembre 2025	Date du tour de scrutin où l'élection est acquise	Article L.52-1 al. 1^{er} du code électoral
	Interdiction des campagnes de promotion publicitaires des réalisations ou de la gestion d'une collectivité	1 ^{er} septembre 2025	Date du tour de scrutin où l'élection est acquise	Article L.52-1 al. 2 du code électoral
	Interdiction de porter à la connaissance du public un élément nouveau de polémique électorale	À un moment tel que ses adversaires n'aient pas la possibilité d'y répondre utilement		Article L.48-2 du code électoral
	Interdiction de diffuser ou de faire diffuser des messages ayant le caractère de propagande électorale	À partir de la veille du scrutin à zéro heure		Article L.49 du code électoral
	Interdiction de communiquer des résultats d'élection, partiels ou définitifs	Jour du scrutin	Fermeture du dernier bureau de vote	Article L.52-2 du code électoral
Financement	Déclaration d'un mandataire financier	Au plus tard à la date à laquelle la candidature est enregistrée		Article L.52-4 du code électoral
	Intégration des dépenses dans le compte de campagne	1 ^{er} septembre 2025	Dépôt du compte de campagne	Article L.52-4 du code électoral
	Recueil des fonds destinés à la campagne par le mandataire financier	1 ^{er} septembre 2025	Dépôt du compte de campagne	Article L.52-4 du code électoral
	Dépôt du compte de campagne	10 ^e vendredi suivant le premier tour		Article L.52-12 du code électoral

**La communication
sur les réseaux
sociaux en période
préélectorale**

Les prochaines élections municipales auront lieu en mars 2026 et les restrictions à la communication sur les réseaux sociaux s'appliquent à compter du premier jour du sixième mois précédant le mois au cours duquel il doit être procédé aux élections¹¹.

La période préélectorale commence donc dès le **1^{er} septembre 2025**.

Ces restrictions concernent :

- la promotion publicitaire des réalisations ou de la gestion d'une collectivité ;
- la publicité commerciale à des fins de propagande électorale ;
- la mise à disposition du public d'un numéro d'appel téléphonique ou télématique gratuit.

2025							2026		
Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars

1^{er} septembre 2025

Début de la période d'interdiction :

- des campagnes de promotion publicitaire des réalisations ou de la gestion des collectivités ;
- de la publicité commerciale à des fins de propagande électorale ;
- de la mise à disposition du public de numéros d'appel téléphonique ou télématique gratuits.

L'application de ces restrictions pendant la période préélectorale, concernant l'utilisation des réseaux sociaux, pose plusieurs questions :

- les collectivités peuvent-elles encore promouvoir leurs réalisations ou leur gestion sur les réseaux sociaux ? (I) ;
- les candidats, élus ou non avant l'entrée en campagne, peuvent-ils librement communiquer sur les réseaux sociaux ? (II) ;
- l'utilisation des réseaux sociaux est-elle concernée par l'interdiction de porter à la connaissance du public un numéro d'appel téléphonique ou télématique gratuit ? (III) ;
- les restrictions applicables aux collectivités et aux candidats s'imposent-elles également aux agents publics ? (IV)

11. Article L.52-1 du code électoral.