

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

8 décembre 2015

MODERNISATION ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE - (N° 3201)

Adopté

**AMENDEMENT**

N° CL47

présenté par

M. Urvoas, rapporteur et M. Bloche

-----

**ARTICLE ADDITIONNEL****APRÈS L'ARTICLE 6, insérer l'article suivant:**

Le II de l'article 3 de la loi n° 62-1292 du 6 novembre 1962 précitée est complété par un alinéa ainsi rédigé :

« Par dérogation au dernier alinéa de l'article L. 51 du code électoral et au premier alinéa de l'article L. 52-1 du même code, pendant les six mois précédant le premier jour du mois de l'élection et jusqu'à la date du tour de scrutin où celle-ci est acquise, les candidats peuvent présenter et défendre leur candidature et leur programme par voie d'affichage et par voie de presse, dans des conditions précisées par décret en Conseil d'État. »

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Cet amendement vise à assouplir, pour la seule élection présidentielle, les interdictions relatives à la propagande électorale par voie d'affichage et de presse.

Il permet aux candidats, dans des conditions qui seraient précisées par décret en Conseil d'État, de présenter et de défendre leur candidature et leur programme (reprise de la rédaction actuelle de l'article L. 90 du code électoral, cette formulation prohiberait ainsi toute appréciation négative à l'encontre d'un autre candidat ou d'une formation politique) :

– par voie d'affichage, par dérogation au dernier alinéa de l'article L. 51 du code électoral (« *Pendant les six mois précédant le premier jour du mois d'une élection et jusqu'à la date du tour de scrutin où celle-ci est acquise, tout affichage relatif à l'élection, même par affiches timbrées, est interdit en dehors de cet emplacement ou sur l'emplacement réservé aux autres candidats, ainsi qu'en dehors des panneaux d'affichage d'expression libre lorsqu'il en existe.* »). Cette possibilité supplémentaire ouverte aux candidats s'ajouterait au dispositif existant d'affichage officiel sur des emplacements spéciaux réservés par l'autorité municipale (premier et deuxième alinéas du même article L. 51) ;

– par voie de presse, qu’il s’agisse de la presse régionale ou nationale, par dérogation au premier alinéa de l’article L. 52-1 du code électoral (« *Pendant les six mois précédant le premier jour du mois d’une élection et jusqu’à la date du tour de scrutin où celle-ci est acquise, l’utilisation à des fins de propagande électorale de tout procédé de publicité commerciale par la voie de la presse (...) est interdite.* »).

Le droit en vigueur fait de la France l’un des pays les plus stricts en Europe, ce qui restreint les possibilités ouvertes aux candidats pour faire campagne et pour promouvoir leur programme. Or, si un régime d’interdiction pouvait se comprendre lorsque les dépenses de campagne n’étaient pas plafonnées, les frais liés à l’achat d’espaces dans la presse ou à l’organisation d’une campagne d’affichage seraient désormais intégrés aux comptes de campagne et soumis au plafond légal, respectant ainsi l’égalité entre les candidats. Les restrictions actuelles ont, de surcroît, d’autant moins de justification qu’elles coexistent avec un possible usage massif des réseaux sociaux, nouvelle forme de communication politique dont disposent désormais les candidats.

Cet amendement laisserait par ailleurs en vigueur, sans changement, l’article L. 52-16 du code électoral, selon lequel « *Aucune forme de publicité commerciale ne peut être mise en œuvre à des fins électorales au profit d’un candidat ou d’une liste de candidats sans l’accord exprès du candidat, du responsable de la liste ou de leur représentant dûment qualifiés* ».