

Le Forum des droits sur l'internet



www.foruminternet.org

RAPPORT

"INTERNET ET COMMUNICATION ELECTORALE"

29 août 2002

Contact :
contact@foruminternet.org

SOMMAIRE

SOMMAIRE	2
I - PROPAGANDE ÉLECTORALE ET RÉGLEMENTATION DES CONTENUS	5
A - Licéité des sites de campagne	5
B - Usage des couleurs et des symboles nationaux	6
C - Sites internet et diffusion de tracts	7
D - Sites internet et diffusion de bulletins	8
E - Gel des sites de campagne la veille du jour du scrutin	10
F - Sites internet et procédés de publicité commerciale	11
G - Diffusion du résultat des élections et publication des sondages	13
1° Diffusion du résultat des élections	13
2° Publication des sondages	13
H - Le cas des sites de collectivités territoriales	15
II - QUESTIONS RELATIVES AU FINANCEMENT DES CAMPAGNES ÉLECTORALES..	17
A - Intégration dans le compte de campagne des dépenses liées à la réalisation d'un site internet	17
B - Le cas des travaux réalisés à titre bénévole.....	19
C - Prohibition des dons des personnes morales	21
D - Sur la licéité du recours à des services gratuits	22
III. QUESTIONS DE DROIT DES MÉDIAS : RESPONSABILITÉ DES GESTIONNAIRES DE SITES ET DROIT DE RÉPONSE.....	24
A - Responsabilité des gestionnaires de services interactifs	24
B - Droit de réponse en ligne	25
IV - Les nouvelles techniques de « marketing » politique	27

[personnelles](#)" [[cnil.fr](#) - format PDF]) mais, qu'en revanche, elle constate l'apparition de nouvelles techniques de « marketing » politique.

> *Esprit de la Recommandation*

Cette Recommandation est guidée par trois principes :

- Le cadre juridique de la webcampagne existe : en aucun cas ces nouvelles pratiques de communication électorale ne pourront s'affranchir des règles générales applicables à la communication audiovisuelle telle qu'elle est définie par la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication modifiée par la [loi du 1er août 2000](#), ni contrevenir aux principes du [code électoral](#). De manière générale, le Forum des droits sur l'internet rappelle que le média internet reste soumis à la plupart des règles législatives et réglementaires traditionnelles et à une jurisprudence de plus en plus complète ;
- La vitalité de la démocratie ne peut que profiter de la multiplication des sites internet des candidats. Ceux-ci doivent donc bénéficier d'un cadre juridique adapté aux réalités de la webcampagne;
- La communication électorale en ligne n'en est qu'à ses débuts et les usages sont loin d'être stabilisés. La prudence s'impose donc dans l'analyse des conséquences des nouvelles pratiques quant au cadre juridique qui leur serait nécessaire.

> *Destinataires de la Recommandation*

Cette recommandation est destinée à trois types d'acteurs :

1) Les candidats et leurs soutiens

A l'intention des candidats et de leurs soutiens, la présente recommandation a pour objectif de prévenir d'éventuels litiges en leur indiquant, dans le cadre juridique existant, les attitudes qu'il conviendrait d'adopter.

2) Les autorités chargées de contrôler et de juger les élections

A l'intention des autorités administratives chargées de contrôler les élections (commissions de contrôle, Commission nationale de contrôle des comptes de campagne et des financements politiques) et des juges de l'élection, le Forum des droits sur l'internet a souhaité apporter certains éclairages complémentaires dans le but de leur faciliter l'appréhension des différents aspects spécifiquement liés au contexte particulier de l'internet.

3) Le législateur et le gouvernement

Le Forum des droits sur l'internet a également formulé, à l'occasion de cette recommandation, un certain nombre de souhaits d'action destinés au législateur et au gouvernement et portant sur une adaptation de la législation.

> *Réactions*

Le Forum des droits sur l'internet vous invite à lui faire connaître vos réactions à l'adresse :

reagir@foruminternet.org

I - PROPAGANDE ELECTORALE ET REGLEMENTATION DES CONTENUS

A - Licéité des sites de campagne

L'application aux sites internet de candidats des règles relatives à la propagande électorale posées par les articles L.50-1 et L.52-1 du [code électoral \[legifrance.gouv.fr\]](#), est contestée lorsqu'elle n'a pas été simplement écartée par la jurisprudence.

La jurisprudence et les nombreuses réponses ministérielles (à titre d'exemple : Rep. Zimmermann, n°39358, JO du 28 février 2000) indiquent que la mise en ligne et la mise à jour des sites de campagne ne doivent pas être prohibées dans les délais prévus par le Code électoral pour les moyens de propagande audiovisuelle.

En effet, un site internet ne saurait être assimilé à un numéro d'appel téléphonique ou télématique gratuit, dont, aux termes de l'article L. 50-1 du Code électoral, la communication au profit d'un candidat est interdite trois mois avant le scrutin, ainsi que l'a jugé le Conseil d'Etat (8 juillet 2002, Elections municipales de Rodez). Dans le même sens, le juge de première instance s'était fondé sur le fait que : « *l'accès au site internet de la liste (...) entraînait en principe le paiement d'une communication téléphonique* », et que l'on ne saurait par conséquent arguer de la gratuité du service pour estimer que la mise en ligne d'un site internet contreviendrait aux dispositions de l'article L. 50-1 du Code électoral ([Elections municipales de Rodez](#), Tribunal administratif de Toulouse, 25 septembre 2001).

Dans le prolongement d'une telle décision, il peut donc être souhaitable que le juge estime également que la mention de l'adresse du site du candidat sur les documents de campagne, tracts et affiches, ne contrevient pas aux dispositions de l'article L.50-1 précité.

De même, la disposition de l'article L52-1 du Code électoral, qui interdit tout recours à des procédés de publicité commerciale à des fins de propagande par un moyen de communication audiovisuelle pendant les trois mois précédant l'élection ne doit pas être interprétée comme remettant en cause la licéité des sites de campagne eux-mêmes. Le Conseil d'Etat a en effet jugé que « *si la réalisation et l'utilisation d'un site internet par la liste de M. C. ont constitué une forme de propagande électorale par voie de communication audiovisuelle, cette action de propagande n'a, en l'espèce, alors que le contenu du site, dont le candidat assumait l'entière responsabilité à des fins électorales, n'était accessible qu'aux électeurs se connectant volontairement, pas revêtu un caractère de publicité commerciale* » (8 juillet 2002, Elections municipales de Rodez précité).

Recommandation :

- **Le Forum des droits sur l'internet souhaite que, dans le prolongement d'une jurisprudence qui estime que l'accès à un site internet, notamment parce qu'il entraîne le paiement d'une communication téléphonique et procède d'une démarche volontaire, n'entre pas dans le champ d'application des dispositions de l'article L. 50-1 du Code électoral, le juge de l'élection considère également que la mention de l'adresse du site du candidat sur les documents de campagne, tracts et affiches, ne contrevient pas aux dispositions de l'article L. 50-1 précité.**

B - Usage des couleurs et des symboles nationaux

L'article R27 du [code électoral](#) [legifrance.gouv.fr] précise que « les affiches ayant un but ou un caractère électoral qui comprennent une combinaison des trois couleurs : bleu, blanc et rouge sont interdites ». Bien que ne concernant pas les sites internet, cette disposition doit inciter les créateurs de sites à la retenue dans l'usage des couleurs et symboles nationaux.

Le Conseil d'Etat a précisé le champ d'application de l'article R.27 du Code électoral en estimant que la combinaison des couleurs bleu, blanc, rouge n'est interdite que pour les affiches électorales (Conseil d'Etat, 14 janvier 2002, Elections municipales de Saint-Gervais-les-Bains; Conseil d'Etat, 22 juin 2001, Elections cantonales de l'Isle d'Adam). Ceci laisse la possibilité de se servir de ces trois couleurs dans d'autres supports : le Conseil constitutionnel a ainsi jugé, pour l'élection des députés, que l'usage des trois couleurs n'était pas interdit sur les circulaires (Conseil constitutionnel, 23 octobre 1997, Assemblée nationale, Seine-Saint-Denis, 6ème circonscription).

Cependant, même si les sites internet n'entrent pas dans le champ d'application de l'article R.27, le candidat doit, dans la réalisation d'un site, veiller à ne pas abuser des couleurs et symboles nationaux comme, par exemple, le logo de la République française. Une utilisation trop systématique des couleurs et symboles nationaux pourrait être qualifiée par le juge de « manœuvre » de nature à altérer la sincérité du scrutin. Si en effet une telle utilisation risquait de créer une confusion dans l'esprit de l'électeur, le juge pourrait la censurer. Il a ainsi été récemment jugé, dans le domaine commercial, que « la représentation du visage de la République personnifiée, dans un rectangle sombre avec les mentions "Liberté, égalité, fraternité, République française", créait un risque de confusion dans l'esprit du public et donnait à penser que la société privée était une émanation de l'Etat » (TGI de Paris, 3 mai 2002, Newtech interactive).

Recommandation :

- **Le Forum des droits sur l'internet recommande aux candidats de faire un usage modéré des couleurs nationales sur leurs sites internet, même si l'application à ceux-ci d'une disposition qui ne réglemente que les affiches électorales semble exclue. Par extension, le Forum recommande également une totale prohibition sur le site internet d'un candidat de tout ce qui pourrait créer une confusion dans l'esprit de l'électeur (logos officiels etc.) et qui serait ainsi de nature à porter atteinte à la sincérité du scrutin.**

C - Sites internet et diffusion de tracts

Pour chaque type d'élection, il existe des dispositions qui limitent les moyens de la propagande électorale. Ainsi, l'article R. 29 du [code électoral](#) [[legifrance.gouv.fr](#)] prévoit que les candidats ne peuvent faire imprimer ou envoyer aux électeurs, avant chaque tour de scrutin qu'une seule circulaire. La diffusion des pratiques de propagande électorale en ligne pourrait favoriser la révision de ces dispositions, peu respectées de fait dans la communication de matériels de campagne traditionnels.

L'article R. 29 du Code électoral, pris pour l'application des articles L. 165, L. 211, L. 240 et L. 356 du Code électoral régit notamment la propagande électorale et les moyens de communications y afférents en prévoyant que chaque candidat ne peut faire imprimer qu'une seule circulaire sur un feuillet. De même, pour les candidats aux élections au Parlement européen, l'article 18 de la [loi du 7 juillet 1977](#) [[legifrance.gouv.fr](#)] et le décret du 28 février 1979 réglementent strictement les moyens de propagande électorale. On pourrait se demander si de telles dispositions, entendues trop strictement, ne risqueraient pas d'empêcher la diffusion de tracts, voire de tout matériel de campagne sur les sites internet.

Ces dispositions n'ont cependant certainement pas pour effet de rendre illégale la communication électorale par le biais du nouveau moyen de communication qu'est le site internet. En effet, ces dispositions reçoivent une application limitée dans le cadre des campagnes électorales classiques : le Conseil d'Etat a estimé que l'absence de respect de ces prescriptions n'était pas source d'annulation d'une élection sauf en cas de manœuvre frauduleuse (CE, 9 février 1990, Elections municipales de Miniac-Morvan). Il n'y a pas de raison de penser qu'elles devraient recevoir une application plus stricte dans le cadre de la campagne sur internet.

On peut cependant regretter que subsiste dans le droit électoral des dispositions qui sont si éloignées des pratiques actuelles, ainsi que des exigences du débat démocratique. La limitation du nombre de documents électoraux autorisés, déjà obsolète dans le cadre des campagnes classiques, le devient encore plus à l'heure où les candidats peuvent actualiser leur site web quasiment en permanence.

Recommandation :

- **Le Forum des droits sur l'internet souhaite du législateur une clarification des règles s'appliquant à la diffusion de tracts. Il paraîtrait souhaitable d'adapter les articles L. 165, L. 240, L. 211 et L. 356 du Code électoral aux actuelles réalités de la campagne en ne limitant plus l'impression et l'utilisation du matériel de campagne des candidats.**

D - Sites internet et diffusion de bulletins

L'article L. 165 du code électoral prévoit une limitation du nombre et des dimensions des bulletins de vote que les candidats peuvent faire imprimer et envoyer aux électeurs, ce qui pose la question de l'encadrement des pratiques des candidats qui offrent aux électeurs le téléchargement des bulletins de vote sur leur site internet.

Le code électoral, tout en laissant à chaque candidat le soin de faire imprimer et diffuser ses bulletins de vote, fixe des règles concernant la diffusion et la forme des bulletins. Ces règles visent notamment à imposer un format strict pour les bulletins de vote, de façon à assurer le secret du vote. L'article R. 30 du code électoral précise des dimensions maximales autorisées et renvoie aux prescriptions applicables pour chaque catégorie d'élections pour fixer le libellé et la dimension maximale des caractères.

Or, le recours à l'internet pour offrir le téléchargement des bulletins peut permettre aux candidats des économies d'impression de leurs bulletins, notamment dans le cas des élections nationales où tous les candidats n'ont pas de représentants sur l'ensemble du territoire. Ce recours au téléchargement n'est pas interdit et a déjà été validé implicitement par la jurisprudence (Conseil d'Etat, Assemblée, 3 décembre 1999). Il n'est pas considéré que le premier alinéa de l'article R. 29, qui limite le nombre de bulletins que chaque candidat peut faire imprimer, s'oppose à l'offre de téléchargement de bulletins. Le téléchargement des bulletins de vote sur internet appelle cependant certaines précautions.

En premier lieu, les candidats doivent veiller à respecter les règles applicables à l'élection en cause, qui peuvent notamment leur imposer la remise d'un bulletin à une commission départementale de propagande siégeant auprès du préfet. Ainsi, dans le cas des élections européennes, l'article 12 du décret du 28 février 1979 interdit notamment la prise en compte des bulletins autres que ceux qui sont remis par les mandataires des listes dont les noms sont notifiés aux préfets de département en application de l'article 2 du même décret. Le Conseil d'Etat (Assemblée, 3 décembre 1999) a ainsi jugé que ne pouvaient pas être pris en compte dans un département donné les bulletins en faveur d'une liste qui n'avait pas désigné de mandataire dans le département en question et dont aucun mandataire n'avait donc remis un modèle de bulletin. Autrement dit, dans un tel cas, les bulletins téléchargés sur internet ne pouvaient pas être pris en compte.

En second lieu, les candidats doivent veiller à n'offrir le téléchargement de bulletins sur leur site internet que par des moyens qui garantissent le format de ces bulletins tel qu'il est fixé en application notamment de l'article R. 30 du code électoral. Il leur faut éviter que les bulletins téléchargés risquent, une fois imprimés, de prendre un format différent de celui prescrit par les textes, car les suffrages ainsi exprimés par des bulletins « hors normes » risqueraient d'être annulés ou l'élection entachée d'irrégularité. Il a en effet été jugé qu'un format double du format autorisé pouvait constituer une manœuvre portant atteinte au secret du vote et à la sincérité du scrutin (Conseil d'Etat, 6 décembre 1967, Elections municipales de Magnanville).

Recommandations :

- **Le Forum des droits sur l'internet recommande aux candidats qui décident de diffuser leurs bulletins de vote par téléchargement sur leur site internet de s'assurer du respect de toutes les règles posées par les textes concernant l'élection en cause, s'agissant notamment du dépôt d'exemplaires des bulletins de vote auprès des autorités.**

- **Le Forum des droits sur l'internet recommande aux candidats de n'offrir sur leur site internet le téléchargement des bulletins de vote qu'en utilisant des formats informatiques qui garantissent le respect des normes posées par les textes, notamment en ce qui concerne la dimension des bulletins et celle des caractères utilisés.**

E - Gel des sites de campagne la veille du jour du scrutin

L'article L. 49 du code électoral [Code électoral \[legifrance.gouv.fr\]](#), qui régleme les moyens de propagande autorisés la veille et le jour du scrutin, a longtemps fait naître des questions sur la pratique à retenir pour les sites internet dans cette période. Un récent arrêt du Conseil d'Etat ainsi qu'un communiqué de la Commission nationale de contrôle de l'élection présidentielle ont clarifié le droit en autorisant le maintien en ligne du site à condition qu'aucun ajout n'y soit fait à partir de la veille du scrutin à zéro heure.

Le premier alinéa de l'article L. 49 du Code électoral, qui interdit de « *distribuer ou faire distribuer, le jour du scrutin, des bulletins, circulaires et autres documents* » n'a pas pour effet d'empêcher le maintien en ligne d'un site, même si ce dernier contient la reproduction des documents dont la distribution est prohibée par ces dispositions. En effet, il a été jugé que « *le maintien sur un site Internet, le jour du scrutin, d'éléments de propagande électorale, n'est pas assimilable à la distribution de documents de propagande électorale au sens des dispositions précitées du premier alinéa de l'article L. 49* » (Conseil d'Etat, 8 juillet 2002, Elections municipales de Rodez).

Le deuxième alinéa de l'article L. 49, qui interdit « *à partir de la veille du scrutin à zéro heure (...) de diffuser ou de faire diffuser par tout moyen de communication audiovisuelle tout message ayant le caractère de propagande électorale* » est en revanche applicable aux sites internet des candidats, qui sont regardés comme des moyens de communication audiovisuelle.

Cette disposition n'est cependant pas interprétée comme prohibant le maintien en ligne du site, mais seulement comme interdisant sa modification. En effet, « *le maintien sur un site internet, le jour du scrutin, d'éléments de propagande électorale ne constitue pas, lorsqu'aucune modification qui s'analyserait en nouveaux messages n'a été opérée, une opération de diffusion prohibée par les dispositions précitées du second alinéa de l'article L. 49* » (Conseil d'Etat, 8 juillet 2002, Elections municipales de Rodez). Il est donc recommandé de ne plus modifier le contenu du site la veille du scrutin à zéro heure.

Dans le même sens, la Commission nationale de contrôle de l'élection présidentielle, composée de hauts magistrats chargés de prévenir les difficultés juridiques dans l'organisation de cette élection, avait considéré le 17 avril 2002 que les sites de campagne doivent être gelés et passifs la veille du scrutin en demandant « *que les candidats ne procèdent plus à des modifications du contenu de leur site internet* » à zéro heure et « *de ne plus inscrire de nouvelles informations ou de nouveaux argumentaires sur leur site internet à compter de cette date et d'y faire cesser toute activité interactive, notamment sous forme de dialogue en direct avec les internautes* ».

Recommandation :

- **Le Forum des droits sur l'internet recommande aux candidats de cesser toute nouvelle publication la veille du scrutin à zéro heure et de désactiver tous les services interactifs (chats, forums...) mis à disposition sur leur site. Le Forum des droits sur l'internet recommande également aux responsables des sites de candidats de faire cesser tout postage de matériel de propagande par voie électronique dans ce délai, ainsi que de suspendre tout accès aux fonctionnalités facilitant l'envoi de textes et autres ressources depuis le site du candidat.**

F - Sites internet et procédés de publicité commerciale

Le Code électoral prohibe l'usage de tout procédé de publicité commerciale par un moyen de communication audiovisuelle dans la période de trois mois précédant un scrutin. Appliquée à la publicité sur l'internet, cette règle interdit aux candidats certaines pratiques de promotion de leurs sites. Elle pourrait aussi leur interdire certaines procédures de référencement.

L'article L. 52-1 du [Code électoral](#) [legifrance.gouv.fr] interdit pendant la période de trois mois précédant le premier tour, "l'utilisation à des fins de propagande électorale de tout procédé de publicité commerciale par voie de presse ou par tout moyen de communication audiovisuelle". Cette règle interdit certaines pratiques de promotion des sites des candidats. La publicité sur internet par l'achat de bannières destinées à accroître la notoriété des candidats est ainsi certainement à exclure.

En revanche, et sous peine de méconnaître la nature même de l'internet, toute forme de lien hypertexte pointant vers le site d'un candidat ne doit pas être assimilée à une forme de publicité prohibée. Il faut à cet égard distinguer les liens hypertextes qui sont de nature informative et qui sont autorisés, de ceux qui sont publicitaires. Ainsi, même si c'est sur la demande d'un candidat, la mise en place sans rémunération d'un hyperlien vers le site du candidat à partir d'un site tiers ne s'aurait être assimilée à de la publicité, puisque le choix de faire connaître le site de campagne appartient à l'auteur du site tiers et que les deux sites n'entretiennent aucune relation commerciale.

Par ailleurs, l'interdiction de la publicité pose également la question de la licéité de certaines pratiques de référencement sur les annuaires et les moteurs de recherche. Souvent le référencement du site du candidat est opéré gratuitement à la demande du candidat. Dans certains cas, notamment pour les élections nationales, il est même effectué systématiquement à l'initiative de l'annuaire ou du moteur à des fins d'information et d'orientation des usagers du réseau.

La difficulté peut naître des pratiques de certains moteurs ou annuaires qui proposent contre rémunération, soit un référencement accéléré, soit l'achat de mots clés. Dans les deux cas, ces services peuvent se révéler indispensables pour la visibilité des sites des candidats. C'est notamment vrai pour les élections locales où les moteurs et annuaires ne pratiquent pas un référencement systématique et où les campagnes sont parfois courtes au point qu'un délai classique de référencement en six semaines enlève une bonne part de son intérêt à la constitution d'un site.

Afin que soient respectées toutes les potentialités démocratiques du web, le Forum des droits sur l'internet estime que la prohibition de la publicité ne doit pas être entendue trop largement. Le principe reste que chaque candidat est libre de choisir les moyens de se faire connaître, avec pour seule réserve qu'il ne peut pour cela recourir à de la publicité commerciale. Or le référencement, compte tenu de son importance dans le fonctionnement du web, revêt une portée plus informative que véritablement commerciale. De même qu'un candidat est libre de dépenser de l'argent pour imprimer des affiches, il apparaît important d'autoriser les candidats à se faire référencer, même contre rémunération.

Recommandations :

- **Le Forum rappelle aux candidats que l'insertion contre rémunération de bannières et autres liens promotionnels s'apparente clairement à un procédé de publicité commerciale et est donc à proscrire dans le cadre de toute campagne électorale.**
- **Le Forum des droits sur l'internet recommande aux autorités de contrôle et aux juges des élections de ne pas regarder systématiquement les liens**

hypertextes qui pointent vers les sites des candidats comme des procédés de publicité. Il convient de prendre en compte la nature informative de beaucoup de ces liens qui, quand ils ne sont pas établis contre rémunération, ne sont pas publicitaires et ce, même s'ils sont établis à la demande du candidat.

- **En l'absence actuelle de jurisprudence sur ce sujet, le Forum des droits sur l'internet recommande aux candidats la prudence dans le recours aux référencement payants et à l'achat de mots clés sur les moteurs et annuaires de recherche. Il n'est pas impossible que de telles pratiques soient assimilées à de la publicité commerciale.**
- **Le Forum des droits sur l'internet recommande aux autorités de contrôle et aux juges des élections d'autoriser les candidats, sous réserve naturellement de l'inscription dans le compte de campagne, à souscrire aux offres de positionnement contre rémunération par achat de mots clés ou aux offres de référencement accéléré par les annuaires et moteurs de recherche.**

G - Diffusion du résultat des élections et publication des sondages

1° Diffusion du résultat des élections

L'article L. 52-2 du [code électoral](#) [[legifrance.gouv.fr](#)] dispose que : *"en cas d'élections générales, aucun résultat d'élection, partiel ou définitif, ne peut être communiqué au public par la voie de la presse ou par tout moyen de communication audiovisuelle (...) avant la fermeture du dernier bureau de vote (...). / En cas d'élections partielles, les mêmes dispositions s'appliquent jusqu'à la fermeture du dernier bureau de vote de la circonscription territoriale intéressée."*

Cette interdiction s'applique aux sites internet des candidats comme à tout moyen de communication audiovisuelle.

2° Publication des sondages

Dans un arrêt en date du [4 septembre 2001](#), la Cour de cassation s'est prononcée, sur fondement de l'article 10 de la [Convention européenne des droits de l'homme](#) [[echr.coe.int](#)], contre la [loi du 19 juillet 1977](#) [[legifrance.gouv.fr](#)] dont l'article 11 interdisait la publication, la diffusion et le commentaire de tout sondage pendant la semaine précédant un scrutin.

La [loi du 19 février 2002](#) [[legifrance.gouv.fr](#)] a modifié le régime de la publication des sondages. Depuis l'entrée en vigueur de cette loi, l'interdiction de leur publication est limitée à la veille du scrutin et au jour du scrutin lui-même. Par ailleurs, même s'il est précisé à l'article 11 modifié que cette interdiction « *ne fait pas obstacle à la poursuite de la diffusion des publications parues ou des données mises en ligne avant cette date* » cela n'autorise pas une nouvelle publication ou diffusion dudit sondage.

Pour l'application de cette prohibition maintenant limitée à la veille et au jour du scrutin, il convient d'adopter une certaine vigilance en ce qui concerne les liens hypertextes vers des pages montrant des résultats de sondages dont la publication est interdite en cette période.

En effet, le juge a déjà pu interpréter la présence d'un lien hypertexte, réalisé pendant la période interdite depuis le site d'un candidat, comme étant un nouveau mode d'accès au sondage. C'est ce que le Tribunal de grande instance de Paris a notamment estimé en indiquant que « *la mise en place en France d'un hyperlien - entre le site français de Paris-Match [www.parismatch.com](#) et le site américain "geocities", sur lequel était hébergée la page personnelle à Paris-Match, des sondages - constitue bien l'infraction reprochée* » (TGI de Paris, 6 avril 2001, MM. Amaury, Jeambar, Thérond et Sergent c/ Ministère public).

En conséquence, la mise en place d'un lien hypertexte vers un site qui diffuse de nouveaux sondages pendant la période interdite risque de contrevenir aux nouvelles dispositions de l'article 11 de la loi du 19 juillet 1977 modifiée.

Il est donc probable que la réforme de la loi du 11 juillet 1977, même si elle répond dans l'urgence à une question sensible, ne résout pas toutes les questions ayant trait à la publication des sondages. La période d'interdiction, même si elle maintenant plus brève, risque en effet de voir se développer des pratiques destinées à contourner la loi notamment par le biais de liens hypertextes.

Recommandation :

- **Par prudence, le Forum des droits sur l'internet recommande à tous les responsables de sites, non seulement de ne plus insérer ni publier de sondages pendant la période d'interdiction mais aussi, de désactiver, sous peine d'amende prévue à l'article L. 90-1 du Code électoral, tout lien hypertexte vers un site pouvant éventuellement permettre la consultation d'un sondage.**

H - Le cas des sites de collectivités territoriales

L'article L.52-1 al. 2 du [code électoral](#) [legifrance.gouv.fr] précise qu' « à 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 ».

Le Code électoral interdit aux collectivités territoriales d'accorder, sous quelque forme que ce soit, des dons ou avantages directs ou indirects aux candidats. L'ouverture d'un site par la collectivité durant cette période risque ainsi d'être assimilée par le juge, au regard de son contenu notamment, à un avantage indirect consenti à un candidat.

Toutefois, des précisions ont été apportées par la jurisprudence. Le Conseil d'Etat a considéré que la création par une commune d'un site Internet, qui ne comportait qu'une présentation générale de la commune, ne devait pas être automatiquement regardée comme une campagne de promotion publicitaire des réalisations ou de la gestion d'une collectivité au sens de l'article L.52-1 du Code électoral (CE, 2 juillet 1999, Elections cantonales de Portel).

De même, le Conseil d'Etat prend en compte le contenu du site pour vérifier s'il contrevient aux dispositions du deuxième alinéa de l'article L. 52-1. Il s'est ainsi fondé sur la circonstance qu'un site « *contient des informations générales sur la région concernée* » pour juger que sa création ne doit pas être regardée comme une campagne de promotion publicitaire des réalisations ou de la gestion d'une collectivité au sens de ces dispositions (Conseil d'Etat, 8 juillet 2002, Elections municipales de Rodez).

La création d'un site Internet par une collectivité locale n'est donc concernée par les dispositions de l'article L.52-1 du Code électoral que si son contenu relève de la promotion des réalisations de l'exécutif sortant. En revanche, une présentation objective ou des informations pratiques à la population ne contreviendrait pas aux dispositions de l'article L. 52-1.

En conséquence, si le site d'une collectivité ne mentionne pas le bilan d'un candidat, il peut naturellement être maintenu en ligne tant que la communication de la collectivité et celle du candidat sont bien séparées.

Un récent arrêt du Conseil d'Etat entérine d'ailleurs cette pratique en considérant que le fait de continuer, quelques heures avant les élections, à rendre accessible sur le site de la mairie la " lettre du maire " est légal sous réserve qu'il n'y comporte aucun « *message ayant le caractère de propagande électorale* » (CE, 6 mars 2002, Elections municipales de Bagnères-de-Luchon).

Recommandation :

- **Le Forum rappelle que les sites des collectivités locales doivent se conformer aux obligations de neutralité et de sobriété telles que définies par l'article L. 52-1 al.2 du Code électoral et précisées par la jurisprudence. Le Forum recommande donc de ne pas procéder à une mise à jour du site spécifiquement réalisée dans une perspective électorale : tout élément susceptible d'être regardé comme une campagne de promotion d'un candidat doit ainsi être évité. En effet, les mises à jour inhabituelles et injustifiées tendant à rendre compte de manière répétitive et abusive des activités d'un candidat pourraient**

entraîner l'annulation de l'élection. Il convient donc de veiller à ce que le site ne contienne que des écrits à caractère purement informatif et que l'aspect, la présentation ou les rubriques dudit site ne soient pas modifiées à l'avantage d'un candidat.

II - QUESTIONS RELATIVES AU FINANCEMENT DES CAMPAGNES ELECTORALES

A - Intégration dans le compte de campagne des dépenses liées à la réalisation d'un site internet

Toutes les dépenses imputables à la mise en œuvre et à l'animation d'un site de campagne par un candidat ou sous son contrôle doivent, en principe, être comptabilisées dans le compte de campagne du candidat.

L'article L. 52-17 du [code électoral](#) [[legifrance.gouv.fr](#)] prévoit ainsi que :

"Lorsque le montant d'une dépense déclarée dans le compte de campagne ou ses annexes est inférieur aux prix habituellement pratiqués, la Commission nationale des comptes de campagne et des financements politiques évalue la différence et l'inscrit d'office dans les dépenses de campagne (...). La somme ainsi inscrite est réputée constituer un don, au sens de l'article L. 52-8, effectué par la ou les personnes physiques concernées. La commission procède de même pour tous les avantages directs ou indirects, les prestations de services et dons en nature dont a bénéficié le candidat."

Les dépenses de réalisation et de maintenance du site internet doivent être intégrées au compte de campagne sur la base d'une évaluation au prix du marché, puisque l'article L. 52-17 du [code électoral](#) [[legifrance.gouv.fr](#)] impose de prendre en compte les « *prix habituellement pratiqués* ».

Dans le cas où un site internet aurait été créé par le candidat préalablement à l'ouverture de la campagne, seules devraient être intégrées au compte les dépenses qui sont directement rattachables à la campagne. Il s'agit alors d'évaluer le nombre de pages concernées et la dépense correspondante au prix du marché, en prenant également en compte une partie des frais d'hébergement du site.

Les mêmes principes s'appliquent dans le cas où le candidat n'aurait pas de site web propre, mais utiliserait un site internet ami ou recourrait à un site partagé entre plusieurs candidats. Il convient alors d'évaluer la fraction de la dépense correspondant à ce site qui peut être attribuée au candidat, en proportion par exemple du nombre de pages qui lui sont consacrées, et de l'intégrer au compte de campagne.

Si certains ont pu s'inquiéter que de "faux amis" puissent créer des sites en sorte d'obliger le candidat à intégrer les dépenses à son compte, ce risque doit être relativisé car l'appréciation du juge est pragmatique : il faut un certain lien entre le candidat et l'initiative de la dépense pour que s'applique l'obligation d'intégration au compte. L'article L. 52-12 du [code électoral](#) [[legifrance.gouv.fr](#)] dispose que sont réputées faites pour le compte du candidat « *les dépenses exposées directement au profit du candidat et avec l'accord de celui-ci, par les personnes physiques qui lui apportent leur soutien, ainsi que par les partis et groupements politiques qui ont été créés en vue de lui apporter leur soutien ou qui lui apportent leur soutien* ».

Enfin, il faut également préciser que seuls doivent être intégrés les frais qui correspondent à de la promotion électorale. Dans le cas des candidats qui se voient consacrer quelques pages sur un site qui n'est pas à proprement parler un site de campagne ou un site politique, l'intégration au compte de campagne dépendra de la teneur de ces pages. Dans le cas d'un journal, le juge intègre la dépense dans le compte si le document comporte des photographies ou autres éléments rédactionnels consacrés expressément à la promotion personnelle du candidat (Conseil constitutionnel, 9

décembre 1993, Ass. Nat. Loir-et-Cher, 1^{ère} circonscription), ce qui suggère a contrario qu'une information factuelle est toujours possible sans intégration au compte.

Recommandations :

- **Le Forum des droits sur l'internet recommande aux candidats la comptabilisation rigoureuse des dépenses liées à la « web-campagne » en prenant pour référence les prix du marché habituellement pratiqués pour ce type de prestation.**
- **Le Forum des droits sur l'internet recommande à la Commission de contrôle des comptes de campagne et aux juges de l'élection de ne pas se fonder sur la simple mention d'un candidat sur le site internet d'un parti ou d'une association pour imposer l'intégration d'une dépense au compte de campagne. En prolongeant le raisonnement, et à l'instar de ce qui est pratiqué pour un journal, il est souhaitable que quelques pages sur un site puissent être regardées comme de l'information réalisée par l'auteur du site (ou mention factuelle) plutôt que comme une dépense électorale.**

B - Le cas des travaux réalisés à titre bénévole

Si le principe posé par l'article L. 52-17 du code électoral est que les dépenses sont évaluées au prix du marché, il semble que la jurisprudence accepte cependant de prendre en compte la réalisation de certains travaux à titre bénévole.

Il a ainsi été jugé par le Conseil d'Etat que l'évaluation de certaines dépenses pouvait ne pas être faite au prix du marché dans le cas où elles correspondaient au « travail personnel de militants exécutés à titre bénévole ». Le point est jugé a contrario par le Conseil d'Etat, (Section, 2 octobre 1996, Elections municipales d'Annemasse) pour le cas où des avantages consentis à un candidat n'aurait pas consisté en de tels travaux bénévoles.

Cette jurisprudence a été appliquée par le Conseil d'Etat au travail de réalisation d'un site internet : le juge a en effet accepté de prendre en compte l'intervention de militants bénévoles pour conclure que l'évaluation de la dépense correspondante n'est pas sous-évaluée (10 juillet 2002, Elections municipales de Paris - 12^{ème} secteur).

Cette prise en compte par la jurisprudence du bénévolat est d'autant plus importante que la plupart des activités bénévoles traditionnelles (tractage, affichage...) n'entrent de fait pas dans les comptes de campagne : il est donc souhaitable que le temps passé par un militant à réaliser un site internet hors de son lieu de travail soit considéré comme étant une ressource gratuite pour le candidat au regard de la législation sur les comptes de campagne, exactement au même titre que le temps passé par un militant à distribuer des tracts ou à coller des affiches.

Cette jurisprudence dessine ainsi un équilibre entre deux exigences : le contrôle des dépenses, qui nécessite d'identifier les véritables dépenses effectuées, et la prise en compte des nouvelles formes de militantisme, puisqu'il ne serait pas équitable de pénaliser une forme de militantisme par rapport à une autre, en autorisant aux militants les seules tâches non qualifiées et en sanctionnant par là même des activités bénévoles plus qualifiées (réalisation d'un site internet par exemple) au seul motif qu'elles sont plus facilement quantifiables.

On ne peut donc que souhaiter que cette jurisprudence soit confirmée et appliquée également par le Conseil constitutionnel pour les élections dont il est le juge.

C'est pourquoi, sans méconnaître la nécessité de contrôle, on peut souhaiter que soit reconnue, par la Commission nationale de contrôle des comptes de campagne et des financements politiques et par le juge, l'existence possible du bénévolat pour divers types de prestations, y compris techniques (réalisation et maintenance de sites).

Même inférieures aux prix du marché, les évaluations avancées par les candidats en ce qui concerne leurs dépenses de réalisation et de mise à jour de site devraient ainsi être acceptées si les candidats apportent les éléments prouvant leur recours au bénévolat des militants.

Enfin, il faut relever que ce recours au bénévolat pourrait se voir assigner un plafond, puisque les dons des personnes physiques aux candidats sont plafonnés à 4600 euros par l'article L. 52-8 du [code électoral](#) [legifrance.gouv.fr]. Un recours intensif pendant une période prolongée au bénévolat d'une personne hautement qualifiée pourrait conduire à dépasser ce seuil. Mais le risque reste très théorique du fait de la brièveté des campagnes électorales et de la probable prudence des autorités de contrôle dans l'évaluation financière du bénévolat.

Recommandations:

- **A titre de précaution, et dans l'attente d'une confirmation de la jurisprudence, le Forum des droits sur l'internet recommande aux candidats qui, compte tenu de leurs dépenses, n'ont aucun risque d'atteindre le plafond de dépenses, de comptabiliser et d'intégrer à leur compte de campagne les travaux réalisés à titre bénévole par des militants pour la réalisation et la mise à jour des sites.**
- **Le Forum des droits sur l'internet souhaite, de la part de la Commission nationale des comptes de campagne et des financements politiques ainsi que des juges de l'élection, une confirmation et une généralisation de la jurisprudence reconnaissant la possibilité du recours au bénévolat pour divers types de prestations, y compris techniques (réalisation et maintenance de sites), réalisées par le biais de l'internet en dehors du temps de travail. Même inférieures aux prix du marché, les évaluations avancées par les candidats en ce qui concerne leurs dépenses de réalisation et de mise à jour de site devraient ainsi être acceptées si les candidats apportent les éléments prouvant leur recours au bénévolat des militants.**

C - Prohibition des dons des personnes morales

L'article L. 52-8 du Code électoral pose un principe de prohibition des dons, qu'ils soient directs ou indirects, en provenance des personnes morales, à la seule exception des partis ou groupements politiques.

Cette disposition interdit le « bénévolat d'entreprise ». Si les candidats peuvent recourir au travail bénévole des militants sans avoir à intégrer de dépenses correspondantes dans leur compte, il faut veiller à ce que ce travail ne soit pas réalisé dans le cadre d'une entreprise ou avec les moyens de celle-ci. Si c'était le cas, il ne s'agirait plus d'un bénévolat du militant mais d'un don de l'entreprise qui l'emploie, ce qui tomberait sous le coup de la prohibition posée par l'article L. 52-8 du Code électoral.

En outre, la réalisation ou l'hébergement de pages web consacrés à un candidat par une entreprise ou par un comité de soutien (comme par exemple une association), seraient susceptibles, s'ils étaient suffisamment circonstanciés pour être regardés comme une dépense de campagne, de susciter des contentieux au regard de la prohibition des dons des personnes morales à des candidats. Ils sont donc obligatoirement à proscrire au regard des dispositions de l'article L. 52-8.

En revanche, un candidat qui souhaite disposer de quelques pages sur internet sans créer un site est libre de faire héberger ses pages sur le site d'un parti ou groupement politique, puisque la prohibition des dons des personnes morales ne s'applique pas à ceux-ci.

La jurisprudence est cependant assez stricte dans l'appréciation de ce qui constitue un parti ou groupement politique : une personne morale de droit privé qui s'est assigné un but politique ne peut être regardée comme un « *parti ou groupement politique* » au sens de l'article L. 52-8 que si elle relève des articles 8, 9 et 9-1 de la loi du 11 mars 1988 relative à la transparence financière de la vie politique ou si elle s'est soumise aux règles fixées par les articles 11 à 11-7 de cette même loi. Le Conseil constitutionnel a par ailleurs jugé que les sections locales des partis, qui ne sont pas nécessairement soumises aux mêmes contrôles que les partis eux-mêmes, pouvaient apporter des dons à un candidat (13 février 1998, Ass. nat, Val D'Oise, 5ème circonscription, JO p. 2570).

Recommandations:

- **Le Forum des droits sur l'internet recommande aux candidats de veiller à ne recourir au travail bénévole de militants que dans un cadre non professionnel c'est-à-dire après s'être bien assuré qu'ils le font effectivement hors de leur lieu de travail et sans avoir utilisé du matériel professionnel. Le travail des militants dans leur cadre professionnel et avec les moyens d'une entreprise risquerait d'être requalifié comme un don d'une personne morale.**
- **Le Forum des droits sur l'internet recommande aux candidats de rembourser l'association ou l'organisme qui héberge, même à titre amical, les pages de leur site, et d'intégrer ainsi la dépense au compte de campagne.**

D - Sur la licéité du recours à des services gratuits

Une récente décision du Conseil constitutionnel ouvre la porte à l'utilisation par les candidats de services rendus gratuitement sur internet, et ce malgré l'interdiction du don des personnes morales précisée par l'article L. 52-8 du Code électoral.

L'article L. 52-8 du [code électoral](#) [[legifrance.gouv.fr](#)] interdit à toutes les personnes morales, « à l'exception des partis ou groupements politiques, [de] participer au financement de la campagne électorale d'un candidat, en lui consentant des dons sous quelque forme que ce soit, ou en lui fournissant des biens, services ou autres avantages directs ou indirects à des prix inférieurs à ceux qui sont habituellement pratiqués ». Cette disposition a longtemps semblé interdire le recours des candidats à des services gratuits pourtant largement accessibles au public, comme l'hébergement gratuit de sites. Offerts sans contrepartie financière, de tels services risquaient d'être regardés par le juge comme des dons prohibés.

Cette situation n'était pas satisfaisante, dès lors qu'elle contribuait nécessairement à renchérir le coût des web-campagnes, sans véritable justification. En effet, l'esprit de l'article L. 52-8 n'est pas d'interdire le recours aux prestations qui seraient mises gratuitement et sans discrimination à la disposition de tous les candidats, mais plutôt de les prémunir de pressions exercées par des personnes morales qui leur auraient consenti des dons. A l'évidence, une telle disposition ne devrait pas s'opposer à ce que des candidats puissent user de services en ligne gratuits et accessibles à tous. C'est pourquoi il est souhaitable que les services gratuits, dès lors qu'il sont à la disposition de tous les candidats sans discrimination puissent être utilisés par les candidats.

Une récente décision rendue par le Conseil constitutionnel en matière électorale le 25 juillet 2002 (n°2002-2682, Assemblée nationale, Savoie, 1ère Circ.) a adopté une position favorable à l'utilisation des services gratuits par les candidats. Le juge a estimé que « *que l'hébergement gratuit de pages relatives à la campagne d'un candidat par une société fournisseur d'accès à Internet ne méconnaît pas les dispositions précitées (de l'article L. 52-8) dès lors que, conformément aux conditions générales d'utilisation de ce service relatives à l'hébergement de pages personnelles, tout candidat - et d'ailleurs toute personne - a pu bénéficier du même service auprès de la même société* ».

Cette avancée jurisprudentielle doit être saluée et on ne peut qu'espérer que la solution retenue par le Conseil constitutionnel le sera également par l'ensemble des juges électoraux. Dans l'attente de cette généralisation, une certaine prudence doit toutefois être observée par les candidats.

Recommandations:

- **Le Forum des droits sur l'internet recommande aux candidats la prudence dans l'utilisation des services gratuits de toutes sortes (hébergement, forums, chats ...). En l'état actuel du droit, et dans l'attente de la confirmation de la récente décision du Conseil constitutionnel, le recours à de tels services risque encore d'être assimilé à des dons de personnes morales qui tombent sous le coup de l'interdiction posée par l'article L. 52-8 du code électoral.**

- **Le Forum des droits sur l'internet souhaite qu'une interprétation souple de l'article L. 52-8 du Code électoral soit confirmée par l'ensemble des juges de l'élection en autorisant les candidats à recourir à des services qui leur sont offerts gratuitement sur l'internet, comme ils le sont à toute personne : la vitalité de la démocratie ne peut que profiter de la multiplication des sites internet des candidats.**

III. QUESTIONS DE DROIT DES MEDIAS : RESPONSABILITE DES GESTIONNAIRES DE SITES ET DROIT DE REPONSE

A - Responsabilité des gestionnaires de services interactifs

La [loi du 1er août 2000](#) modifiant la [loi du 30 septembre 1986](#) relative à la liberté de communication a assimilé les services de communication en ligne à des services de communication audiovisuelle. Cette large définition de la communication audiovisuelle a notamment pour conséquence d'appliquer la responsabilité éditoriale aux gestionnaires de sites de campagne en sus de la responsabilité de droit commun.

Cependant, une incertitude demeure en ce qui concerne la responsabilité des gestionnaires de sites au regard des messages diffusés sur les chats et forums de discussion. Il n'est pas possible, à l'heure actuelle, d'affirmer que les exploitants de tels services interactifs pourront bénéficier de l'exonération de responsabilité telle qu'elle est définie dans l'article 43-8 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée par celle du 1^{er} août 2000. A défaut d'une application de cette disposition, c'est vers un régime de droit commun qu'il faudra se tourner : l'analyse juridique comme la jurisprudence récente invitent dès lors à une gestion prudente de ces espaces d'interactivité. Compte tenu du cadre juridique actuel, une telle gestion devrait s'effectuer soit en modérant *a priori* les services interactifs, soit en opérant un contrôle régulier *a posteriori* des messages postés.

Sans aller jusqu'à aborder de façon complète la question de la responsabilité juridique des exploitants de forums de discussions, qui fait par ailleurs l'objet de réflexions de la part d'un groupe d'experts au sein du Forum des droits sur l'internet (<http://www.foruminternet.org/publications/lire.phtml?id=358>), il apparaît important d'attirer l'attention des candidats sur le problème de la responsabilité des gestionnaires de services interactifs afin qu'ils ne soient pas soumis au risque de la mise en œuvre de leur responsabilité pénale ou civile pour défaut de vigilance.

Recommandation :

- **Le Forum des droits sur l'internet recommande aux gestionnaires des sites de candidats d'opérer un contrôle du contenu des messages postés sur leur forum de discussion soit par le biais d'une modération *a priori* soit, si le responsable préfère préserver le dynamisme des débats, en effectuant un contrôle régulier *a posteriori*. Dans tous les cas, le Forum des droits sur l'internet recommande aux gestionnaires de sites de faire droit, dans un court délai, aux demandes d'effacement de tout message qui porterait préjudice à un tiers.**

B - Droit de réponse en ligne

Si, comme le suggère une interprétation littérale de la loi du 29 juillet 1982, le droit de réponse applicable aux services de communication audiovisuelle s'étend aux sites internet, les candidats se verraient imposer des obligations que l'on pourrait regarder comme excessives.

En l'état actuel du droit, les gestionnaires de sites internet des candidats sont astreints à un droit de réponse dont le régime juridique est sujet à de fortes incertitudes. En toute hypothèse, ils doivent être prêts à faire droit à toute demande de droit de réponse afin de prévenir toute action en référé qui se fonderait sur le trouble manifestement illicite qui résulterait du maintien en ligne d'une diffusion incriminée. En l'absence de certitude sur le régime du droit de réponse en ligne, les sites internet peuvent se voir appliquer le régime de droit commun de l'article 809 du nouveau code de procédure civile, qui permet au juge d'ordonner toute mesure pour faire cesser un tel trouble.

S'agissant du régime de droit de réponse en matière audiovisuelle, le texte éventuellement applicable est le premier alinéa de l'article 6 de la [loi du 29 juillet 1982](#) : « *Toute personne physique ou morale dispose d'un droit de réponse dans le cas où les imputations susceptibles de porter atteinte à son honneur ou à sa réputation auraient été diffusées dans le cadre d'une activité de communication audiovisuelle* ».

En matière électorale, le délai de droit commun pour faire droit à la demande de droit de réponse est réduit, puisque l'alinéa 8 de l'article 6 dispose que « *pendant toute la campagne électorale, lorsqu'un candidat est mis en cause, le délai de 8 jours prévu au 6^{ème} alinéa est réduit à 24 heures* ». Le juge des référés peut en principe être saisi sous 24 heures si l'éditeur du site auquel le demandeur a adressé sa demande y oppose un refus ou n'y répond pas. Les alinéas 3 et 4 précisent également que « *la réponse doit être diffusée dans des conditions techniques équivalentes à celles dans lesquelles a été diffusé le message contenant l'imputation invoquée [et qu'] elle doit également être diffusée de manière que lui soit assurée une audience équivalente à celle du message précité* ». Il pourrait sembler que ces dispositions ont vocation à s'appliquer aux sites internet, puisque les sites internet sont classiquement, en application de la loi du 30 septembre 1986, regardés comme des moyens de communication audiovisuelle.

Or les difficultés d'application du droit de réponse à l'internet ont récemment conduit le juge des référés du Tribunal de grande instance de Paris à écarter l'application de l'article 6 de la loi du 29 juillet 1982 aux sites internet (5 juin 2002, ordonnance de référé du Tribunal de grande instance de Paris, à propos du site Gotha.fr). Il a été jugé que « *les dispositions de la loi (...) relatives au droit de réponse en matière audiovisuelle, n'apparaissent pas davantage appropriées aux circonstances de l'espèce, au regard tant des mesures matérielles prescrites pour la diffusion de la réponse, inadaptées à un service de communication en ligne, -qui par la forme de sa diffusion, est, alors, plus proche du support écrit qu'audiovisuel-, qu'aux difficultés tenant à la détermination des dates précises, prévues par ces textes, notamment pour l'insertion de la réponse* ». Le juge a donc choisi de faire application de l'article 809 du nouveau code de procédure civile, faute de pouvoir se fonder sur les textes régissant le droit de réponse en matière audiovisuelle.

Cette jurisprudence témoigne d'une nécessité d'adapter le droit de réponse au média internet. L'article 9 du projet de loi sur la société de l'information déposé sur le bureau de l'Assemblée nationale mais non discuté, avait proposé d'engager cette adaptation (voir l'exposé des motifs de cet article 9 : <http://www.assemblee-nationale.fr/projets/pl3143.asp>).

Les difficultés d'application du droit de réponse à l'internet seraient encore plus fortes en matière électorale. En effet les règles de droit de réponse en matière audiovisuelle ont été conçues pour un contexte particulier caractérisé par la diffusion de masse des informations et par la rareté des médias. S'il est important que la radio et la télévision, qui touchent un large public et doivent en période électorale respecter un équilibre des temps de parole, soient astreints à un droit de réponse très exigeant, on peut douter que le même régime doive s'appliquer aux sites internet des candidats, qui constituent des moyens de communication électorale. A l'extrême, le fait qu'une personne puisse ouvrir un droit de réponse dans toute publication en ligne qui l'aurait mis en cause, pourrait favoriser l'inflation de demandes auprès des sites des candidats eux-mêmes et entamer notamment leur liberté de dialogue avec des contributeurs extérieurs.

Recommandations :

- **Dans un contexte d'incertitude juridique, le Forum recommande aux candidats de faire droit à toute demande de droit de réponse dans les vingt-quatre heures. Même s'il n'est pas certain que le droit de réponse accéléré en matière électorale prévu par l'article 6 de la loi du 29 juillet 1982 soit applicable à l'internet, il est plus prudent pour les candidats de s'y conformer, puisque le juge, se prononçant sur la base de l'article 809 du nouveau code de procédure civile, pourrait leur imposer des obligations similaires à celles du droit de réponse accéléré prévue par la loi de 1982. Pour les exploitants de services interactifs (comme les responsables d'un forum de discussion...) le droit de réponse peut être facilement satisfait dans le cadre d'une simple réponse en ligne à la contribution mise en cause.**
- **Le Forum des droits sur l'internet recommande au législateur de clarifier le régime du droit de réponse en ligne en déterminant notamment si des règles spécifiques en matière électorale doivent être prévues.**

IV - LES NOUVELLES TECHNIQUES DE « MARKETING » POLITIQUE

Les récentes « web campagnes » ont donné lieu à de nouvelles formes de communication politique utilisant toutes les ressources « marketing » qui s'offrent sur l'internet. La connaissance de l'électeur et son ciblage, afin d'adapter le message politique du candidat, entraînent des pratiques politiques de plus en plus contestées qui interviennent fréquemment à l'insu des internautes et se révèlent également parfois intrusive dans la vie privée du citoyen. Certains s'inquiètent d'une telle dérive mettant en danger la vie privée du citoyen et la démocratie.

La Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL) s'est déjà intéressée à cette forme de communication politique et a condamné l'envoi en nombre de messages électroniques à destination d'adresses collectées sur des espaces publics de l'internet (sites web, forums...) que l'on appelle aussi *spamming* (communication du 21 février 2002 ("[Communication politique, sites web et protection des données personnelles](#)" [cnil.fr](#)). De plus, la CNIL vient récemment de dénoncer au parquet de Paris un site qui a, durant la campagne des présidentielles 2002, collecté des informations nominatives et recueilli des opinions politiques en entretenant volontairement le flou quant à son origine et à la destination de ces informations. De tels procédés, faits à l'insu des internautes, montre bien l'importance qu'il y a à demander à l'internaute de confirmer son inscription à un certain nombre de services (abonnement à des lettres d'information, inscription à des forums...) et de mettre en place un descriptif exhaustif de toutes les "prestations" offertes à l'internaute l'informant de ses engagements.

Par ailleurs, un autre type de pratique observé sur l'internet à l'occasion de la « web campagne » entraîne également un certain nombre d'inquiétudes auprès des candidats : il s'agit de la diffusion de rumeurs ou de fausses informations concernant l'un ou l'autre des candidats. De telles pratiques devraient être prises en compte par le juge de l'élection au même titre que celles qui peuvent être constatées dans la propagande électorale sous forme papier.

Recommandations :

- **Le Forum des droits sur l'internet recommande la mise en place d'un système de confirmation des inscriptions volontaires d'adresses électroniques (abonnement à des lettres d'information, inscription à des forums...) et d'un descriptif exhaustif de toutes les "prestations" offertes à l'internaute l'informant de ses engagements.**
- **Le Forum des droits sur l'internet souhaite que la diffusion, par des candidats, de rumeurs ou fausses informations sur des sites internet soit prise en compte, par les juges des élections, au même titre que celle constatée dans la propagande électorale sous forme papier.**