

“ Bilan de mandat : ” Une dynamique citoyenne.

Quatre ans après les élections municipales de 2001 et trois ans avant la tenue des élections municipales de 2008, le bilan de mandat semble être l'outil adéquat pour s'arrêter quelque peu et faire le point des projets et perspectives engagés par la commune.

Une élection gagnée n'est pas une licence donnée à une équipe municipale pour agir à sa guise, mais représente un devoir d'information et de communication aux administrés sur l'avancée des réalisations collectives.

Même s'il existe déjà des supports à la communication institutionnelle de la collectivité, le bilan de mandat qualifie l'équipe municipale et la distingue dans ses atouts et ses points forts.

Dans cette perspective, nous allons voir quels sont les conditions et les moyens pour dresser un bilan de mandat, élément d'information pour les habitants et outil de valorisation pour l'équipe.

Au cœur des préoccupations municipales

Rendre des comptes aux administrés de la commune, c'est montrer comment les engagements pris et les promesses sont transformés en projets concrets, c'est aussi expliquer, dans un souci de transparence, comment s'articulent les ressources et contraintes financières de la commune.

Car, en effet, c'est au regard des engagements pris que l'on peut juger du caractère positif de l'action d'une équipe municipale. **Les engagements étaient-ils réalistes ? Ont-ils été atteints ? A quel prix ?**

Afficher une gestion en équilibre ou excédentaire, assumer les promesses, être à l'écoute des citoyens, faire face au contexte, justifier les actions entreprises et celles encore à entreprendre sont autant d'éléments cruciaux qui favorisent l'adhésion des administrés, condition principale à la reconduite d'une équipe à la direction d'une commune. Quel meilleur programme électoral pour un candidat sortant qu'un bilan de mandat positif retraçant une gestion de la ville claire et transparente ?

Sur le plan légal

L'interprétation jurisprudentielle de la *loi n° 90-55 du 15 janvier 1990* a déterminé les conditions dans lesquelles les équipes sortantes envisageant de se représenter aux prochaines élections pouvaient publier un bilan de mandat en interdisant certains moyens de propagande électorale et en restreignant la liberté de communication des collectivités locales dans les périodes qui précèdent l'organisation d'une consultation électorale.

Jusqu'aux élections municipales de 1995, il était parfaitement admis que, par ces dispositions, le législateur avait voulu avant tout interdire aux élus locaux, et à juste titre, de profiter des moyens de leur collectivité pour assurer leur promotion électorale. Ainsi, un candidat élu sortant pouvait réaliser un bilan de mandat dès lors que le coût de cette opération figurait dans son compte de campagne.

En 1996, le Conseil d'Etat a étendu l'interdiction à toutes les opérations de promotion, quel que soit leur mode de financement : cette interdiction visait non seulement les campagnes de promotion publicitaire réalisées par les collectivités locales avec des fonds publics que celles réalisées par les candidats sur leurs fonds propres (*2 octobre 1996, élections municipales de Bassens*).

A plus forte raison, la loi condamne les campagnes de promotion de la gestion ou des réalisations de la commune, effectuées dans les organes publiés sur fonds publics par la municipalité, les bulletins municipaux en particulier. Toute modification de la forme ou du fond des bulletins municipaux un an avant l'élection risque donc d'être sanctionnée.

Avant 2001, les candidats sortants étaient donc dans une position délicate : ils ne pouvaient faire référence à leur action en tant qu'élus alors que leurs adversaires pouvaient légalement contester cette action.

Pour remédier à cela , il fallu attendre l'intervention du législateur avec *la loi n° 2001-2 du 3 janvier 2001 relative à la résorption de l'emploi précaire et à la modernisation du recrutement dans la fonction publique ainsi qu'au temps de travail dans la fonction publique*.

A deux mois à peine des élections municipales de 2001, un nouvel alinéa fut introduit à l'article L.52-1 : désormais, l'interdiction posée à l'alinéa 2 ne s'appliquerait pas à la présentation par le candidat sortant de son bilan de mandat, lequel est soumis aux règles sur le financement et le plafonnement d'une campagne électorale.

En conclusion, un candidat sortant peut faire un bilan des mandats qu'il détient ou qu'il a détenu sans condition de délai. Si ce bilan a lieu dans l'année précédant une élection, il doit alors figurer obligatoirement au compte de campagne.

Sur le fond et sur la forme

Premiers interlocuteurs des concitoyens, les maires sont sollicités sur tous les sujets, les crèches, les écoles, les ordures ménagères, les conflits de voisinage... Afin de rendre compte aux administrés des avancées collectives au sein de leur commune, les élus abordent donc le plus souvent les thèmes suivants :

- Qualité de vie
- Sécurité
- Circulation, stationnement
- Développement durable
- Animation de la ville - culture - sport - jeunesse
- Information, Consultation, Participation des citoyens
- Finances - Gestion financière
- Intercommunalité

Passées les contraintes légales et les thèmes développés, plusieurs méthodes méritent d'être évoquées ici quant aux formes que peuvent prendre un bilan de mandat. L'audience est évidemment à rechercher sans pour autant jouer d'une trop forte médiatisation. *Gare à l'effet Boomerang !*

Le bilan de mandat doit tout d'abord faire l'objet d'une publication et peut utiliser différents formats : brochure, cd-rom, film, calendrier...

Le choix du format dépend des éléments à mettre en valeur et des moyens dont dispose la commune.

La publication peut être diffusée selon plusieurs méthodes, cumulables, qui constituent des conditions privilégiées pour évaluer le niveau d'adhésion des habitants :

Réunion publique

- L'organisation d'une réunion publique destinée à présenter le bilan de mandat et à diffuser la publication, permet à l'équipe municipale de se confronter à l'opinion des habitants et d'apprécier leurs observations, fondamentales à l'élaboration du programme.

Site Internet

- Le site Internet communal devient un vecteur privilégié de la communication locale. Au format manuscrit, vidéo ou audio vous mettez en ligne votre bilan de mandat.
Sur cet espace réservé vous adressez, à l'internaute quelques questions, relatives à la politique locale, qui constitueront des éléments précieux à l'évaluation de l'opinion.

Distribution

- La méthode la plus classique, mais la moins interactive, consiste en la distribution de la publication dans les boîtes aux lettres de la commune.
Peut s'adjoindre à cette distribution un questionnaire destiné à être retournée en mairie.

Plus qu'un simple récapitulatif de l'action municipale, la réalisation d'un bilan de mandat doit prendre une dimension plus interactive et devenir un prétexte pour rencontrer les habitants et observer l'opinion. La consultation des habitants participera largement à l'ajustement du programme politique de la fin de mandat.

Proximité, par sa connaissance du monde politique, son expertise en droit public, ses compétences rédactionnelles et sa maîtrise des outils de communication, sera un partenaire privilégié à l'élaboration de votre bilan de mandat.



Nous contacter

66, Route de Paris
78760 Jouars - Pontchartrain
Tél. : 01 30 07 81 07
Fax : 01 34 89 02 04
www.proxite.fr
contact@proxite.fr
SARL au capital social de 15.000 €
RCS B Versailles 480433374