

**MASTER 2 – Communication et pouvoir**

 2022

Droit des élections, droit du financement de la communication politique

Stéphane Cottin, chef du service de la documentation et de l’aide à l’instruction du Conseil constitutionnel

Mail : stephane.cottin@gmail.com

* **Plan de cours**
1. A. Grandes lignes du droit électoral : sources, évolutions des textes et présentation des acteurs.

B. Contentieux du déroulement des élections : encadrement de la communication politique (la "propagande") et des campagnes électorales.

1. Droit du financement de la vie politique : historique et principes.

Principes et histoire du financement des élections, de la communication politique : les comptes de campagne et des partis politiques, la CNCCFP.

1. **Le contentieux électoral financier : actualités du contentieux des comptes de campagne et des financements politiques.**
2. **Le contentieux électoral non financier : la procédure devant les juges concernés et actualités de la jurisprudence.**

**3b. Le contentieux électoral financier : actualités du contentieux des comptes de campagne et des financements politiques.**

<http://www.interieur.gouv.fr/Elections/Etre-candidat>

## Le Courrier des Maires : Comptes de campagne : le bilan des sénatoriales et départementales (4 mai 2016) par Martine Kis (repris par le site de la CNCCFP : <http://www.cnccfp.fr/presse.php?voir=130> )

136 comptes pour les départementales, 17 pour les sénatoriales, ont été rejetés par la Commission nationale des comptes de campagnes et des financements politiques (CNCCFP). La commission souhaite la mise en place de barèmes pour les prestations des experts-comptables et un encadrement de la mutualisation des dépenses par les partis.

**Dix-sept comptes de campagne rejetés suite aux dernières sénatoriales (3,45 % des comptes examinés). Et 136 comptes rejetés pour les départementales, soit 1,51 % des comptes déposés dans les délais.** Ces chiffres figurent dans le rapport d’activité de la Commission nationale des comptes de campagne et des financements politiques (CNCCFP), présenté le 3 mai par son président, François Logerot.

(Au final : **Contentieux des élections sénatoriales du 28 septembre 2014**

En application des dispositions de l’article 59 de la Constitution, le Conseil constitutionnel a examiné dix-sept protestations électorales formées par des candidats ou des électeurs (il n’avait été saisi que de six protestations en 2011) dirigées contre l’élection de sénateurs élus le 28 septembre 2014 dans quinze départements, selon des modes de scrutin différents.

Le Conseil a rejeté quinze de ces dix-sept protestations. Il a annulé les opérations électorales qui s’étaient déroulées en Polynésie française et a, pour la première fois, réformé la proclamation du résultat d’une élection, en l’espèce dans le département de Vaucluse.

(…)

L’ensemble des dispositions du chapitre V *bis* du titre Ier du livre Ier du code électoral, relatives au financement de la campagne des candidats, étant pour la première fois applicable aux élections sénatoriales, le Conseil constitutionnel a également été saisi par la Commission nationale des comptes de campagne et des financements politiques (CNCCFP) en raison du rejet des comptes de campagne de vingt-huit candidats. Le Conseil a, sur ce fondement, rendu à ce jour vingt-sept décisions et prononcé une inéligibilité dans vingt cas. Quatre de ces déclarations d’inéligibilité ont porté sur des candidats élus sénateurs, qui ont en conséquence été démis d’office de leur mandat

(bilan CC: <http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/francais/documentation/dossiers-thematiques/2014-Elections-senatoriales/elections-senatoriales-2014.141709.html> )

### Abus de dépense directe

**Pour les élections sénatoriales du 28 septembre 2014, c’est la première fois que la CNCCFP examine les comptes.** En effet, la loi du 14 avril 2011 a introduit l’obligation de dépôt des comptes, « par souci d’égalité entre les candidats » participant aux différentes élections, explique François Logerot.

**Peu de dépenses de réunion publique, mais des frais de transport, de réception et d’imprimé.** « Le résultat des contrôles est un peu meilleur que celui des autres élections », souligne le président : 56 % d’approbation simple et 38 % de réformation.

Sur les 17 comptes rejetés, 14 auraient pu prétendre à un remboursement. **Mais pour 12 d’entre eux, « l’abus de dépense directe » a été fatal. Pour 4 autres, l’absence d’expert-comptable et une absence de mandataire financier** expliquent les rejets.

**Quatre invalidations d’élection par suite d’une saisine du Conseil constitutionnel** « ont été mal vécu par le Sénat », reconnaît François Logerot. « Mais, ajoute-t-il, la règle est la même pour toutes les élections, et beaucoup de candidats sont des élus locaux qui ont déjà déposé des comptes de campagne ».

### Difficile solidarité

**Les élections départementales des 22 et 29 mars 2015** se sont traduites, pour la CNCCFP, par une augmentation du nombre de contrôles. La loi du 17 mai 2013 a en effet élargi la compétence de la commission aux cantons de moins de 9 000 habitants.

**« Nous avons eu 6 mois pour examiner 9 074 comptes. Nous avons relevé le défi »**, se félicite le président. Le **principe de solidarité des binômes**, « un seul compte, un seul mandataire, un seul remboursement », n’a pas été toujours bien compris ni respecté, relève-t-il.

Le poste de dépense des départementales le plus affecté par les réformations, avec 1,4 million d’euros, est celui des **frais d’impression et de publication**, principalement du fait de l’exclusion des dépenses de la campagne officielle lorsqu’elles sont inscrites par erreur dans le compte de campagne.

**Près du quart des intérêts d’emprunt comptabilisés par les candidats ont fait l’objet d’une réformation**, afin de parer à tout risque d’enrichissement sans cause. Au total, **le remboursement forfaitaire de l’Etat s’est élevé à 49,67 millions d’euros**, soit 90 % de l’apport personnel déclaré.

### Le problème des honoraires d’experts-comptables

Quelques problèmes plus fréquents ont été relevés. Ainsi du **montant, souvent très élevé, des honoraires des experts-comptables**, auxquels tous les candidats doivent recourir pour la présentation des comptes, sauf s’ils n’ont ni recettes ni dépenses.

La commission accepte donc, logiquement, que ces dépenses soient remboursables. **« Mais des experts-comptables présentent des notes déraisonnables », déplore le président**, qui cite un cas où il s’agit de la seule dépense !

Si la disproportion est trop importante par rapport aux dépenses, cette ligne est réformée aux dépens du candidat. **Il s’agit en fait, pour la commission, d’alerter l’ordre des experts-comptables** et d’obtenir que la profession indique un barème ou accepte que les honoraires soient fixés une fois le montant des comptes connus.

### Mutualisation et emprunt

Autre problème : la **tendance croissante des partis à mutualiser les dépenses des candidats**. « Ce n’est pas interdit par la loi, mais suppose que la commission dispose d’éléments justificatifs de dépenses pour chaque candidat », précise François Logerot. Le parti ou les fournisseurs « ne doivent pas faire de bénéfice sur le dos des candidats », et les critères de répartition entre les candidats doivent être clairs. Dans le collimateur : le microparti Jeanne, créé par le FN, et son fournisseur Riwal.

Dernier souci pour la commission : la **place de l’emprunt dans le financement de la vie politique**. Aucune disposition ne limite les montants ou l’origine des prêts souscrits par les candidats. Cependant, **la question de l’origine des fonds et de la réalité des remboursements peut se poser alors que la commission ne peut les contrôler**.

La CNCCFP a bien accès, depuis la loi du 11 octobre 2013, au bilan des cinq postes de dette prévus au bilan des comptes d’ensemble, mais **aucune sanction n’est prévue en cas de non production des pièces**.

1. **Le contentieux électoral non financier : la procédure devant les juges concernés et actualités de la jurisprudence.**

**Contentieux des élections municipales de 2014 – Guillaume Odinet – Louis Dutheillet de Lamothe – AJDA 2015. 1846**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|

|  |
| --- |
|  |
| Guillaume Odinet, Maître des requêtes au Conseil d'Etat, responsable du centre de recherches et de diffusion juridiquesLouis Dutheillet de Lamothe, Maître des requêtes au Conseil d'Etat, responsable du centre de recherches et de diffusion juridiques |
|  |
| *L'essentiel**Depuis février 1978, le centre de documentation du Conseil d'Etat, renommé depuis centre de recherches et de diffusion juridiques, retrace l'ensemble du contentieux auquel donne lieu tous les six ans le renouvellement des conseils municipaux. Fidèle à cet usage, la présente chronique tentera de donner un aperçu des principaux arrêts rendus à l'occasion des litiges relatifs aux élections municipales des 23 et 30 mars 2014, que celles-ci aient donné lieu à une publication au Lebon ou à ses tables, ou bien que, sans être publiées, elles illustrent un courant particulier de jurisprudence.* |
| *Cette « campagne contentieuse » s'est déroulée dans un contexte législatif en partie renouvelé : les lois n° 2011-412 du 14 avril 2011 et n° 2013-403 du 17 mai 2013 ont en effet modifié les modalités de désignation des conseillers municipaux ou communautaires et enrichi l'office du juge, notamment s'agissant du jugement des comptes de campagne et des éventuelles sanctions d'inéligibilité.* ***Dans ce contexte, la jurisprudence fait pourtant preuve d'une remarquable stabilité dans ses principes et ses raisonnements.*** |

 |

Extrait : **Propagande**

Le déroulement de la campagne électorale peut également fausser le scrutin, en influençant le vote d'une partie des électeurs d'une façon irrégulière ou trompeuse. La jurisprudence a depuis longtemps dégagé les principes qui régissent ce contrôle : d'une part, comme toujours en contentieux électoral, toute irrégularité n'entraîne pas l'annulation des élections, mais seulement celle qui, dans les circonstances de l'espèce et au vu des suffrages exprimés, a été « de nature à altérer la sincérité du scrutin » ; d'autre part, le juge admet que des pratiques ne contrevenant à aucune règle puissent fausser le scrutin dès lors, notamment, qu'elles créent une confusion dans l'esprit des électeurs ou rompent l'égalité des candidats dans la campagne.

Les questions relatives à la campagne électorale concernent soit les supports de la propagande électorale (affiches, tracts, ...), soit le déroulement de la campagne elle-même. Le juge procède à une appréciation globale, qui repose sur quatre critères principaux : le contenu de la propagande, qui peut être diffamatoire, violent, ambigu,... ; la date de l'événement en cause, qui conditionne la possibilité pour les autres candidats d'y répondre ou non ; l'attitude des autres candidats, qui ont pu exciter des écarts par leurs propres comportements, dans le contexte d'un débat électoral virulent ; enfin, l'écart des voix entre les listes, qui permet d'apprécier si l'irrégularité a pu changer l'issue du scrutin et dans quelle mesure. Ces différents aspects sont maniés par le juge différemment en fonction de la question qui lui est posée.

S'agissant des supports de propagande, le contentieux des élections municipales de 2014 s'inscrit dans la continuité de la jurisprudence, qui est adaptée aux nouveaux modes de communication que sont les réseaux sociaux (tel Facebook), les « publi-reportages » ou les microblogues (tel Twitter). Le juge administratif rencontre ces questions à travers deux offices : comme juge de l'élection, il se demande si des moyens de propagande interdits ou déloyaux remettent en cause le résultat de l'élection ; comme juge du compte de campagne, ces instruments de propagande correspondent à des dépenses qui doivent toutes figurer dans le compte de campagne et qui peuvent être, au surplus, irrégulières.

Le contentieux des dernières élections municipales donne de nouveaux exemples des débats habituels sur la frontière entre les « campagnes de promotion publicitaire » des réalisations de la collectivité par l'équipe sortante, interdites durant les six mois précédant l'élection, et la vie normale de la commune qui peut continuer sans qu'on soit tenu d'annuler les cérémonies de voeux (CE 8 juin 2015, n° 385721, *El. mun. de Saint-Raphaël*), les inaugurations (CE 17 juin 2015, n° 385204, *El. mun. de Bron*, Lebon T. ; AJDA 2015. 1242), et autres réunions d'information (CE 17 avr. 2015, n° 382194, *El. mun. d'Audenge*). Le juge réaffirme les critères de sa jurisprudence : le caractère habituel de ces événements, le ton mesuré des discours, l'absence d'allusion aux élections à venir sont les indices de manifestations normales de la vie communale tandis que le caractère exceptionnel de la cérémonie ou des moyens qui y sont consacrés, ainsi qu'un ton témoignant de la volonté de promouvoir l'équipe du maire en place ou entrant dans la polémique électorale feront tomber du côté de la « promotion publicitaire ». Et par là même constitueront aussi un don prohibé d'une personne morale puisque c'est toujours la commune qui finance l'événement.

La même jurisprudence s'applique *mutatis mutandis* aux bulletins municipaux d'information, qui peuvent continuer à paraître durant la campagne selon leur rythme et format habituels, mais dont le contenu doit se borner à être informatif (CE 17 juin 2015, *El. mun. de Bron*, préc.) et témoigner de la retenue nécessaire au contexte électoral. Un numéro exceptionnel (CE 21 janv. 2015, n° 382824, *El. mun. de Montcy-Notre-Dame*, AJDA 2015. 906 ; CE 10 juin 2015, n° 387896, *Commission nationale des comptes de campagne et des financements politiques [CNCCFP]*, Lebon T.) adoptant un ton particulièrement laudatif sur les réalisations de la commune (CE 10 juin 2015, *CNCCFP c/ Perraud*, préc.), voire au soutien des candidats de l'équipe municipale sortante (CE 3 déc. 2014, n° 382217, *El. mun. de La Croix-Saint-Leuffroy*, Lebon ; AJDA 2014. 2392), parfois illustré de nombreuses photographies du maire en place (CE 8 juin 2015, *El. mun. de Saint-Raphaël*, préc. ; CE 21 janv. 2015, *El. mun. de Montcy-Notre-Dame,* préc.), lequel aura ouvert le bulletin par un éditorial engagé (CE 10 juin 2015, *CNCCFP c/ Perraud*, préc.), n'est en revanche pas admissible au regard des prescriptions légales. Le contentieux des élections de Saint-Raphaël a été l'occasion de rappeler que les organes de presse indépendants des candidats publient librement durant la période précédant l'élection et qu'un journaliste peut, s'il le souhaite, écrire un article prenant le parti d'un candidat. Tel n'est pas le cas d'un « publi-reportage », c'est-à-dire d'une méthode de publicité se présentant sous la forme d'un reportage. C'est la première fois que le Conseil d'Etat est confronté à cette nouvelle pratique des communes : un publi-reportage qui valorise l'action du maire, avec sa photographie, et s'accompagne d'une politique de diffusion du journal en question par la mairie constitue une « promotion publicitaire » interdite, même si l'article ne fait pas explicitement référence aux élections (CE 6 mai 2015, n° 385865, *Barèges*, Lebon T. ; AJDA 2015. 957). En revanche, il n'est pas interdit par principe à la commune de recourir à cette méthode d'information des électeurs durant les six mois précédant l'élection (CE 17 avr. 2015, n° 386091, *El. mun. de Metz,* préc.).

S'agissant du contenu des tracts et affiches, le contrôle porte principalement sur leur ambiguïté et sur leur caractère trop agressif, lorsque leur violence excède ce qui est admissible dans le contexte d'une campagne électorale ou revêt un caractère diffamatoire (CE 14 nov. 2014, n° 382316, *El. mun. de Salles,* Lebon T. ; AJDA 2014. 2220). La jurisprudence reste également stricte sur la prise en compte des affiches ou bulletins qui, sans contenir aucun élément inexact, créent une ambiguïté qui peut tromper l'électeur, par exemple en laissant croire qu'une liste a obtenu l'investiture d'un parti alors que ce n'est pas le cas (CE 11 mai 2015, n° 386018, *El. mun. de Clichy*, Lebon ; AJDA 2015. 1014 ; CE 3 déc. 2014, n° 383240, *El. mun. du Pin*, AJDA 2015. 590, note B. Maligner). Les candidats doivent éviter le mélange des genres : l'utilisation d'une page Facebook personnelle au candidat est licite mais ne doit pas, si le candidat appartient à l'équipe sortante, mélanger la propagande électorale à la reprise d'informations institutionnelles de la mairie de sorte que l'électeur puisse avoir l'impression que l'ensemble relève de la communication officielle de la mairie (CE 6 mai 2015, n° 382518, *Pagny*, Lebon T. ; AJDA 2015. 957).

Au-delà des seuls supports de la propagande, le juge contrôle le déroulement de la campagne électorale. Il est attentif au respect des diverses dispositions du code interdisant d'introduire au dernier moment des éléments de polémique électorale nouveaux auxquels il n'est pas possible de répondre. Cette jurisprudence traditionnelle est désormais codifiée à l'article L. 48-2 du code électoral, dont le juge électoral a fait, pour la première fois, application. Quoique cet article ne concerne que les éléments de propagande introduits par les candidats eux-mêmes, le Conseil d'Etat a jugé qu'il devait continuer à prendre en compte l'incidence de tout élément de dernière minute sur la campagne, y compris lorsque la diffusion de ces éléments n'est pas imputable à l'un des candidats (CE 17 avr. 2015, n° 385764, *El. mun. de Thionville*, Lebon). L'office du juge de l'élection est d'abord d'apprécier la sincérité du scrutin et non d'imputer les manquements.

Il ne suffit pas d'un nouveau « slogan » pour qu'il y ait nouvelle polémique (CE 10 juin 2015, n° 386062, *El. mun. et communautaires de Chilly-Mazarin*, Lebon T.). Et si un élément nouveau apparaît le vendredi au matin, le juge peut estimer que le candidat visé dispose d'un temps suffisant pour y répondre (CE 17 avr. 2015, *El. mun. de Paris 4e* , n° 385496). En revanche, la large diffusion d'un tract le vendredi soir contenant un nouvel engagement du candidat peut entraîner l'annulation de l'élection (CE 25 févr. 2015, n° 385686, *El. mun. de Voisins-le-Bretonneux*, Lebon T. ; AJDA 2015. 423). Ajoutons que, si la campagne électorale s'achève le samedi soir à minuit, ce qui interdit les réunions électorales le jour des élections, le Conseil d'Etat confirme qu'est licite une réunion organisée à 19 heures par un candidat qui invite ses sympathisants et les électeurs à le rejoindre pour prendre connaissance des résultats (CE 10 juin 2015, *El. mun. de Chilly-Mazarin*, préc.). En revanche, le déploiement d'une banderole le jour même du scrutin, en dehors des emplacements réservés aux affiches électorales (C. élect., art. L. 51) peut entraîner l'annulation du scrutin (CE 10 juin 2015, n° 383585, *El. mun. de Michelbach-le-Bas*, Lebon T.). Cette jurisprudence sur les derniers moments de la campagne a également été l'occasion pour le juge d'appliquer sa jurisprudence à l'utilisation de Twitter et de contrôler l'influence sur le scrutin de messages diffusés par Twitter la veille de l'élection, en méconnaissance des dispositions de l'article L. 49 du code électoral (CE 17 juin 2015, n° 385859, préc.).

**Extrait de CE 27 juin 2016, n° 395413    Conseil régional de Normandie**

3. Considérant qu'aux termes de l'article L. 49 du code électoral : " A partir de la veille du scrutin à zéro heure, il est interdit de distribuer ou faire distribuer des bulletins, circulaires et autres documents. A partir de la veille du scrutin à zéro heure, il est également interdit de diffuser ou de faire diffuser par tout moyen de communication au public par voie électronique tout message ayant le caractère de propagande électorale " ;

4. Considérant qu'il résulte de l'instruction que M. E...a diffusé **le vendredi 11 décembre 2015** sur son compte ouvert pour la campagne des élections régionales sur le réseau social Twitter un message appelant à voter pour la liste " Normandie Conquérante " ; que ce compte avait 1 099 abonnés ; que ce message a été rediffusé ce même jour au moins par six autres personnes, candidates de cette liste ou sympathisants, ayant au total 16 545 abonnés ; que, dans la **matinée du samedi 12 décembre 2015**, un utilisateur du réseau social Twitter, sous le pseudonyme de " Greg LaPomme ", a diffusé en réponse au message original de M. E...une reproduction d'un tract du candidat tête de la liste " Au service de tous les Normands ", dont il a souligné certaines énonciations et qu'il a accompagnée de la légende " Cherchez l'erreur sur le flyer. Ne soyons pas aveugles dans la contradiction du discours " ; que si cette réponse était accessible depuis la page Twitter de M. E...et celle des personnes qui avaient rediffusé son message initial, **elle n'a pas été de nature à altérer la sincérité du scrutin, eu égard à son contenu qui n'apportait aucun élément nouveau au débat électoral ;**

5. Considérant qu'il résulte de l'instruction que Mme H..., candidate tête de la liste " Normandie Conquérante " en Seine-Maritime, M. Lepinteur, conseiller départemental de l'Eure, neuf élus de communes ou d'établissements publics de coopération intercommunale de la région Normandie, deux membres de l'équipe de campagne de la liste " Normandie Conquérante ", deux personnalités politiques, M. B...et M.L..., et trente-six autres personnes ont également émis, le samedi 12 décembre 2015, des messages de propagande électorale sur les réseaux sociaux Facebook et Twitter ; que si M. S...invoque à leur égard les dispositions précitées de l'article L. 49 du code électoral, ces messages étaient constitués, pour près de trente d'entre eux, des appels " Le 13 décembre Votez Normandie Conquérante avec Hervé E... " et " 2nd tour Je vote Hervé E..." et, pour le reste, du spot de campagne de l'entre-deux-tours de M.E..., de photographies diverses de la campagne et d'infographies déjà diffusées au cours de celle-ci ; qu'en outre, les élus à l'origine des messages de soutien avaient déjà fait part de leur appui à la liste " Normandie Conquérante " au cours de la campagne ; **que, dès lors, ces messages n'apportaient aucun élément nouveau au débat électoral ; que si M. S...estime la diffusion de tels messages à plus de 28 000 personnes, un tel chiffre, qui résulte de la somme des abonnés de chaque émetteur, ne permet pas d'apprécier l'impact véritable des éléments litigieux ; qu'enfin, M. E...établit, même s'il n'indique pas le nombre d'abonnés des émetteurs, que des appels équivalents ont été diffusés en faveur de la liste " Au service de tous les Normands ", notamment par trois de ses candidats, Mme V..., M. J... et MmeG..., le samedi 12 décembre 2015 ; que, dès lors, l'irrégularité qu'a constitué la diffusion des messages invoqués par M. S... n'a pas été de nature, malgré le faible écart de voix, à altérer la sincérité du scrutin** ;

CE 11 mai 2015, n°**386018** Elections municipales de Clichy (Hauts-de Seine)

2. Considérant que si **le juge administratif n'est pas compétent pour vérifier la régularité de l'investiture des candidats au regard des statuts et des règles de fonctionnement des partis politiques**, il lui appartient, en revanche, d'apprécier les faits révélant des manoeuvres ou des irrégularités susceptibles d'avoir altéré la sincérité du scrutin ; qu'en l'espèce, le fait, pour la liste conduite par M. AT..., d'avoir porté sur ses affiches et bulletins de vote la mention " UMP - UDI - MoDem " en caractères de grande taille, à la suite de la mention, écrite en petits caractères : " Soutenue par le groupe municipal d'opposition ", a été de nature à faire croire aux électeurs que cette liste bénéficiait de l'investiture de l'Union pour un mouvement populaire (UMP) et du Mouvement démocrate (MoDem), alors qu'il résulte de l'instruction que le soutien de ces partis avait été accordé à la liste conduite par M. V...; que cette présentation des affiches et bulletins de vote de la liste " Agir pour tous ", **alors même qu'elle ne comportait aucune indication erronée ou mensongère, a constitué une manoeuvre susceptible, en l'absence de modification des documents électoraux avant le second tour de ce scrutin, d'induire en erreur les électeurs** souhaitant apporter leur soutien à la liste investie par l'Union pour un mouvement populaire et le Mouvement démocrate ; **que compte tenu du faible écart de voix** entre la liste arrivée en tête du second tour et la liste " Oxygène " conduite par M.V..., officiellement soutenue par ces deux partis politiques, ainsi que des incidences possibles de cette manoeuvre sur la répartition des sièges entre l'ensemble des listes, **cette manoeuvre a été de nature, dans les circonstances de l'espèce, à altérer la sincérité du scrutin et les résultats de l'élection** à laquelle il a été procédé les 23 et 30 mars 2014 dans la commune de Clichy ; qu'il résulte de ce qui précède que M. AC...et les autres requérants ne sont pas fondés à soutenir que c'est à tort que, par le jugement attaqué, le tribunal administratif de Cergy-Pontoise a annulé les opérations électorales qui se sont déroulées dans la commune de Clichy les 23 et 30 mars 2014

# Quels fichiers peuvent être utilisés à des fins de communication politique ?

27 novembre 2019

La CNIL rappelle les règles en matière de protection des données personnelles que les candidats et les partis doivent respecter lorsqu’ils utilisent des fichiers à des fins de communication politique.

La CNIL est régulièrement alertée sur des soupçons de détournement de fichiers publics utilisés à des fins de propagande électorale. Voici un rappel de quelques fichiers qui peuvent être utilisés à cette fin (cette liste n’étant pas exhaustive).

En effet, non seulement le règlement général sur la protection des données (RGPD) a renforcé les grands principes qui régissent la protection des données, mais il a aussi introduit des changements qui ont des conséquences  dans le domaine de la communication politique.

## Utilisation d’un fichier à des fins de communication politique : les grands principes à respecter

En tant que candidat, élu ou parti politique, la règlementation en matière de protection des données personnelles vous sera applicable si vous souhaitez, à des fins de communication politique :

* constituer un nouveau fichier ;
* utiliser un fichier déjà existant.

Dans ces deux hypothèses, en tant que responsable de traitement (ou co-responsable de traitement), vous devrez respecter les grands principes de protection des données personnelles :

### Le choix et le respect de la finalité du fichier

En tant que candidat ou élu, vous ne pouvez pas utiliser à des fins de prospection politique les fichiers auxquels vous accédez dans le cadre de vos fonctions institutionnelles, associatives ou professionnelles. Il s’agirait d’un détournement de finalité. De la même manière, un élu ou un candidat ne peut pas utiliser à des fins professionnelles un fichier qu’il aurait constitué à des fins de communication politique.

Il est donc important, en cas de création d’un nouveau fichier, de déterminer précisément la ou les finalité(s) de ce fichier et porter celle(s)-ci à la connaissance des personnes concernées.

Exemple : un ancien candidat ne peut pas utiliser un fichier utilisé dans le cadre d’une campagne électorale en vue de démarcher des personnes afin de leur proposer les services de sa société commerciale.

### La pertinence des données traitées au regard de la finalité choisie :

Les données doivent être adéquates, pertinentes et non excessives au regard des finalités pour lesquelles elles sont collectées et traitées.

**Les opinions politiques étant considérées comme des données sensibles, le traitement de ces données est par principe interdit. Or, le simple fait de figurer dans un fichier des adhérents d’un parti politique fait nécessairement apparaître les opinions politiques, réelles ou supposées, des personnes concernées.**

Des **exceptions** sont toutefois expressément prévues par le RGPD, notamment si la personne concernée a donné son **consentement explicite** au traitement de ces données personnelles pour une ou des finalités spécifiques (pour être recevable, ce [consentement](https://www.cnil.fr/fr/conformite-rgpd-comment-recueillir-le-consentement-des-personnes) doit être libre, spécifique, éclairé et univoque), ou encore si le traitement est effectué par un organisme politique à condition que :

* le traitement soit effectué dans le cadre des activités légitimes de cet organisme et moyennant des garanties appropriées ;
* que le traitement se rapporte exclusivement aux membres ou aux anciens membres de l’organisme en question ou aux personnes entretenant avec celui-ci des contacts réguliers en liaison avec ses finalités ;
* que les données personnelles ne soient pas communiquées en dehors de cet organisme sans le consentement des personnes concernées.

#### Bonnes pratiques

La CNIL considère qu’est un « **contact régulier** » toute personne qui a accompli, auprès d’un parti ou d’un candidat, une démarche positive en vue d’établir des rapports réguliers et directement liés à son action politique (abonnement à une lettre d’information, soutien financier régulier, participation aux activités du parti, etc.).

Au contraire, lorsqu’il s’agit uniquement d’une **démarche ponctuelle** (demande d’information sur un projet, par exemple) ne débouchant pas sur des rapports réguliers, la CNIL considère que les personnes concernées constituent alors des « contacts occasionnels » et recommande de n’utiliser leurs coordonnées **qu’une seule fois** afin de les inviter à entretenir des contacts plus régulier ou à devenir un membre du parti ou du comité de soutien du candidat.

### Le respect des droits des personnes concernées

Le RGPD met à la charge des responsables de traitement une **obligation de transparence à l’égard des personnes concernées et une obligation d’information renforcée**.

Concrètement, cela se traduit pour les candidats et partis politiques par :

* fournir aux citoyens les informations sur le traitement de leurs données, qui doivent être concises, transparentes, compréhensibles et aisément accessibles, en des termes clairs et simples ;
* l’obligation de faciliter l’exercice des droits des personnes, **en fournissant notamment un moyen simple de s’opposer au traitement** ;
* une information plus complète incluant désormais l’origine des données utilisées, la base légale du traitement, la durée de conservation des données et le droit d’introduire une réclamation auprès de la CNIL ;
* le traitement des demandes d’exercice des droits **dans les meilleurs délais** et, au plus tard, dans un délai d’un mois.

Consulter la fiche sur [le droit des personnes](https://www.cnil.fr/fr/respecter-les-droits-des-personnes).

### Le choix et le respect d’une durée de conservation limitée des données :

Les données doivent être conservées pendant une durée qui n'excède pas la durée nécessaire aux finalités pour lesquelles elles sont collectées et traitées.

Pour en savoir plus, consulter la fiche « [Limiter la conservation des données](https://www.cnil.fr/fr/limiter-la-conservation-des-donnees)»

### La confidentialité et la sécurité des données

Le responsable du fichier doit garantir la sécurité et la confidentialité des informations qu'il détient. Il doit, en particulier, veiller à ce que seules les personnes autorisées aient accès à ces informations afin d’éviter que des tiers puissent accéder aux données personnelles traitées. La CNIL a d’ailleurs publié un [guide de la sécurité des données personnelles](https://www.cnil.fr/fr/principes-cles/guide-de-la-securite-des-donnees-personnelles) pour aider les professionnels dans leur mise en conformité avec la réglementation en matière de protection des données.

#### Bonne pratique

Au titre des mesures qui peuvent être mises en place, le champ « cci » (copie carbone invisible) peut par exemple être utilisé pour envoyer un e-mail à une « mailing list ».

## Les fichiers qui ne peuvent, par principe, être utilisés à des fins de communication politique

### Les fichiers du secteur public

Un élu ou un candidat peut-il utiliser un fichier public pour me contacter à des fins de communication politique ?

En tant qu'agent de l'État, électeur et (parfois) candidat à sa réélection, le maire est dans une situation particulière s'agissant des diverses utilisations des fichiers de la collectivité.

**L’utilisation des fichiers du secteur public à des fins de communication politique est par principe interdite.** Par conséquent, les données personnelles collectées et enregistrées par une administration ou une collectivité dans le cadre de ses missions de service public ne peuvent pas être utilisées à des fins de communication politique (c’est le cas, par exemple, des registres d’état civil ou encore du répertoire SIRENE). Néanmoins, certains fichiers publics peuvent être utilisés, comme les listes électorales ou le répertoire national des élus (cf. "les fichiers réutilisables à des fins de communication politique).

## Les fichiers utilisables à des fins de communication politique

### Les fichiers susceptibles d’être constitués par les intéressés (candidat, parti politique, élu)

Quels sont les fichiers qui peuvent être utilisés par un élu ou un candidat pour me contacter à des fins de communication politique ?

Ces fichiers étant susceptibles de faire apparaître les opinions politiques, réelles ou supposées, des personnes concernées, ils ne pourront être constitués que sous réserve de rentrer dans l’une des exceptions listées par le RGPD ([article 9.2](https://www.cnil.fr/fr/reglement-europeen-protection-donnees/chapitre2#Article9)).

#### Bonne pratique

La CNIL recommande de considérer les personnes qui ont sollicité ponctuellement l’élu ou le candidat, ainsi que les personnes dont les données sont collectées sans démarche volontaire de leur part, comme des « contacts occasionnels » de celui-ci et de n’utiliser leurs données à des fins de communication politique qu’une seule fois afin d’inviter ces personnes à accepter d’entretenir des échanges plus réguliers avec l’élu ou le candidat.

### Les fichiers de contacts occasionnels ou réguliers constitués par des candidats, élus ou partis politiques et les fichiers de membres constitués par des partis politiques

Les candidats, élus ou partis politiques peuvent constituer des fichiers de membres et de contacts dans le cadre de leur activité politique, à condition de respecter les exceptions prévues pour le traitement de données sensibles ;

### Les fichiers constitués à l’occasion d’élections primaires

À l’occasion d’une telle élection, un fichier de personnes souhaitant être recontactées peut être constitué par le parti organisateur, à la condition néanmoins de respecter les principes de protection des données, en particulier quant aux mentions d’information qui doivent être portées à la connaissance des personnes concernées ;

### Les fichiers constitués par les élus et les candidats

Les fichiers auxquels les élus ou les candidats ont accès du fait de leur mandat ne peuvent pas être utilisés à des fins de communication politique (par exemple : la liste du personnel d’une collectivité, les fichiers de communication institutionnelle constitués pour l’envoi du bulletin municipal, etc.).

Par contre, les élus et les candidats peuvent disposer de fichiers de communication politique recensant les personnes avec lesquelles ils entretiennent des échanges réguliers dans le cadre de leur activité politique (personnes participant régulièrement aux réunions organisées dans le cadre des campagnes électorales, etc.) ou des fichiers recensant des personnes qui n’entretiennent pas de contacts réguliers avec eux (par exemple, les personnes qui ont sollicité ponctuellement l’élu ou le candidat s’agissant d’un meeting organisé par celui-ci, pour obtenir davantage d’informations sur des mesures proposées, etc.).

### Les fichiers constitués pour organiser et gérer un référendum local

#### Bonne pratique

Les référendums locaux sont protégés par le secret du vote, c’est pourquoi la CNIL recommande de ne pas considérer les participants à cette consultation comme des « contacts réguliers » de l’élu organisateur.

### Les fichiers constitués dans le cadre d’une pétition

#### Bonne pratique

La CNIL recommande que les signataires de pétitions ne soient pas considérés automatiquement comme des « contacts réguliers » ou des sympathisants de l’élu, du candidat ou du parti qui en est l’initiateur, sauf si la pétition a pour objet de soutenir directement l’action politique d’un élu ou d’un parti.

## Les textes de référence

[> Article 9.2 du règlement général sur la protection des données ](https://www.cnil.fr/fr/reglement-europeen-protection-donnees/chapitre2#Article9)

[> Article 12 et suivants du RGPD ](https://www.cnil.fr/fr/reglement-europeen-protection-donnees/chapitre3#Article12)

[> Article L. 322-1 et suivants du Code des relations entre le public et l’administration ](https://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?idArticle=LEGIARTI000032255220&cidTexte=LEGITEXT000031366350&dateTexte=20160319)

# Élections : six réflexes pour une campagne responsable

27 novembre 2019

Lors de chaque élection, la CNIL reçoit des centaines de signalements qui révèlent le mécontentement d’électeurs face à certaines pratiques de prospection politique. La CNIL souhaite ainsi rappeler la réglementation et les bonnes pratiques aux candidats.

## Soyez transparent : informer c’est rassurer !

Lorsque vous communiquez par courrier électronique ou par téléphone, dites toujours qui vous êtes, pour quel parti politique et pour quelle élection vous intervenez et ce, dès le premier message ou appel.

Afin de vous conformer au règlement général sur la protection des données (RGPD), vous devez indiquer clairement différentes informations, que leurs coordonnées aient été collectées directement auprès des personnes concernées ou non, dont :

* l’identité et les coordonnées du responsable de traitement ;
* l’origine des données utilisées en cas de collecte indirecte (réseaux sociaux, achats de bases de données de contacts, etc.) ;
* la base légale sur laquelle repose le traitement réalisé, parmi celles listées à l’article 6 du RGPD ;
* la ou les finalité(s) du traitement (à quoi vont servir les informations) ;
* la durée de conservation des données;
* [les droits des personnes concernées](https://www.cnil.fr/fr/les-droits-des-electeurs) ainsi que la manière dont ils peuvent les exercer ;
* la possibilité offerte aux personnes d’introduire une réclamation auprès d’une autorité de contrôle (par exemple la CNIL).

Ces informations doivent notamment figurer sur les formulaires de collecte (papier ou en ligne).



### Histoires vécues :

Je n'ai jamais demandé à recevoir de mails de la part des équipes de Monsieur J. VIZAGE. Je leur ai demandé à plusieurs reprises de cesser leurs envois et ils continuent malgré tout. Je serais d'ailleurs intéressé de savoir à partir de quelle liste/quels éléments ils sont partis pour me démarcher.

Recevoir ce genre de démarchage m’ennuie à double titre. Il s’agit d’une méthode marketing intrusive que je considère comme de la pollution non sollicitée. Par ailleurs, je suis inquiet du moyen par lequel mes coordonnées ont pu être obtenues.

### Bonne pratique

S’agissant des modalités d’exercice du droit d’opposition, vous pouvez, par exemple, indiquer la mention suivante, lors du premier contact :

Vous recevez ce message du parti X/du candidat X car vous êtes [exemple : abonné à notre lettre d’information] et avez donné votre accord pour être contacté par des partis politiques. Vos coordonnées seront utilisées pour vous informer tout au long de la campagne législative.  Si vous ne voulez plus recevoir mes messages, répondez STOP à stop@candidat.fr.

## Donnez aux électeurs les moyens d’exercer leurs droits !

Le RGPD a renforcé les droits des personnes concernées (information des personnes, droits d’accès, de rectification, droit à être informé d’une violation des données en cas de risques élevés pour les intéressés, droit d’opposition, droit à l’effacement) et a aussi introduit de nouveaux droits (droit à la limitation du traitement, droit à la portabilité des données).

Ainsi, les électeurs ont le droit de se désabonner à tout moment de vos messages de prospection. Le moyen de s’opposer dépend du vecteur que vous utilisez pour les contacter (téléphone, courrier électronique, SMS) : il doit être accessible, simple et efficace !

Les personnes concernées ont également [le droit d’accéder à leurs données](https://www.cnil.fr/fr/les-droits-des-electeurs) et de connaître l’origine des données collectées ou encore le droit de demander à rectifier ou à effacer leurs données.



### Histoires vécues

Je reçois par e-mail et SMS de manière très régulière des communications du parti politique du parti de Jean VIZAGE alors que j'ai cliqué pour me désinscrire il y a maintenant plusieurs mois et que j'ai envoyé des sms pour être désinscrit de leur liste, je continue de recevoir leurs messages. Je souhaite une fois pour toutes ne plus être contacté par ce parti politique.

Deux sollicitations à 8 jours d'intervalle par X appelant à voter pour liste X sans préciser en début de message les possibilités de désinscription sur la liste ou mes coordonnées apparaissent. C'est anormal que je reçoive ce type d'appel sans connaitre le moyen de me supprimer de cette liste.

### Bonnes pratiques

* indiquez sur les formulaires de collecte (papier ou en ligne) une adresse électronique dédiée permettant de prendre en compte rapidement ces demandes ;
* désignez un responsable en charge de la gestion et du suivi de ces demandes afin d’en assurer le traitement dans le délai le plus court possible, en particulier lorsque le fichier est utilisé par plusieurs candidats d’un même parti à une élection ;
* pour les courriers électroniques, la CNIL recommande que le lien de désabonnement soit présent sur chaque message envoyé. Il devrait être opérationnel, visible et accessible ;
* pour les SMS, un dispositif « STOP PROSPECTION » facilitant le désabonnement pourrait, par exemple, être mis en place ;
* en cas de changement de sous-traitant, pensez à transmettre à votre nouveau sous-traitant la liste des coordonnées des personnes qui se sont opposées à la réception de vos messages de communication, ainsi que celle des demandes d’exercice des droits (opposition, limitation, accès, rectification notamment) en cours de traitement.

## Sécurisez les données pour garantir la confidentialité

Votre fichier de contacts est précieux et nécessite d’être protégé contre d’éventuels accès frauduleux et les réutilisations non désirées.



###  Histoires vécues :

J'ai reçu cet après-midi un courrier électronique de la part de l'équipe d’un parti politique. Ce message était adressé à une liste de correspondants dont les adresses étaient visibles dans le courrier : cette liste contient [plusieurs centaines de] noms et adresses électroniques.

### Bonnes pratiques

En tant que responsable de traitement, vous devez garantir la sécurité et la confidentialité des données que vous détenez. À ce titre :

* veillez à ce que seules les personnes habilitées et/ou autorisées aient accès à ces données afin d’éviter que des tiers puissent y accéder ;
* pour envoyer un message électronique à l’ensemble de vos contacts, utilisez le champ « cci » (copie carbone invisible) pour garantir la confidentialité de votre liste de diffusion ;
* protégez l’accès à vos fichiers de contacts avec [un mot de passe robuste](https://www.cnil.fr/fr/les-conseils-de-la-cnil-pour-un-bon-mot-de-passe) afin d’éviter une réutilisation frauduleuse ou accidentelle des données. En cas de départ d’un membre de votre équipe, pensez à changer le mot de passe et à révoquer ses autorisations d’accès, y compris distants ;
* limitez l’accès des fichiers aux personnes strictement habilitées et/ou autorisées à y accéder ;
* sécurisez [vos espaces de stockage](https://www.cnil.fr/fr/comment-chiffrer-ses-documents-et-ses-repertoires) en ayant par exemple recours au chiffrement.

## Cloisonnez vos fichiers

En tant que candidat ou élu, en principe, vous ne pouvez pas utiliser à des fins de prospection politique les fichiers auxquels vous accédez dans le cadre de vos autres fonctions (institutionnelles, professionnelles ou associatives notamment). C’est particulièrement le cas les fichiers du secteur public auxquels peut avoir accès un maire candidat à sa réélection ou un représentant de l’opposition municipale (registre d’état civil, fichiers des associations, fichiers du comité d’action sociale, fichier « canicule », fichier des agents de la collectivité, etc.).

De même, vous ne pouvez pas utiliser à des fins professionnelles un fichier qui aurait été constitué à des fins de communication politique (par exemple, un ancien candidat ne peut pas utiliser un fichier utilisé dans le cadre d’une campagne électorale en vue de démarcher des personnes afin de leur proposer les services de sa société commerciale).



### Bonnes pratiques

La CNIL recommande d’éviter par exemple de demander à aux soutiens ou aux colistiers de partager leurs répertoires téléphoniques privés à des fins de constitution d’un fichier de communication politique.

Sous réserve de respecter les [grands principes de la protection des données](https://www.cnil.fr/fr/protection-des-donnees-les-bons-reflexes), certains fichiers peuvent toutefois être utilisés à des fins de communication politique : les bases de données dites « opt-in » regroupant des données relatives à des personnes qui ont accepté de se faire démarcher à des fins de propagande, les listes électorales, le répertoire  national des élus, etc.

## Nettoyez vos fichiers

Les informations enregistrées dans un fichier doivent être conservées pendant une durée limitée et adaptée qui doit être fixée selon la finalité de chaque fichier.



###  Histoires vécues

J'ai cliqué pour me désinscrire de emails et des SMS de Jean VISAGE il y a maintenant plusieurs mois et j'ai envoyé des sms pour me désinscrire de sa liste, je continue de recevoir ses messages. Je souhaite une fois pour toutes ne plus être contacté par ce candidat !

### Bonnes pratiques

Après chaque élection, supprimez les fichiers de prospection exclusivement constitués à cette occasion.

Ne conservez que les données de vos contacts réguliers et des personnes qui ont explicitement manifesté leur accord à être informés de votre action au-delà du résultat du scrutin concerné.

## ****Soyez vigilants avec les robots !****

De nombreux témoignages montrent que la prospection politique mal adressée et non sollicitée, même si elle n’est pas interdite, suscite l’agacement des électeurs, au point qu’elle peut s’avérer contre-productive (plaintes sur les réseaux sociaux, agacement des indécis, changement de décision de vote…). Il est donc particulièrement important de respecter les règles encadrant la prospection, notamment sous des formes automatisées.



### Histoires vécues

Je suis victime de racolage téléphonique de la part de M. Jean VIZAGE, et je ne souhaite pas que cela se reproduise ni de sa part ni de la part des autres candidats c'est une honte !!!!! Toute ma famille s'était engagée à voter pour lui, mais suite à ce racolage nous avons changé d'avis.

Messages non sollicités par le biais d'appels intrusifs, pratique totalement indélicate !

 Hier en soirée, j'ai été dérangé par un appel téléphonique de Monsieur Jean VIZAGE (bande enregistrée) j'ai trouvé cette façon de faire particulièrement choquante et intrusive.

### Bonnes pratiques

La CNIL recommande de recueillir le consentement (système dit « opt-in ») des intéressés à être prospectés à des fins politiques par automate d’appel avant toute campagne d’appel. Ce consentement doit notamment porter sur la plage horaire précise des appels.

Exemple de mention de recueil du consentement :

J’accepte de recevoir par téléphone des informations ou des sollicitations à caractère politique, de [préciser une plage horaire].

Les messages préenregistrés doivent contenir toutes les mentions d’information prévues par le RGPD ([articles 12 à 14](https://www.cnil.fr/fr/reglement-europeen-protection-donnees/chapitre3#Article12)) et la loi « Informatique et Libertés ». La possibilité et les modalités prévues pour s’opposer à la réception de tels messages doivent être précisées aux intéressés **dès le début du message** (par exemple, par l’insertion dans l’envoi du courrier électronique d’un lien de désabonnement).

Pour mémoire : fiches pratiques CNIL 2014 (avant RGPD)

[Quels fichiers publics un candidat peut-il utiliser à des fins de communication politique ? 16](#_Toc501532458)

[Quels fichiers privés un candidat ou un parti peut-il utiliser à des fins de communication politique ? 17](#_Toc501532459)

[Les kits de campagne et la loi Informatique et Libertés 19](#_Toc501532460)

[Une communication politique respectueuse des droits informatique et libertés 19](#_Toc501532461)

[Les fichiers constitués dans le cadre des primaires ouvertes 21](#_Toc501532462)

[Communication politique : quelles sont les règles pour l'utilisation des données issues des réseaux sociaux ? 22](#_Toc501532463)

# Quels fichiers publics un candidat peut-il utiliser à des fins de communication politique ?

14 mars 2014

PRINCIPE : L’utilisation des fichiers de la commune par le maire, candidat à sa réélection ou tout autre candidat, est prohibée. Les seuls fichiers publics qu’il peut utiliser à cette fin sont la liste électorale et le « Répertoire national des élus ».

Dans la perspective des élections municipales de 2014, les candidats peuvent en effet être tentés d’utiliser les fichiers administratifs municipaux afin de s’adresser à un maximum d’électeurs et d’administrés. Or, les données issues de traitements constitués et exploités par une collectivité pour sa gestion interne ou dans le cadre de ses missions de service public **ne peuvent, en aucun cas, être utilisées à des fins de communication politique**. Cette pratique, susceptible de constituer le délit pénal de détournement de finalité, est strictement interdite par la loi. Elle est passible de 5 ans d’emprisonnement et de 300 000 € d’amende ([article 226-21 du Code pénal](http://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do?idArticle=LEGIARTI000006417981&cidTexte=LEGITEXT000006070719)), en plus des éventuelles sanctions que peut prononcer la CNIL. **Les candidats ne peuvent donc pas utiliser à des fins de communication politique :**

* le fichier de gestion de l’état civil ;
* les annuaires constitués à des fins de communication institutionnelle (abonnés à la lettre d’actualité de la commune, fichier facultatif recensant les nouveaux arrivants, etc.) ;
* les fichiers d’aide sociale de la collectivité (fichier « alerte à la population », fichier des demandeurs de logements sociaux, fichier du centre communal d’action sociale, etc.) ;
* le fichier des inscriptions scolaires ;
* les bases du service fiscal de la mairie, tenues pour l’établissement de taxes et redevances ;
* les formulaires de recensement de la population (seul l’INSEE peut être destinataire de ces informations qui sont couvertes par le secret statistique).

**Cette interdiction concerne également l’annuaire des agents de la commune et la messagerie professionnelle mise à la disposition des élus.** La CNIL est en effet régulièrement saisie de plaintes portant sur des utilisations indues de ces deux outils : invitation à un déjeuner festif par une association soutenant un élu d’opposition, annonce d’une future candidature aux élections municipales, annonce de l’ouverture d’un site web de campagne, etc. En effet, un maire ou un conseiller municipal ne doit pas confondre les fichiers et moyens de communications mis à sa disposition en tant qu’élu de la commune et ceux qu’il peut utiliser en tant que candidat.

Dans sa communication institutionnelle ou politique, il doit impérativement déterminer à quel titre il adresse ses messages (ex : en sa qualité de candidat à une élection ou en sa qualité de maire dans le cadre de ses fonctions de représentant de la commune).

**Cette règle connaît néanmoins deux exceptions :** la liste électorale et le fichier national des élus et des candidats (dit « Répertoire national des élus » ou RNE). Ces deux fichiers publics peuvent en effet être utilisés par les candidats à des fins de communication politique, dans les conditions rappelées par la CNIL ([cf. sur ce point la fiche n° 5 du guide « Communication politique »](https://www.cnil.fr/sites/default/files/typo/document/CNIL_Politique.pdf) )

Pour obtenir communication de la liste électorale, un candidat doit utiliser un papier à en-tête autre que celui de sa collectivité et signer en sa qualité de personnalité politique, et non d’élu (Voir [Le Courrier des maires,  n° 256 avril 2012](https://www.cnil.fr/sites/default/files/typo/document/CDM_256_10Conseils_Cnil.pdf)). Si les élus candidats à leur réélection ne peuvent utiliser les fichiers auxquels ils ont accès du fait de leurs fonctions électives, ils peuvent en revanche recourir à d’autres fichiers à des fins de communication politique. Pour connaître les conditions d’utilisation des fichiers du secteur privé, cf. le [guide pratique « communication politique », p. 32](https://www.cnil.fr/sites/default/files/typo/document/CNIL_Politique.pdf). La CNIL recommande d’indiquer aux destinataires d’un message de communication politique l’origine des données utilisées pour le leur adresser (par exemple, la liste électorale).

Elle rappelle que, dans tous les cas, les destinataires des messages de communication politique peuvent, par l’intermédiaire de l’exercice de leur droit d’accès ([article 39 de la loi informatique et libertés](https://www.cnil.fr/fr/loi-78-17-du-6-janvier-1978-modifiee/#Article39)), interroger leur expéditeur afin d’obtenir toute information concernant l’origine des informations utilisées pour les leur adresser. Le fait de ne pas répondre à une demande de droit d’accès constitue une infraction pénale ([article R. 625-11 du Code pénal](http://www.legifrance.gouv.fr/affichCodeArticle.do;jsessionid=51A15933A2AC0C78CCA3A824CC8D520C.tpdjo06v_2?idArticle=LEGIARTI000006419527&cidTexte=LEGITEXT000006070719&dateTexte=20120515&categorieLien=id)).

# Quels fichiers privés un candidat ou un parti peut-il utiliser à des fins de communication politique ?

01 mars 2015

Surpris de recevoir des messages politiques de candidats ou de partis politiques, des particuliers interrogent régulièrement la CNIL sur l’origine des données utilisées pour les contacter.

À côté des fichiers publics comme la liste électorale, ces données peuvent également être issues de fichiers du secteur privé.

## Les fichiers permettant de vous contacter directement en dehors de toute démarche de votre part :

### L’annuaire universel

Ce fichier comporte les nom, prénom, coordonnées téléphoniques et postales des abonnés qui ne se sont pas inscrits sur la liste rouge et peut être cédé ou loué à des tiers. Vous pouvez gratuitement vous opposer à être prospecté en vous inscrivant sur la liste « anti-prospection » de votre opérateur (ancienne « liste orange ») ou sur la liste « Robinson/Stop publicité » de l’Union française du marketing direct (UFMD). Vos coordonnées paraîtront alors dans les annuaires accompagnées d’un pictogramme (Opposé au marketing direct) informant que vous ne souhaitez pas que vos coordonnées puissent être réutilisées à des fins de prospection, y compris politique.

### Les fichiers de clients ou de prospects achetés ou loués auprès de sociétés commerciales

(cf. fiche n°8 du [guide pratique « communication politique »](https://www.cnil.fr/sites/default/files/typo/document/CNIL_Politique.pdf), p. 32). Un candidat ou un parti politique peut louer ou acheter à une société commerciale (opérateur de téléphonie mobile, site marchand, commerçant chez qui vous disposez d’une carte de fidélité, etc.) un fichier de clients ou de prospects afin de leur adresser des sollicitations. Si vous avez accepté de recevoir des sollicitations de « tiers partenaires » de la société concernée, ces derniers pourront vous contacter pour vous proposer leurs produits et services. Parmi ces « partenaires », peuvent être inclus des candidats ou des partis politiques. Afin que chaque client fasse son choix en parfaite connaissance de cause, la CNIL recommande de distinguer les différentes catégories de partenaires selon qu’ils sont commerciaux, politiques, religieux, etc. Ces réflexions résumées sous l’expression « opt-in partenaires » relayent les préconisations constantes de la Commission en matière de prospection, et tout particulièrement en matière de prospection par voie électronique. Vous devez être informé de l’existence de ces partenariats et pouvoir vous opposer préalablement à toute cession de vos données. Depuis 2006, la CNIL recommande  d’appliquer en matière de prospection politique les règles de la prospection commerciale qui exigent le recueil préalable du consentement du destinataire. Votre consentement ne découle ni de l’acceptation de conditions générales de vente ni ne résulte de cases « pré-cochées » qui en présumeraient le recueil. La CNIL recommande en effet d’insérer une case à cocher à côté de la donnée dont le recueil est souhaité (numéro de téléphone portable, adresse de messagerie électronique ou encore profil de réseau social virtuel) précisant à chaque fois son caractère facultatif et ce qu’implique le consentement donné. Vous trouverez des exemples de mentions de recueil de consentement dans les fiches n° 8 à 11 du [guide pratique « communication politique »](https://www.cnil.fr/sites/default/files/typo/document/CNIL_Politique.pdf), p. 33 à 46.

## Les pratiques interdites :

* céder le fichier de gestion de la paye des salariés à des « partenaires » ;
* utiliser des annuaires professionnels à des fins de communication politique ;
* collecter les adresses électroniques dans les espaces publics de l’Internet (site web, annuaire, forum de discussion, réseaux sociaux, etc.) ;
* opérer un tri sur la base de la consonance du nom ou des opinions religieuses des personnes figurant dans le fichier cédé pour sélectionner les destinataires du message politique.

### Le fichier transmis par un militant, sympathisant ou adhérent à un mouvement politique

Vos coordonnées peuvent figurer dans le répertoire d’un militant ou sympathisant qui aurait mis son carnet d’adresse à la disposition de l’équipe de campagne du candidat qu’il soutient. La personne qui partage ainsi son carnet d’adresses doit adopter un comportement civique et loyal en informant, par exemple, elle-même ses contacts et en respectant, le cas échéant, leur volonté – à l’instar des préconisations de la CNIL en matière d’opération de parrainage (cf. fiche n° 2 du [guide pratique « communication politique »](https://www.cnil.fr/sites/default/files/typo/document/CNIL_Politique.pdf), p. 19).

### Les fichiers constitués par un élu, un candidat ou à un parti auquel vous avez communiqué vos coordonnées

Pendant la campagne électorale, vous pouvez avoir contacté directement un parti ou un candidat.
Exemples :

* vous avez complété le coupon détachable présent sur un tract distribué dans votre marché, à la sortie du métro, à proximité de votre centre commercial etc.
* vous avez fourni vos coordonnées, dans le cadre d’une démarche ponctuelle (sollicitation d’une intervention auprès d’un élu par exemple, ou demande d’information sur le programme politique d’un candidat), auprès du bureau de permanence d’une équipe de campagne ou par courrier, appel téléphonique ou courriel.

Sur l’utilisation de ces fichiers, cf. fiches n° 1 à 3 du [guide pratique « communication politique »](https://www.cnil.fr/sites/default/files/typo/document/CNIL_Politique.pdf), p. 11 à 26.

## Quels sont vos droits « Informatiques et Libertés » ?

### Le formulaire destiné à recueillir vos données doit comporter :

* l’identité du responsable de traitement (tel candidat, tel parti politique, telle fédération) et des destinataires des données (tel mouvement de soutien du candidat, de financement, etc.) ;
* la finalité du traitement (exemple : s’abonner à la lettre d’information papier ou électronique du candidat ou du parti ; adhérer au parti, etc.) ;
* le caractère obligatoire ou facultatif des données (identifier les champs de saisie par des symboles et insérer la légende correspondante : [\*] donnée obligatoire), et des conséquences d’un défaut de renseignement ;
* le rappel des droits d’opposition, de mise à jour, de rectification et de suppression dont vous disposez ainsi que les modalités pratiques de leur exercice ;
* les éventuels transferts de données en dehors de l’Union européenne.

### La CNIL recommande que chaque nouveau message politique adressé rappelle :

* l’origine des données utilisées pour son envoi (c’est par exemple utile quand vous avez oublié avoir communiqué vos coordonnées, un an auparavant, en renseignant un formulaire de contact) ;
* la fréquence des contacts (lettre d’actualité mensuelle, bimensuelle, etc.).

### La CNIL recommande aux élus, candidats et partis politiques de n’adresser qu’un unique message :

* précisant l’origine des données ;
* et invitant les destinataires à poursuivre de plus amples échanges en réalisant une démarche active (s’inscrire à telle lettre d’actualité, adhérer à tel parti, suivre l’actualité sur tel réseau social, etc.).

Vous êtes en droit, à tout moment et sans avoir à fournir d’explications, de demander l’origine des données utilisées et la suppression de vos coordonnées des fichiers de prospection politique (cf. modèles de courriers p.17 et 18 du guide consacré au [Droit d'accès](https://www.cnil.fr/sites/default/files/typo/document/CNIL_Politique.pdf)).

# Les kits de campagne et la loi Informatique et Libertés

02 mars 2015

Afin de faire connaître un candidat et son programme politique, certains partis politiques mettent à disposition de leurs militants des "kits de campagne". Dès lors que les documents présents dans ces "kits" permettent de collecter des données personnelles, les principes de la loi "Informatique et Libertés" doivent être respectés.

Ces "kits" permettent d’organiser une campagne militante de proximité, voire de recruter d’autres sympathisants et des soutiens financiers. Généralement téléchargeables en ligne, ils contiennent des documents très divers (guide du militant, carnet de campagne, affiches, tracts, notes pour organiser une conférence de presse, une réunion de sympathisants, etc.). On y trouve également des documents permettant la collecte de données à caractère personnel ([tract avec un coupon-réponse](https://www.cnil.fr/fr/linstitution/actualite/article/article/le-tract-de-la-feuille-volante-au-fichier-informatique), formulaire, fiche de recueil de coordonnées, etc.). Ces documents servent ainsi à collecter les coordonnées de personnes sollicitées afin d’aider le candidat ou parti politique concerné dans le cadre de sa campagne. La collecte de ces données est soumise à la loi "Informatique et Libertés". Ces documents doivent donc indiquer l’identité du parti ou du candidat collectant les données, la finalité du fichier dans lequel elles seront intégrées, le caractère facultatif ou obligatoire de cette collecte et le rappel des droits des personnes concernées (opposition, accès, rectification et suppression). Ci-dessous un exemple de mention d’information à faire figurer sur les documents présents dans ces "kits" qui permettent le recueil de données à caractère personnel:

**Exemple de mention à insérer sur les documents de collecte et tout guide d’utilisation de kits de campagne:**

Les données collectées vous concernant sont facultatives mais nécessaires pour que **[Préciser l’identité du parti/candidat]** puisse **[Préciser la finalité : par exemple "vous adresser des informations sur son action" ]**.
Vous pouvez demander la communication, la rectification et la suppression de vos données personnelles en vous adressant à**[Préciser les coordonnées postales et/ou électroniques]**.

Les principes "Informatique et Libertés" peuvent également être rappelés dans le "guide militant" qui accompagne ces documents.

# Une communication politique respectueuse des droits informatique et libertés

10 novembre 2015

Les témoignages et plaintes reçus par l'observatoire des élections font apparaître que les droits " Informatique et Libertés" ne sont pas toujours correctement pris en compte par les partis ou candidats responsables de fichiers. Or, la réception d'un message politique peut susciter des réactions épidermiques - de rejet comme d'adhésion. La CNIL rappelle donc les obligations en la matière.

Les droits "Informatique et Libertés" permettent aux personnes de vérifier que les informations les concernant sont exactes, mises à jour et ont été collectées de façon loyale. La loi impose aux responsables de fichiers de tout faire pour faciliter l'exercice de ces droits et prendre en compte les demandes dont ils sont saisis dans les meilleurs délais.

## Les différents droits reconnus aux personnes

* Le droit de s'opposer à la collecte d'informations les concernant, notamment leur identité et leurs coordonnées ; les personnes prospectées (appel à dons, à rejoindre un parti politique ou la structure soutenant un candidat…) peuvent s'opposer sans avoir à justifier de motifs légitimes ;
* Le droit de savoir si tel parti ou tel candidat dispose de fichiers informatisés et si des informations les concernant y figurent ;
* Le droit d'obtenir la communication de l'ensemble de ces informations et leur origine, notamment en ce qui concerne les coordonnées postales, téléphoniques et électroniques ;
* Le droit d'exiger la rectification des informations enregistrées, si elles sont inexactes ou incomplètes ;
* Enfin, le droit de faire supprimer l'ensemble de ces informations.

La CNIL rappelle qu'il est possible de s'opposer à la réception de messages de prospection (appel à dons, à rejoindre un parti politique ou la structure soutenant un candidat…) sans avoir à justifier de motifs légitimes.
La prise en compte de l'opposition doit donc intervenir dès la première demande.

## L'information préalable

* Il n'est évidemment pas possible d'exercer ces différents droits sans être préalablement informé de la création du fichier, comme la loi l'exige.
Cette information est encore plus nécessaire quand la collecte de l'identité et des coordonnées des destinataires des messages politiques n'a pas été effectuée directement auprès d'eux (opération de parrainage, transmission de liste de contacts, location de fichiers commerciaux…).
* Cette information doit, dans tous les cas, porter sur quatre points :
1. l'identité du parti (ou de son émanation : association de financement…) ou du candidat mettant en œuvre le fichier ;
2. la finalité du fichier ;
3. le caractère obligatoire ou facultatif des réponses selon la finalité du fichier ;
4. le rappel des droits institués par la loi.

La CNIL recommande que les messages de communication politique (courriers, courriels, SMS, etc.) mentionnent l'origine des informations utilisées (identité et coordonnées) et les coordonnées postales et électroniques où exercer ses droits.

Les partis politiques et les candidats trouveront de nombreux exemples de mentions d'information dans le [guide pratique communication politique](https://www.cnil.fr/sites/default/files/typo/document/CNIL_Politique.pdf)

## Faciliter et adapter l'exercice des droits

Ces conditions doivent évidemment être adaptées à chaque situation particulière : démissionner d'un parti politique n'a pas les mêmes conséquences que le fait de demander à ne plus recevoir une lettre de diffusion.

* Les textes en vigueur imposent, ainsi, de s'assurer de l'identité de la personne qui exerce ses droits afin, notamment, de ne pas lui communiquer  ou de supprimer des informations concernant un homonyme.
Cette vérification doit évidemment être adaptée au support de communication choisi : si l'indication d'une adresse électronique suffit pour s'inscrire à une lettre de diffusion, il apparaît peu adéquat d'exiger un courrier recommandé avec accusé de réception pour demander à ne plus la recevoir.
La rapidité de certains médias de communication implique une réaction aussi rapide.
* Il en est de même du support de transmission de la demande : si la demande de suppression de l'ensemble des informations concernant un membre démissionnaire peut impliquer un certain formalisme (afin de prendre date, notamment, ou de procéder à des vérifications comptables), il ne saurait en être de même pour des médias instantanés (tels que les courriers électroniques).
La demande d'opposition à la réception de courriels de propagande ou à celle d'une lettre de diffusion électronique doit pouvoir, dans ce cas, être faite par simple retour de courriel.
* Enfin, les délais de réponse et de prise en compte des demandes doivent, eux aussi, être adaptés. Il apparaît en effet inopérant et difficilement compréhensible pour le demandeur de devoir attendre l'écoulement du délai maximal de deux mois prévu par les textes pour que son adresse électronique soit radiée d'un fichier de diffusion
Par exemple n'être radié d'une liste de diffusion de communication politique qu'après le second tour d'une élection n'aurait aucun sens.

Les personnes confrontées à ces situations peuvent [transmettre à la CNIL leur témoignage](https://www.cnil.fr/fr/node/248/). Les partis et candidats qui auraient besoin de renseignements pratiques ou complémentaires dans le cadre de leurs campagnes de communication politique peuvent joindre la permanence juridique et les services de la CNIL au 01 53 73 22 22.

# Les fichiers constitués dans le cadre des primaires ouvertes

08 novembre 2016

L’organisation, par un ou plusieurs partis politiques, d’une consultation ouverte à l’ensemble des électeurs (dite « primaire ouverte »), pour désigner un candidat en vue d’élections, suscite des questions particulières en termes de protection des données.

## Une forme de consultation démocratique soumise à la loi « Informatique et Libertés »

Le terme de « primaire ouverte » est utilisé lorsque d’autres personnes que les seuls membres du parti organisateur, voire l’ensemble des électeurs, peuvent y participer.

La sensibilité des informations collectées et traitées à cette occasion est évidemment amplifiée par le nombre d’électeurs appelés à participer à cette consultation (le corps électoral est estimé à environ 45 millions d’électeurs).

Ces opérations impliquent :

* la constitution de fichiers spécifiques (comme les listes des participants et des électeurs potentiels ou une liste de « sympathisants » souhaitant être recontactés par les partis organisateurs) ;
* la collecte et le traitement d'importants volumes de données personnelles susceptibles de faire apparaître les opinions politiques des participants (nom, prénom, adresse, date de naissance, numéro de téléphone, adresse électronique de l'électeur, expression de l’opinion).

## La constitution du corps électoral

Les candidats et partis politiques peuvent notamment utiliser les listes électorales pour organiser une consultation des électeurs dans le cadre d’une élection primaire.

La liste électorale étant librement communicable en vertu du code électoral, **son utilisation n’est pas subordonnée au recueil du consentement de chaque électeur ou à son information**, celui-ci ne pouvant pas davantage s’opposer à cette transmission.

Le parti organisateur agrège les listes électorales pour constituer la liste informatisée des participants potentiels à cette consultation (le fichier des électeurs). Il procède à un découpage de cette liste par lieux de vote. Chaque bureau de vote reçoit la liste des électeurs de son bureau , afin de constituer la liste d’émargement.

Des mesures de sécurité adaptées doivent être mises en œuvre  pour préserver la confidentialité des données :

* lors de la constitution du fichier des électeurs,
* lors de leur transmission aux bureaux de vote et durant l’intégralité de leur période d’utilisation.

Tout électeur peut par ailleurs s’opposer à figurer sur le fichier des électeurs avant même l’agrégation des listes électorales. L’exercice de cette opposition peut être exercé sur place et facilité  par la mise en ligne d’un formulaire spécifique.

## L’organisation du vote

Le jour du vote, les électeurs signent sur des supports distincts :

* éventuellement, leur adhésion à la « charte des valeurs »  fixées par les organisateurs ;
* la liste d’émargement qui acte leur participation au vote.

Afin de se prémunir de la constitution d’un fichier faisant apparaître, directement ou indirectement, les opinions politiques (soutien à tel parti ou orientation vers telle direction) ou philosophiques (adhésion à certaines valeurs, par exemple) de l’ensemble des électeurs nationaux, la participation au vote et l’adhésion à la « charte des valeurs » ne peuvent pas faire l’objet d’un enregistrement dans le fichier des électeurs, constitué à partir des listes électorales.

Les participants peuvent donner leur consentement à être contactés par le parti organisateur sur un support de collecte spécifique, distinct de la liste d’émargement. Le parti politique organisateur constitue ainsi un « fichier des sympathisants » qu’il pourra utiliser, dès la proclamation des résultats de la primaire, à des fins de prospection politique.

**Exemple de mention d’information à insérer sur le formulaire de collecte présenté lors de la primaire :**
« En nous fournissant vos coordonnées, vous autorisez le parti organisateur à vous contacter pendant et, si vous le souhaitez, après l’élection [préciser le type de scrutin]. Ces informations nous permettront de vous tenir informé jusqu’à la proclamation officielle des résultats de [élection concernée]. Vous pouvez exercer vos droits d’accès, de rectification et de suppression à l’adresse postale ou électronique suivante : [coordonnées postales ou/et électroniques du parti]. »

## Entre les deux tours

Entre les deux tours, ainsi qu'entre la fin du second tour et l'investiture officielle du candidat désigné, les formations politiques organisatrices doivent assurer un haut niveau de sécurité et de confidentialité, notamment

* protéger l'accès informatique au fichier des électeurs ;
* stocker de façon sécurisée les listes d'émargement et tout autre fichier constitué dans le cadre du scrutin.

Le fichier des sympathisants constitué au premier tour ne peut pas être utilisé par les candidats à la primaire.

## La proclamation des résultats du vote

A la proclamation des résultats et à l’issue de l’investiture du candidat officiel, le parti politique organisateur procède à la destruction :

* Du fichier des électeurs ayant servi à constituer le corps électoral ;
* Eventuellement, du ou des fichiers des personnes ayant adhéré à la « charte des valeurs ».
* Des listes d’émargement utilisées par les bureaux de vote ;

Le parti peut conserver le « fichier des sympathisants », constitué des personnes ayant consenti à devenir « contacts réguliers » du parti.

## Durant la campagne présidentielle

Le « fichier des sympathisants » constitué à l’occasion des primaires peut être utilisé par le candidat à des fins de prospection politique.

Les personnes ont toutefois la possibilité de s’opposer à tout moment à recevoir de nouvelles sollicitations, et peuvent demander  à ne plus figurer dans ce fichier.

# Communication politique : quelles sont les règles pour l'utilisation des données issues des réseaux sociaux ?

08 novembre 2016

En prévision des élections à venir, la CNIL a souhaité approfondir l'analyse des logiciels de stratégie électorale au regard de la loi Informatique et Libertés. Elle précise les conditions dans lesquelles les données issues des réseaux sociaux peuvent être utilisées.

## ****La collecte de données issues des réseaux sociaux****

**La collecte massive de données issues des réseaux sociaux n’est pas légale en l’absence d’information des personnes concernées**

Le caractère « public » des données disponibles sur les réseaux sociaux ne leur fait pas perdre le statut de données personnelles : si leur simple consultation est toujours possible, le traitement de ces données (extraction, enregistrement, utilisation, enrichissement, etc.) est soumis à l’ensemble des conditions prévues par la loi « Informatique et Libertés ».

Ainsi, comme cela a été rappelé par la Cour de cassation et le Conseil d’Etat, la collecte des données présentes sur internet ou les réseaux sociaux**doit être loyale et licite**.

Quel que soit le mode de collecte (direct ou indirect) des données, cela suppose **l’information des personnes concernées** ainsi que**la possibilité de s’opposer à la collecte des informations.**

L’information générale donnée par les réseaux sociaux sur la possibilité d’une utilisation ultérieure des données à d’autres fins qui figure généralement dans les politiques de confidentialité, ne peut suffire à considérer les personnes comme informées.

## ****La distinction entre contacts réguliers et occasionnels****

Les problématiques soulevées par les logiciels de stratégie électorale doivent être analysées à la lumière des précédentes prises de position de la Commission en matière de communication politique. [Dans sa recommandation de 2012 sur la communication politique](https://www.legifrance.gouv.fr/affichCnil.do?oldAction=rechExpCnil&id=CNILTEXT000025364626&fastReqId=1082859898&fastPos=1),  la CNIL s’est notamment fondée sur la distinction entre les**« contacts réguliers »**des candidats et partis et leurs **« contacts occasionnels ».**

**Cette distinction reste tout à fait pertinente dans le cadre de l’utilisation de données issues des réseaux sociaux.**

## Contact régulier

Toute personne qui accomplit, auprès d’un parti politique, une démarche positive en vue d’entretenir des échanges réguliers et touchant directement à son action politique. Cette notion est donc distincte de celle de « membre ».

Exemple : abonnement à une lettre de diffusion, soutien financier régulier, participation aux activités ou réunions du parti, etc.

**Sur les réseaux sociaux :**« follower » sur Twitter, personne « amie » sur Facebook, et plus généralement la personne qui, par l’intermédiaire des réseaux sociaux, a clairement manifesté sa volonté d’entretenir des contacts réguliers avec le parti politique ou le candidat. Pour autant, on ne saurait déduire automatiquement de telles relations une orientation politique univoque.

## Contact occasionnel

Toute personne qui sollicite ponctuellement un parti politique ou un candidat, sans entretenir avec lui d’échanges réguliers dans le cadre de son activité politique. Toute personne sollicitée sans démarche volontaire de sa part

Exemples : Demande d’information sur un projet ou à l’occasion d’une campagne électorale particulière, demande d’intervention ( logement, intervention dans un différend, etc)

Un membre du parti ou un soutien du candidat qui communique son carnet d’adresses personnel, une opération de parrainage, la location d’une base de prospection, etc.

**Sur les réseaux sociaux :**internaute qui « aime », qui commente, partage ou « retweete » des contenus publiés sur les réseaux sociaux.

## ****L’utilisation des données issues des réseaux sociaux dans le cadre d’opérations de communication politique****

### Communiquer à destination des contacts

* [Contact régulier](https://www.cnil.fr/fr/communication-politique-quelles-sont-les-regles-pour-lutilisation-des-donnees-issues-des-reseaux#contact_r_gulier)

**Communiquer à destination d’un contact régulier**

Ces personnes **doivent être informées** des conditions de traitement de leurs données, par le biais des onglets « politique vie privée » intégrés sur les pages dédiées aux candidats ou partis de ces réseaux sociaux, auxquelles ils accèdent pour nouer ces interactions.

**Cette information préalable** doit notamment indiquer de manière claire :

* la nature des données collectées ;
* l’objectif de leur traitement ;
* les modalités permettant de s’opposer à ce traitement

**Exemple d’information devant figurer dans la politique vie privée des réseaux sociaux**
Le [candidat/parti] est susceptible de collecter et utiliser les [préciser le type de données] des membres du [nom du réseau] s’étant inscrits en tant que [« amis » / « followers » /etc.] afin de [les contacter sur le réseau social utilisé, leur transmettre des informations, etc]. Les membres du [nom du réseau] peuvent s’opposer à tout moment à une telle utilisation en s’adressant à [point de contact tel qu’une adresse électronique].

**Toutes les fonctionnalités offertes par ces réseaux sociaux peuvent alors être utilisées par les candidats ou partis pour communiquer avec ces contacts réguliers** : ils peuvent par exemple publier des contenus qui seront portés à leur connaissance, leur adresser des messages privés par l’intermédiaire de ces réseaux, etc. Les personnes doivent pouvoir s’opposer à tout moment à cette communication.

* [Contact occasionnel](https://www.cnil.fr/fr/communication-politique-quelles-sont-les-regles-pour-lutilisation-des-donnees-issues-des-reseaux#contact_occasionnel)

 **Communiquer à destination d’un contact occasionnel**

Les données personnelles des contacts occasionnels ne peuvent être traitées dans les mêmes conditions que celles des contacts réguliers qui ont pu notamment s’informer par le biais de l’onglet « politique vie privée ». Il n’est donc pas possible de leur adresser directement des messages de communication politique.

**Un premier et unique message** peut leur être adressé, par l’intermédiaire du réseau social concerné, afin qu’ils consentent à recevoir des messages de communication politique.

**Exemple de message à envoyer à un contact occasionnel pour lui proposer de devenir un contact régulier**
Vous avez retweeté, aimé, partagé, un contenu émis depuis la page du [candidat/parti]. Souhaitez-vous recevoir par ce même biais des messages ? [préciser la nature]. Vous pouvez vous opposer  à tout moment à une telle utilisation en vous adressant à [point de contact tel qu’une adresse électronique].

* En cas de réponse positive, ils deviennent des « contacts réguliers » ;
* En cas de réponse négative ou d’absence de réponse, leurs données ne peuvent pas faire l’objet d’un traitement.

## Comment proposer à un contact occasionnel de devenir un contact régulier ?

Les coordonnées des contacts occasionnels ne doivent être utilisées **qu’une seule fois afin de leur proposer d’établir un échange régulier** ou de devenir membre d’une association.

* En cas de réponse positive, ils deviennent des « contacts réguliers » des responsables de traitement ;
* En cas de réponse négative ou d’absence de réponse, leurs données ne peuvent pas faire l’objet d’un traitement. Elles doivent être effacées.

**Ces informations ne peuvent être utilisées pour en déduire une sensibilité ou orientation politique réelle ou supposée**. Seul l’établissement de contacts réguliers permet aux candidats et aux partis de traiter les opinions politiques des personnes concernées.

### Enrichir une base de données de contacts

Cet enrichissement peut permettre aux candidats ou partis d’élargir les canaux de communication avec leurs contacts en utilisant, par exemple, l’adresse électronique d’un « contact Facebook », le compte Facebook d’un « follower », etc. Il  permet ainsi d’affiner la communication politique et de personnaliser les messages à destination de chaque contact.

* [Contacts réguliers](https://www.cnil.fr/fr/communication-politique-quelles-sont-les-regles-pour-lutilisation-des-donnees-issues-des-reseaux#contacts_r_guliers_)

Les contacts réguliers ont exprimé le souhait de communiquer sur un vecteur en particulier (réseau social, par courrier électronique, etc.), et non de façon générale sur l’ensemble des vecteurs.

Exemple : les personnes qui ont volontairement fourni leur adresse électronique aux fins de recevoir une newsletter de tel candidat ne peuvent être considérées comme ayant été informées ou ayant consenti à nouer des relations avec ce candidat par le biais d’un réseau social.

Le fait d’être un contact régulier par l’intermédiaire du réseau Facebook ne permet pas automatiquement de collecter et d’utiliser les coordonnées de contact indiquées sur le profil Twitter.

**Dans quelles conditions les partis ou candidats peuvent-ils traiter les données « supplémentaires » collectées d’un contact régulier ?**

* Il est possible de collecter l’adresse mail d’un « contact régulier Facebook » uniquement pour lui adresser un message lui proposant d’entretenir des contacts réguliers par voie électronique ;
* Il est possible de « collecter » le profil Facebook d’un « follower » uniquement pour lui adresser un message privé via ce réseau pour lui proposer d’entretenir des contacts réguliers sur Facebook ;
* En l’absence de réponse positive à cette invitation, ces données ne peuvent faire l’objet d’une utilisation ultérieure et elles doivent être supprimées de la base de données des responsables de traitement.
* [Contacts occasionnels](https://www.cnil.fr/fr/communication-politique-quelles-sont-les-regles-pour-lutilisation-des-donnees-issues-des-reseaux#contacts_occasionnels)

En ce qui concerne les contacts occasionnels, (personnes qui ont « liké », commenté ou « retweeté » un contenu), **la collecte systématique de ces données supplémentaires** (adresse mail, comptes Facebook ou Twitter, etc.) **n’est pas loyale**, les personnes n’étant aucunement informées du traitement de leurs données personnelles.

**Dans quelles conditions les partis ou candidats peuvent-ils traiter les données « supplémentaires » collectées d’un contact occasionnel ?**

* Il est possible d’adresser au contact occasionnel un message par le biais du vecteur habituel (par mail s’il dispose d’une adresse électronique, par un message Facebook s’il s’agit d’un « likeur », par message privé via Twitter s’il s’agit d’un « retweeteur », etc.) afin de recueillir son consentement à la collecte de données supplémentaires le concernant.

En l’absence totale de contact entre un candidat ou parti et un internaute, aucune collecte de données n’est possible, car elle serait nécessairement déloyale. L’enrichissement de la base de données de contacts ne doit donc pas aboutir à collecter et traiter des données personnelles relatives à des internautes tiers. Il n’est pas possible **de collecter et d’utiliser à des fins de communication les carnets d’amis des personnes** avec qui le responsable est en contact, qu’il s’agisse d’un contact régulier ou d’un contact occasionnel.

### Profiler et cibler les utilisateurs des réseaux sociaux

Ce point constitue **une des problématiques majeures**, du point de vue de la protection des données personnelles.

Au-delà de la seule collecte des données de contact figurant sur les réseaux sociaux, le problème soulevé par les logiciels de stratégie électorale concerne également **le ciblage des électeurs et les conséquences pratiques** qui peuvent découler de leur présence dans ces bases de données. Celles-ci permettent de croiser de nombreuses catégories d’informations provenant de sources diverses :

* informations de profil des réseaux autres que les seules données de contact,
* données de navigation collectées via des cookies,
* données transmises par des tiers et collectées dans un contexte sans rapport avec la prospection politique, etc.

Les nouveaux outils de prospection électorale peuvent permettre de collecter non seulement les données déclaratives des profils (nom, prénom, profession dans la mesure où l’individu l’a renseignée), mais aussi des **données d’usage** (quand, avec quelle fréquence la personne interagit avec le candidat, quelles sont les pages qu’elle visite, etc.).

**Ces logiciels posent ainsi la question des limites à apporter à la combinaison de données, à l’exploitation de données relatives au comportement, aux goûts et aux interactions sociales en ligne des personnes, ainsi qu’aux conséquences de ces opérations sur les personnes concernées.**

La combinaison de données sur chacun des utilisateurs d’un service (comme un réseau social), en l’absence d’outil de contrôle suffisant à leur disposition et de possibilité de s’opposer au profilage, ne peut se fonder sur l’intérêt légitime du responsable de traitement en l’absence de juste équilibre avec les droits et libertés des personnes concernées. Le consentement des internautes est donc nécessaire.

**Ces combinaisons de données doivent se fonder sur le consentement des personnes et ne sauraient être mises en œuvre uniquement sur le fondement  de l’intérêt, même légitime, du candidat ou parti**.

## Dans quelles conditions les partis ou candidats peuvent-ils croiser des données ?

Les conditions de croisement peuvent être ainsi résumées :

* **Information** de l’internaute à chaque collecte de données sur les réseaux sociaux,
* **Recueil de son consentement** (acte positif clair par lequel la personne concernée manifeste de façon libre, spécifique, éclairée et univoque son accord au traitement des données à caractère personnel la concernant) quant à l’ensemble des conditions de mise en œuvre du traitement de données ainsi agrégées.

Une case à cocher pourrait être proposée assortie d’une mention indiquant « j’accepte que mes données [préciser lesquelles] soient utilisées afin de [indiquer la finalité par ex. « mieux connaitre mes attentes », « personnaliser des messages », etc.].

Ce consentement doit pouvoir être retiré à tout moment.

Le croisement des données personnelles ne peut concerner que les contacts réguliers.  Les conditions d’information et de recueil du consentement peuvent en effet difficilement être satisfaites pour les contacts occasionnels.

Le recueil du consentement et la qualité de l’information sont d’autant plus importants que l’utilisation des logiciels de stratégie électorale peut susciter des réserves de la part des personnes ciblées, notamment lorsque que le ciblage sur internet est utilisé pour établir un contact direct.

Une des tendances constatées consiste en effet à passer d’une prospection ciblée en ligne à une prospection ciblée en face-à-face (« du virtuel au réel ») – le porte-à-porte –, qui vise en particulier à mobiliser l’électorat et notamment les abstentionnistes. Ainsi, le mouvement en cours **est celui d’un passage d’un porte-à-porte traditionnel indifférencié (sur la base de la liste électorale) à un porte-à-porte ciblé, sur la base des informations collectées en ligne**. Les deux types de contact sont cependant très différents.

En l’absence d’un tel consentement, seuls des porte-à-porte ciblés, à l’échelle d’une circonscription, d’un quartier ou d’une rue, devraient être réalisés sur la base des données traitées par ces logiciels, et non des porte-à-porte « personnalisés ».