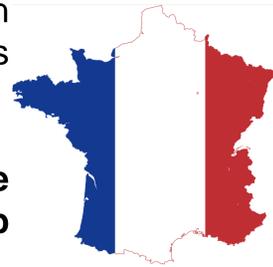


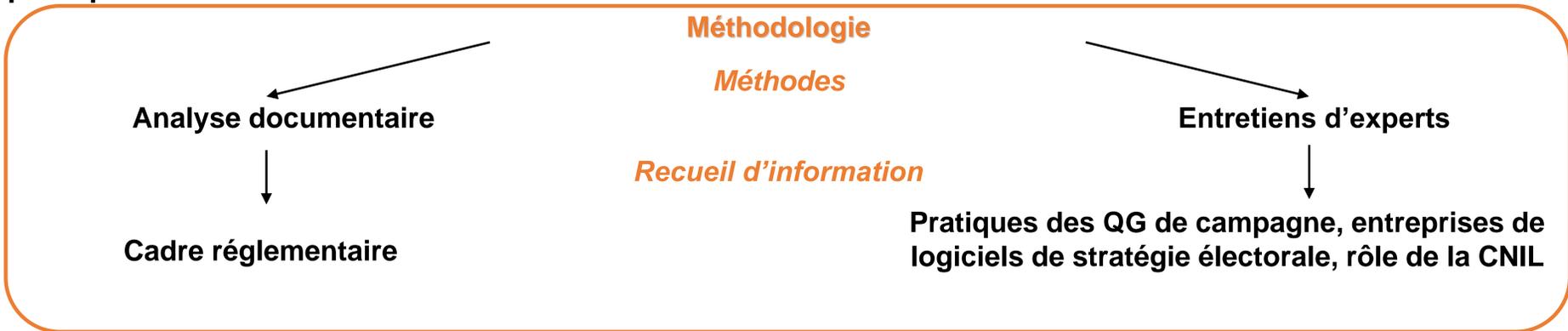
# Données personnelles dans la présidentielle 2017 : une co-régulation des pratiques d'e-marketing ?

G. Branellec et B. Sommier

**Scandale Cambridge Analytica-Facebook.** Pourtant utilisation des données numériques personnelles dans les campagnes politiques d'Obama dès 2008 et 2012 (Issenberg 2013 ; Bille 2015) et en France en 2012 (Théviot, 2016). Parallèlement, en Europe, renforcement de la protection des données personnelles avec le **RGPD** entré en vigueur le 25/05/2018.

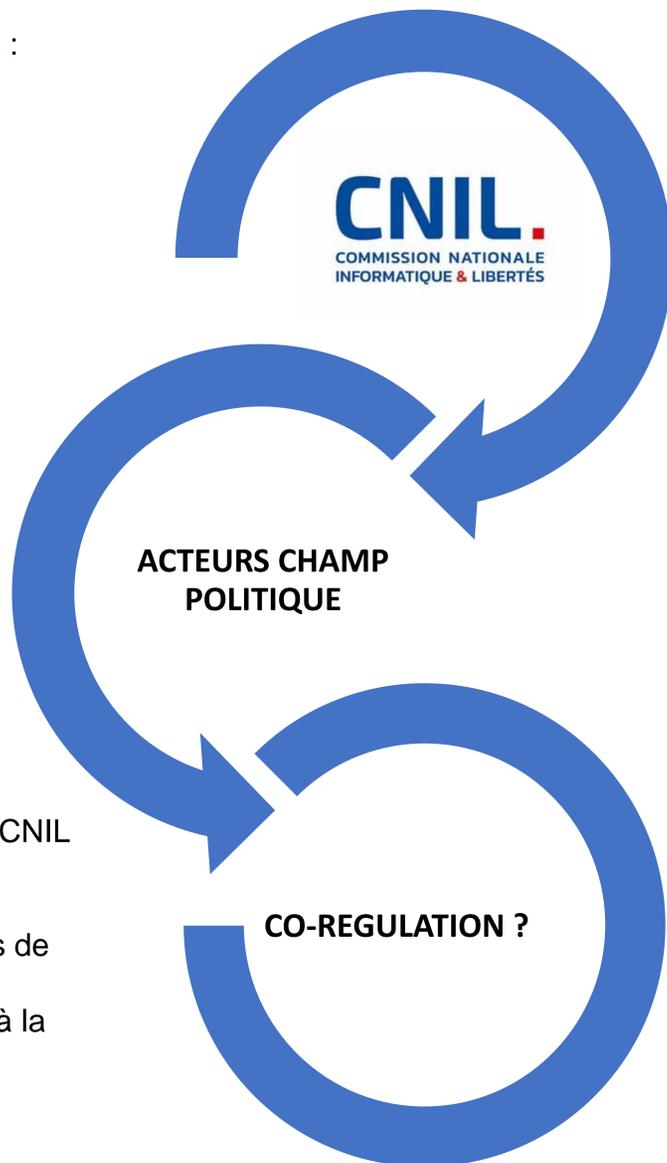


**Objectifs :** comprendre l'utilisation des données numériques personnelles pendant la présidentielle française 2017 et analyser les phénomènes de co-régulation entre les différents acteurs du champ politique.



Conditions d'utilisation de données personnelles numériques des citoyens :

- Information
- Consentement
- Droit de retrait
- Finalité



- 1) Mise en place en 2012 d'un observatoire des élections par la CNIL qui permet de contrôler et de dialoguer avec les entreprises de stratégie électorale et les équipes de campagne ;
- 2) Un flux régulateur qui permet à la CNIL de pouvoir enquêter si elle détecte un dysfonctionnement et d'ajuster sa doctrine.

### Quels fichiers avez-vous le droit d'utiliser pendant votre campagne ?

base de données «Opt-in» politique Cet électeur a accepté de se faire démarcher	votre association	votre organisme JEAN VIEAGE Conseil d'administration office HLM
votre collectivité	votre entreprise	votre parti Cet électeur a accepté de se faire démarcher

Connaissance et pratiques :

- Les grands principes du droit français sont connus par les entreprises de logiciels et les QG mais pas forcément par tous les acteurs des équipes de campagne ;
- Sentiment de flou juridique ;
- Impression d'un manque d'expertise et de moyens de contrôle de la CNIL.

Mais le droit reste en retard sur la technologie.  
Conséquences sur les pratiques des acteurs du champ politique :

- Pour certains, aucune prise de risque dans la mobilisation des données numériques personnelles ;
- Pour d'autres, prise d'initiatives potentiellement contestables juridiquement.

## Recommandations :

- Renforcement des moyens humains de la CNIL ;
- Développement de la culture technologique de la CNIL ;
- Elaboration d'un cadre juridique complet plus en amont des campagnes ;
- Travail d'échanges sur les bonnes pratiques à développer entre acteurs (entreprises de logiciels de stratégie électorale, QG, CNIL) ;
- Développement d'une culture de la conformité au sein des équipes de campagne ;
- Appropriation des instruments de mise en oeuvre du RGPD (analyse d'impact, privacy by design, renforcement du consentement...).