

ÉLECTIONS MUNICIPALES

2026

Comment respecter
la vie privée
des électeurs ?



LES ENGAGEMENTS

pour une campagne respectueuse des données personnelles

1 S'ASSURER DE LA LÉGALITÉ DES PRATIQUES DE PROSPECTION

Les données personnelles utilisées à des fins de prospection politique sont obtenues de manière licite. Par exemple, elles ne sont pas issues des fichiers auxquels les candidats peuvent accéder dans le cadre d'autres fonctions (institutionnelles, professionnelles ou encore associatives). De plus, les candidats n'utilisent que les données qui leur sont nécessaires et qui proviennent de fichiers regroupant des personnes qui ont accepté d'être démarchées.

3 FAIRE PREUVE DE TRANSPARENCE

Les candidats indiquent notamment, dans chacune de leurs communications, qui ils sont, de quelle manière ils ont eu le nom ou l'adresse qui leur a permis de contacter l'électeur (par exemple, si celui-ci est déjà abonné à une lettre d'information) et à quoi vont servir les données collectées.

5 DONNER AUX CITOYENS LES MOYENS D'EXERCER LEURS DROITS

Les candidats indiquent, dès le premier message de communication, de quelle façon et auprès de qui les électeurs peuvent exercer leurs droits sur leurs données personnelles. Ils ajoutent systématiquement un lien de désinscription des listes de prospection dans leurs communications par courriel et un dispositif STOP PROSPECTION pour leurs campagnes par SMS.

« Je reçois encore des messages de partis politiques alors que j'ai cliqué pour me désinscrire par mail il y a plusieurs mois. Je souhaite une fois pour toutes ne plus être contacté ! »

« Deux sollicitations en 8 jours appelant à voter pour la liste X, sans préciser en début de message les possibilités de désinscription sur la liste où mes coordonnées apparaissent : c'est anormal ! »

Lors des dernières élections municipales, la CNIL a reçu **3 948 signalements** concernant des pratiques de démarchage de partis politiques.

2 ASSURER LA SÉCURITÉ ET LA CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES

Les candidats mettent en place des règles simples « d'hygiène numérique » : ils utilisent, notamment, des mots de passe forts changés régulièrement. En cas de communication par courriel, les candidats utilisent le champ « copie cachée » (cci), ce qui assure la discréetion des opinions politiques des électeurs.

4 RESPECTER LA DEMANDE DE TRANQUILLITÉ DES ÉLECTEURS

Les candidats évitent, sauf si des mesures appropriées ont été prises, les automates d'appel et les méthodes de prospection trop intrusives, afin de garantir que la campagne atteigne des destinataires légitimes. Il est recommandé, et dans certains cas obligatoire, de recueillir le consentement (« *opt-in* ») avant toute campagne : si le destinataire n'a pas dit « oui », c'est « non ». Il faut toujours indiquer comment s'opposer pour l'avenir aux sollicitations.

6 SUPPRIMER LE FICHIER DE PROSPECTION

Après les élections, et quelle qu'en soit l'issue, les candidats suppriment les fichiers qui ont été constitués spécifiquement pour cette occasion.

COMMUNICATION POLITIQUE : ATTENTION AUX NOUVELLES RÈGLES

Depuis le 10 octobre 2025, les candidats doivent respecter de nouvelles obligations s'ils utilisent des techniques de ciblage et de diffusion de publicités politiques en ligne. Les données devront notamment être collectées directement auprès des personnes, après leur consentement.