



Dans le cadre de son accompagnement à la mise en conformité au RGPD des établissements publics, le service UNI (Usages Numériques et Informatique) du CdG62 veille à vous partager les informations relatives à la protection des données à caractère personnel.



Communication politique : les recommandations en matière de protection des données et respect du RGPD

A l'approche de prochaines élections municipales en mars 2026, le service des délégués à la protection des données « DPO » du Centre de Gestion du Pas-de-Calais vous rappelle quelques bonnes pratiques en matière de communication politique.

Ces élections sont souvent l'occasion de « prospector » les citoyens. Il s'agit d'un contexte amenant à une vigilance particulière au vu des mauvaises pratiques en la matière et face à des plaintes toujours plus nombreuses. Il est à rappeler ici, le contexte, les pratiques et la nécessité du respect du cadre réglementaire, qui évolue.

Pour rappel, comme les entreprises et les administrations, les associations sont susceptibles de faire l'objet de contrôles de la CNIL et, si des infractions au RGPD sont constatées, elles peuvent être sanctionnées jusqu'à 20 millions d'euros. L'[observatoire des législatives 2024 de la Cnil](#), évoque notamment qu'à cette période, elle « a reçu 462 signalements, soit 176 de plus par rapport à 2022 (+ 61,5 %). Un parti politique concentre la moitié des signalements (49 %) et la prospection par SMS reste le mode de prospection le plus représenté (59 %). »



Sommaire

Définitions, statuts et données à caractère personnel des partis politiques	2
Traitements de données des associations politiques : focus sur la communication et la prospection	2
Information obligatoire des personnes, qu'il s'agisse de la communication d'information auprès d'adhérent à l'association, ou de démarchage politique	5
Pour en savoir plus	5



> Définitions, statuts et données à caractère personnel des partis politiques

Tous les partis politiques en France sont reconnus comme des **associations** loi 1901. Les partis traitent des données à caractère personnel (permettant d'identifier directement ou indirectement une personne) et sont dans ce cadre « **responsable de traitement** » au sens du RGPD.¹

Les associations politiques ou les candidats sont amenés à réaliser des actions de **communication**², ou encore de **prospection politique** souhaitant ainsi adresser un message à caractère politique à une personne [...], généralement par courrier électronique (la **prospection directe**³ étant par ailleurs plus courante).

Les données collectées sont des **données sensibles** (« opinions politiques ») et forment une catégorie particulière de données personnelles (art.9 du RGPD). Le règlement européen interdit de recueillir ou d'utiliser ces données, excepté dans certains cas précis : notamment « si elles concernent les membres ou adhérents d'une association ou d'une organisation politique, [...] ». ([cf. cnil](#)).⁴

> Traitements de données des associations politiques : focus sur la communication et la prospection

Dans le cas d'une association politique, on collecte souvent des données dans le cadre de l'adhésion à l'association (via un formulaire) pour la [F]⁵ tenue d'un annuaire (des anciens) membres d'une association, ou pour [F] la réalisation, par tout moyen de communication des opérations relatives à des actions de prospection politique auprès des membres, adhérents, donateurs et prospects.

Pour chaque traitement de données à caractère, **il revient à l'association de déterminer la base légale sur laquelle repose chacun des traitements.**

- Le traitement de données pour la **gestion d'un annuaire (des anciens) membres**, via un fichier d'adhérents repose sur l'intérêt légitime ;
- Le traitement de données pour la **gestion des cotisations des adhérents** repose sur le contrat ;

¹ Les fichiers de membres d'associations ou d'organismes à but non lucratif à caractère [...], politique sont dispensés de déclaration (ex : les fichiers de partis politiques) et il en est de même des fichiers des personnes qui entretiennent avec eux des contacts réguliers dans le cadre de leur activité (ex : les fichiers de donateurs ou de sympathisants).

² « Action, fait de communiquer, de transmettre quelque chose », une « mise en relation et une conversation de deux correspondants par téléphone ou par un autre moyen de télécommunication » ([Larousse](#)).

³ « Le but est de communiquer, inviter ou inciter à une adhésion à un parti ou une cause, soit à un « prospect » (un « client potentiel » que l'on souhaiterait voir devenir un « client » ou « adhérent » dans le futur.

⁴ « Le traitement doit être effectué par un organisme à but non lucratif poursuivant une finalité politique et se rapporter exclusivement aux membres ou aux anciens membres dudit organisme ou aux personnes entretenant avec celui-ci des contacts réguliers en liaison avec ses finalités, sous réserve que les données à caractère personnel ne soient pas communiquées en dehors de cet organisme sans le consentement des personnes concernées ».

⁵ [F] = finalité



- Le traitement de données pour l'envoi d'un bulletin d'information aux adhérents peut reposer sur l'intérêt légitime (il est en effet légitime de communiquer sur les actions à venir ou passées auprès des personnes ayant décidé d'adhérer).

1. Ainsi, il est légitime qu'une association transmette, à ses membres, des informations sur son activité à des fins de « communication » :

Il convient dans ce cas, de veiller en la proportionnalité du traitement et **de ne pas collecter plus de données que nécessaire**, partant du principe que les personnes s'attendent raisonnablement à recevoir des informations de la part d'une association à laquelle elles ont adhéré.



Une association peut-elle communiquer via courrier/courriel/SMS des informations liées à l'activité de son association (événements à venir infolettre, etc.) à ses membres/adhérents ?

Oui, l'association peut communiquer à ses membres/adhérents via courriel/courrier/sms à condition que les personnes concernées :

- aient été informées de l'utilisation de leurs informations au moment de la collecte ;
- puissent s'opposer à recevoir ces informations.

Lors de chaque envoi de courriel / SMS / courrier, la personne concernée doit être en mesure de s'opposer à recevoir les informations relatives à la vie de l'association de manière simple et gratuite (par exemple : insérer un lien de désinscription en bas de la lettre d'information ou de chaque courriel envoyé).

Lorsque la communication se fait par SMS ou MMS, la CNIL recommande à titre de bonne pratique de recueillir le consentement de la personne à l'utilisation de ce mode de contact, même pour la personne qui aurait indiqué son numéro sur un formulaire à destination d'un parti (un formulaire d'adhésion en étant).

2. Les associations politiques peuvent par ailleurs être amenées à réaliser des actions de « prospection politique », visant non plus cette fois à informer leur adhérent, mais bien à promouvoir un parti, une cause ou un candidat auprès de personnes qui n'y adhèrent pas encore (les prospects).

En effet, il arrive que le parti ou le candidat ait l'adresse postale et/ou le courriel et/ou le numéro de téléphone d'un citoyen, soit :

- Parce que l'adresse mail figure sur la liste électorale qui est communicable aux associations politiques qui souhaiteraient s'adresser aux électeurs (*elle contient le nom, prénom, lieu et date de naissance et l'adresse postale*) ;
- Parce que le citoyen a indiqué son numéro sur un formulaire d'un parti politique ou d'un candidat (*dans ce cas, il vaut mieux que cette personne ait donné son accord pour recevoir des informations dans le cadre de démarchage politique*)
- Parce que le citoyen a donné volontairement son courriel à un candidat ou parti politique, sans en garder mémoire, ou encore parce que cette donnée figurait, avant le 1^{er} janvier 2019, pour les français établis hors de France sur la liste électorale consulaire ;



- Parce que ces données (notamment le mail et le n° de téléphone) figurent dans une base de donnée qui a été louée ou achetée par le parti ou le candidat auprès d'une société privée.

Ces listes ne peuvent provenir de fichiers de ressources humaines, ou d'un fichier administratif.

Aucun tri ne peut être fait par consonance de nom ou lieu de naissance (origine ethnique).

Lorsque ces données servent à la prospection politique, un certain nombre de règles plus spécifiques s'appliquent à l'instar de la prospection commerciale, et il convient alors de distinguer le canal de communication utilisé :

- ✚ La prospection par voie postale (auprès des électeurs par exemple) repose sur l'intérêt légitime.
- ✚ La prospection par courriel, SMS, MMS ou automates d'appel (auprès de prospects par ex) repose sur le consentement.
- ✚ La prospection par un appel téléphonique (d'un humain) repose sur l'intérêt légitime (*comparativement aux pratiques commerciales*).

Le consentement peut avoir été obtenu directement auprès du parti et du candidat ; ou auprès du prestataire qui a vendu ou loué sa base de données. Il doit être libre, spécifique, univoque et éclairé.

Voici, ci-dessous quelques exemples d'éléments pouvant ainsi être intégrés au formulaire :

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> J'accepte de recevoir des informations [par téléphone] de la part de [nom du parti et/ou tel candidat]<input type="checkbox"/> J'accepte que mes données soient utilisées par le candidat XX à des fins de prospection politique<input type="checkbox"/> Je souhaite m'inscrire à la lettre d'information relative au candidat XX et accepte que mes données soient utilisées à cette fin de démarchage politique<input type="checkbox"/> J'accepte de recevoir par téléphone des informations ou des sollicitations à caractère politique de [préciser la plage horaire] (<i>pour les automates d'appel</i>) |
|---|

Les personnes doivent pouvoir facilement :

- Soit retirer leur consentement à tout moment ;
- Soit s'opposer au traitement de ses données à des fins de démarchage quand celui-ci repose sur l'intérêt légitime.

Il peut s'agir, selon les cas :

- D'un lien de désabonnement ou d'un dispositif de type « STOP SMS »
- D'une adresse mail de contact du parti ou du candidat.

Toute demande doit être prise en compte sans délai.



➤ Information obligatoire des personnes, qu'il s'agisse de la communication d'information auprès d'adhérent à l'association, ou de démarchage politique

Quoi qu'il en soit, les personnes concernées doivent être informées de manière claire, précise et adaptée des raisons pour lesquelles leurs données sont collectées, et ceci dès la collecte, voire (dans le cas d'une collecte indirecte), **lors de la première communication avec les individus.**

Ces « mentions d'information » obligatoires doivent préciser les principales caractéristiques du traitement mis en œuvre : **l'identité et les coordonnées** de l'organisme ; **l'objectif du traitement** (à quoi vont servir les données collectées, *par exemple : la gestion des intervenants, la gestion des adhérents, les élections au conseil d'administration, etc.*) ; **la base légale**, l'obligation ou non pour la personne concernée de fournir ces informations ainsi que les conséquences pour la personne en cas de non-fourniture des données ; **les destinataires** ou catégories de destinataires des données (les personnes à qui sont communiquées les données (ex : la fédération de l'association), **la durée de conservation** des données (la durée pendant laquelle les données présentent un intérêt pour votre organisme. Ensuite, les données sont supprimées⁶ ou anonymisées) ; **tous les droits des personnes concernées** ; l'existence ou non d'un transfert de données hors de l'Union européenne ; **l'origine des données** (en cas de collecte indirecte), **les moyens de contacter le DPO** de l'organisme ou du référent ; et enfin, **le droit d'effectuer une plainte auprès de la CNIL.**

Il est possible de procéder à l'information en un ou deux supports, avec deux niveaux d'information (*dont le 2^{ème} plus complet sur un site internet par exemple*).

➤ Pour en savoir plus

Il existe également des règles strictes concernant la [collecte de données sur les réseaux sociaux à des fins de communication politique](#) et ce traitement doit à la fois reposer sur le consentement ou l'intérêt légitime, mais il doit par ailleurs faire l'objet d'une AIPD dès lors qu'il s'agit de données sensibles traitées. Le traitement devra par ailleurs respecter l'ensemble des principes fondamentaux du RGPD, à commencer par la proportionnalité et la minimisation des données (au même titre d'ailleurs que l'ensemble des autres traitements cités ci-dessus).

De nouvelles règles européennes établissant des normes communes dans le marché intérieur en matière de transparence et de ciblage de la publicité politique sont entrées en vigueur le 13 mars 2024, avec [le règlement européen 2024/900 relatif à la transparence et au ciblage de la publicité à caractère politique](#). Il permet notamment aux citoyens d'identifier les messages qui cherchent à influencer leurs opinions et leurs décisions politiques. Les publicités politiques doivent désormais être clairement identifiées comme telles et indiquer qui les a payées, à quel prix, à quel processus électoral ou législatif elles sont liées et si elles sont ciblées, avec un dispositif de signalement.

Pour des élections respectueuses des données personnelles, la CNIL renseigne les électeurs et accompagne les partis et les candidats : [consulter la page](#). Elle y publie notamment des recommandations concernant les « [outils de prospection politique](#) » sur son site Internet.

La Cnil a publié un « [guide pour accompagner les associations](#) » qui rappelle les grands principes du RGPD, qui s'adresse aux associations de tout secteur et est particulièrement utile pour l'ensemble des salariés et/ou bénévoles des structures associatives.

⁶ La Cnil recommande de conserver les données pendant la durée des élections.