

ANNEXE 2 - Bilan médiatique de la période électorale 2016/2017

Les principaux temps forts de l'actualité grand public 2016/2017 sur la politique et la protection des données personnelles pour la CNIL ont été largement portés par les élections présidentielles (dont les primaires).

A noter : les actualités liées aux « fake news » sur les réseaux sociaux pendant les campagnes politiques ont largement dominé cependant en termes d'audience, notamment à partir du début 2017.

1. Données personnelles et campagne électorale : état des lieux médiatique

1.1. Temps forts de l'actualité ayant suscité des questions presse auprès de la CNIL :

- Sortie de l'application KnockIn via un reportage exclusif de *RMC* : info le 2 septembre 2016, période de questions jusqu'à novembre/décembre 2016

Questions presse principales : *Quelle est la règle ? Que fait la CNIL ?*

Réponse CNIL : des recommandations vont être publiées à ce sujet

- L'utilisation des fichiers de la participation aux primaires LR : questions sur la période septembre – novembre 2016

Question presse principale : *Quelle réutilisation possible des fichiers après la primaire ?*

Réponse CNIL : relais vers la Haute Autorité de la Primaire et rappel général des principes de la loi « Informatique et Libertés ».

- Sortie du guide CNIL/CSA : sortie le 8 novembre 2016 (Dépêche AFP)
- Focus recommandations sur les logiciels électoraux : questions sur la période d'attention avril 2016 – juillet 2017

Demandes presse régulières depuis le printemps 2016 : contenu disponible en novembre 2016 largement utilisé lors des questions presse : des journalistes du secteur POLITIQUE qui ne connaissent pas la CNIL s'adressent à nous pour la première fois.

- Automates d'appels du mouvement En Marche : 19 avril 2017 : peu de demandes presse, fait repris néanmoins spontanément par les réseaux sociaux et des médias web sur 2-3 jours

Pic d'actualité sur les réseaux sociaux (généré par la reprise d'un courrier du service des plaintes de la CNIL sur twitter).

1.2. Autres questions adressées par les médias à la CNIL

Sujets classiques :

- Utilisation de fichiers métiers (notaires) pour faire de la prospection électorale ;
- Utilisation de fichiers de la primaire d'un parti : beaucoup de questions sur le sujet (renvoi vers Haute autorité à la primaire) ;
- Validité des modalités de vote des français à l'étranger [REDACTED] ;
- Pétitions en ligne (change.org) ;

Sujets nouveaux :

- Emergence des civitechs ;
- Vote électronique : quelles préconisations de la CNIL ?
- Les partis politiques ont-ils des CIL ?

2. Analyse thématique de certains sujets médiatiques

Application Knock In : Toute la presse a relayé cette actualité :

Le reportage de **RMC** intitulé "**Comment les sarkozystes collectent des données sur vous?**" (2 septembre) dans l'émission grand public *Bourdin Direct* mettait en scène très concrètement l'intrusion d'un démarcheur dans un immeuble. La vidéo a contribué à la médiatisation d'un enjeu devenu très concret. A cette époque, la CNIL indiquait qu'il était trop tôt pour se prononcer sur la légalité du dispositif.

De plus, l'information relative aux suites du contrôle de la CNIL a vivement intéressé, servant sans doute d'alerte auprès des partis qui ont pu ainsi identifier la vigilance de la CNIL.

Logiciels électoraux de campagne :

La CNIL a été facilement identifiée par les journalistes sur ce sujet car seule autorité publique considérée comme compétente à avoir un avis sur la question. Les médias ont pu retenir la concertation de la CNIL et les efforts de pédagogie avec les prestataires et les partis politiques. Les questions ont porté généralement sur l'enjeu vie privée ("que risque-t-on?"), l'utilisation qui pouvait être faite de ces informations, et plus précisément parfois sur la localisation des données. L'actualité « fake news » a conduit certains journalistes à établir un lien, en s'intéressant en particulier aux algorithmes ("comment est-on ciblé par l'information/la communication des partis en fonction de nos profils réseaux sociaux?"). L'attention demeure car cet usage se reproduira sûrement.

Le **Journal du Dimanche** (30 juillet 2017), en s'appuyant sur une étude britannique sur les logiciels électoraux, revient sur l'émergence des algorithmes d'inférence écologique construits à partir de comportements électoraux aux Etats-Unis, mais aussi sur la vigilance française à cet égard, dans son article "**Vote sous influence**" du 30 juillet 2017 :

Ces innovations n'échappent pas à la CNIL. Lors de l'ouverture de la campagne présidentielle, puis de celle des législatives, elle a adressé des recommandations aux divers partis et animé un Observatoire des élections, destinés à prévenir les éventuelles dérives. Si pour l'heure, aucun manquement n'a été publiquement constaté, les services de la CNIL, sollicités par le JDD, n'ont pas souhaité commenter les contrôles auxquels ils procèdent en ce moment. Dans un e-mail, ils évoquent des "logiciels de prospection électorale encore assez méconnus", vis à vis desquels ils ont "adopté pendant les élections une démarche de pédagogie". Et annoncent "un bilan couvrant toute la période électorale depuis octobre 2016 et les premières primaires" qui comportera "un approfondissement marketing politique". Plus loin, le JDD précise que "129 députés ont fait campagne avec le logiciel "50+1" pour les élections du 18 juin."

La Gazettes des communes, dans son article "**Campagnes électorales : quelles règles pour l'utilisation des données privées?**" (28 novembre 2016), indique que :

La CNIL a décidé d'approfondir l'analyse des logiciels de stratégie électorale au regard de la loi "Informatique et libertés" et précise, dans ce cadre les conditions dans lesquelles les données issues des réseaux sociaux peuvent être utilisées. Car depuis quelques années se sont développés en France des logiciels permettant aux candidats d'améliorer la gestion de leurs campagnes électorales. Et l'une des armes principales de ces logiciels est la mobilisation des données contenues sur les réseaux sociaux. La CNIL impose donc des règles. La plus importante : la collecte massive de données issues des réseaux sociaux n'est pas légale en l'absence d'information des personnes concernées.

Lemonde.fr (3 avril 2017) et **Le Monde** (6 avril 2017) (à la Une des pages Eco&Entreprises, diffusion *print*, 275 000 lecteurs,) titrent "**Logiciels électoraux : les politiques français ont dû mettre fin à la récolte de certaines données personnelles**" et précise le fonctionnement du dispositif *Nation Builder* ainsi que les désactivations menées quelques mois après la publication des recommandations de la CNIL sur le sujet.

Libération, après un premier article en avril 2016, revient sur le "succès fou" de "**Cambridge Analytica, big data et gros dégâts**" le 18 août 2017 (diffusion *print*, 101 000) et valorise l'initiative *personaldato.io* qui sensibilise les citoyens sur la protection de leurs données personnelles à l'ère des logiciels électoraux, en les aidant notamment par des courriels types à exercer leurs droits auprès du responsable de traitement.

Réutilisation des fichiers :

Les questions des journalistes sont davantage liées à la gouvernance interne des partis qu'à la protection des données des membres ("*Qui a le droit d'utiliser le fichier?*", "*Qui est destinataire de la donnée?*"). Quelques médias s'appliquent à rappeler les règles.

Ainsi, à titre d'exemple, le **Journal du Dimanche** (diffusion du *print* à 212 000 lecteurs), dans l'article "**A la primaire faites l'appoint**" (23 octobre 2016), précise que les règles CNIL de collecte de données sont appliquées par les partis au soir de la primaire et notamment que des mesures de confidentialité seront prises :

Militant dans le Val-de-Marne, Daniel bute un peu sur les mots au moment de prendre le micro, lors d'une récente réunion des nouveaux adhérents au siège du parti. "Je voulais soulever le problème... Pour le fichier? Quand les gens votent, il va falloir inscrire leurs noms?" Le président le coupe : "J'ai compris la question. On va être très clair : non, vous n'avez pas le droit. C'est interdit par la CNIL". (...) Mais les deux listes d'émargement seront placées, au soir du premier tour et devant témoins, dans une enveloppe scellée et indéchirable qui ne pourra être ouverte avant le matin du second tour. Au soir du second tour, l'enveloppe, une nouvelle fois scellée, sera envoyée à la Haute Autorité, qui la détruira sous contrôle d'huissier. En revanche, les électeurs qui voudront laisser leurs coordonnées pour participer à la campagne pourront le faire sur un autre fichier qui sera remis au vainqueur.

Interview de la **Lettre A** au sujet de la réutilisation, par le prestataire du candidat Fillon dans le cadre d'une campagne de prospection par mail, des adresses mail dont il disposait dans le cadre d'un "*optin partenaires*". Les internautes avaient consenti à la collecte de données concernant leurs centres d'intérêts (santé, famille, pouvoir d'achat) à des fins de prospection commerciale. Le prestataire a considéré que l'envoi d'éléments de programmes politiques thématiques (programme santé, famille, etc.) relevait d'un *optin* lié à ces centres d'intérêts. Autrement dit un internaute disant être intéressé par des newsletters sur la santé, pouvait être considéré comme consentant pour recevoir le programme santé d'un candidat à la présidentielle.

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

Francetvinfo.fr reprend le sujet avec l'article "**Présidentielles : Emmanuel Macron passe 6 millions de coups de téléphone pour convaincre les électeurs**" le 19 avril. Le journaliste reprend la précision de la CNIL sur son site sur les "contacts occasionnels", ainsi que la nécessité d'informer et de recueillir le consentement.

Certains journalistes s'emparent du sujet pour des papiers web après avoir été eux-mêmes appelés directement par l'automate. Par exemple, **Mashable** reprend le cas d'un collègue contacté dans l'article "**Certains candidats misent encore sur le téléphone pour mobiliser les indécis**" (19 avril).