

Marketing politique en ligne : la CNIL devrait fixer les règles avant les élections

La CNIL a reçu une centaine de plaintes suite à la campagne de recrutement par e-mail lancée en septembre 2005 par l'UMP. Après enquête, la Commission estime qu'au total, plusieurs millions d'e-mail ont été expédiés, les fichiers d'adresses ayant été loués auprès d'éditeurs de base de données, lesquels doivent garantir qu'ils ont bien obtenu le consentement des internautes pour l'utilisation de leur adresse (principe de l' opt-in). Selon les premières conclusions de la Commission, l'organisation de ces campagnes « est strictement identique aux opérations de prospection commerciale classiques », sans « problèmes majeurs » identifiés, notamment au regard de la légalité des données connectées. Néanmoins, une question se pose : le consentement préalable des internautes obtenu pour une prospection commerciale est-il aussi valable pour les messages politiques ? Le président de la CNIL a donc convié les parti(e)s en présence à une table ronde le 9 mai, afin de « fixer les règles du jeu applicable, en fonction de la loi et de ce que veulent entreprendre les partis politiques » pour les élections de 2007.