

### *Ottawa*

Room 518, Confederation Building  
Ottawa, Ontario K1A 0A6  
Tel.: 613-996-1119  
Fax.: 613-996-0850



HOUSE OF COMMONS  
CHAMBRE DES COMMUNES  
CANADA

### *Ottawa*

Pièce 518, Édifice de la Confédération  
Ottawa (Ontario) K1A 0A6  
Tél. : 613-996-1119  
Télééc. : 613-996-0850

### *Constituency*

1 - 9711 Fourth Street  
Sidney, British Columbia V8L 2Y8  
Tel.: 250-657-2000  
Fax.: 250-657-2004

*Elizabeth May*

Member of Parliament / Députée  
Saanich—Gulf Islands / Saanich—Gulf Islands

### *Circonscription*

1 - 9711, rue Fourth  
Sidney (Colombie-Britannique) V8L 2Y8  
Tél. : 250-657-2000  
Télééc. : 250-657-2004

Stéphane Perrault  
Directeur général des élections du Canada  
Élections Canada  
30, rue Victoria  
Gatineau (Québec) K1A 0M6

Le 19 août 2020

Monsieur,

Je vous remercie de m'offrir l'occasion de réagir à la série de documents de discussion sur le thème « Les communications politiques à l'ère du numérique ».

Les enjeux abordés sont très préoccupants pour le Parti vert du Canada.

Contrairement à d'autres partis, nous avons déjà pris plusieurs positions pertinentes pour cet exercice consultatif.

### **Protection de la vie privée**

Nous avons réclamé la protection des renseignements personnels. En fait, au cours des deux dernières législatures, chaque fois que des améliorations ont été apportées à la Loi électorale du Canada, j'ai proposé des modifications afin que les partis politiques fédéraux soient assujettis à la Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques (LPRPDE). En fait, comme je ne suis autorisée à siéger à aucun comité, et comme j'avais apporté des modifications de fond en troisième lecture, les grands partis ont conçu un processus visant à me priver de mes droits à cette étape. Je suis « invitée » à soumettre des modifications lors de l'examen article par article, mais mes modifications sont « réputées » avoir été proposées dans une motion. Les membres



votants du comité n'ont pas appuyé mes modifications, de sorte qu'elles ont été rejetées lors de deux législatures.

L'an dernier, le commissaire à la vie privée Daniel Therrien nous a avertis que nos lois en matière de protection de la vie privée étaient loin d'être au niveau des lois de l'Union européenne et d'autres pays. Nos lois sont inadéquates pour régir le traitement que nos partis politiques réservent aux données personnelles des citoyens.

Le Parti vert du Canada a été le premier à demander que les lois sur la protection de la vie privée fédérales s'appliquent à tous les partis politiques fédéraux. En l'absence de politiques fédérales suffisamment solides, la Colombie Britannique a élaboré sa propre Personal Information Protection Act.

Nous estimons que la loi de la Colombie Britannique est un bon modèle à retenir à l'échelle fédérale.

Le document de discussion d'Élections Canada pose d'excellentes questions qui, à mon avis, devraient trouver une réponse au cours du processus en comité. Évidemment, les renseignements personnels susceptibles d'être utilisés pour supprimer le vote ne devraient pas pouvoir être enregistrés. Dans le livre de Garth Turner intitulé *Sheeple: Caucus Confidential in Stephen Harper's Ottawa* (Key Porter Books : 2010), l'ancien député conservateur utilise l'acronyme FRANK (données portant sur les « Friends, Relatives and Neighbours' Kids », soit les amis, la parenté et les enfants des voisins) pour décrire la collecte de données effectuée par le parti. La collecte de renseignements pourrait être utilisée pour cibler des messages « codés » négatifs.

Peu importe où la limite sera fixée, la décision doit être guidée par la nécessité de réduire au minimum la quantité de données collectées. Il pourrait être sage d'empêcher les partis politiques de collecter et de conserver des renseignements sur des électeurs qui ont clairement dit qu'ils ne voteraient jamais pour le parti qui collecte l'information.

Les partis politiques peuvent et devront collecter des données sur les électeurs qui souhaitent recevoir des renseignements non disponibles lorsqu'un démarcheur bénévole s'est présenté à leur porte. Les partis doivent être en mesure de recueillir des renseignements sur les électeurs qui demandent une affiche à installer sur leur pelouse. Il serait sage d'ajouter une case de consentement sur la fiche de suivi des démarcheurs pour garantir que l'électeur est conscient que des renseignements sont collectés.

Contrairement aux États Unis où chaque électeur choisit un parti politique lorsqu'il s'inscrit pour voter, au Canada, la plupart des gens n'adhèrent jamais à un parti. Il est



logique d'offrir aux partisans, qui ne sont pas membres, la possibilité de dire « gardez mon adresse et mes coordonnées dans vos dossiers » et de demander que les renseignements soient conservés pendant un an ou plus. Les partis ont besoin de garder une trace de leurs partisans, mais cette décision appartient à l'électeur, pas au parti.

Comme Susan Delacourt l'a décrit dans son important ouvrage, *Shopping For Votes: How Politicians Choose Us And We Choose Them* (Douglas and McIntyre : 2013), la politique au Canada a évolué au fil des ans et on emploie désormais des outils de collecte de données, le ciblage, des algorithmes et des « enjeux portant à controverse » pour remporter des élections sans plaire à la majorité des Canadiens.

À cause de l'injuste système majoritaire uninominal à un tour, la plupart des élections aboutissent à des législatures qui ne reflètent pas le pourcentage des votes remportés par les partis fédéraux. On constate une distorsion considérable qui se traduit généralement par ce que le professeur Peter Russell a qualifié de « fausse majorité » : le fait de remporter la majorité des sièges avec une minorité des voix. L'emploi d'outils de collecte de données et le « magasinage de votes » décrits par Mme Delacourt reviennent à manipuler une élection, circonscription par circonscription.

La clé de cette manipulation est le processus antidémocratique appelé « suppression du vote ».

Comme il en est question dans les documents de discussion, l'élection de 2011 a été marquée par des cas très troublants d'appels automatisés visant à détourner de leurs bureaux de scrutin réels des électeurs qui ne comptaient pas voter pour les conservateurs. En soulignant que c'est le Parti conservateur qui en a profité, je m'appuie sur les nombreuses décisions judiciaires rendues sur cette question, devant la Cour fédérale dans le cadre de la contestation du Conseil des Canadiens sur six circonscriptions électorales fédérales et devant la Cour supérieure de l'Ontario sur les accusations portées contre Michael Sona, un membre du personnel du Parti conservateur. Les deux tribunaux ont conclu que les personnes ciblées étaient bien des électeurs qui ne comptaient pas voter pour les conservateurs et que les renseignements utilisés pour faire les appels provenaient de la base de données du Parti conservateur. Aucun tribunal ni aucune enquête n'a encore déterminé qui était responsable.

La première utilisation d'appels automatisés lors d'une élection canadienne est survenue dans ma propre circonscription de Saanich–Gulf Islands en 2008. Dans ce cas aussi, le bénéficiaire d'une fausse boîte vocale, « truquée » pour sembler provenir des néo démocrates, était le Parti conservateur. Dans ce cas, aucun candidat néo démocrate



ne pouvait prétendre au siège, mais son nom figurait quand même sur le bulletin de vote. Les appels ont été faits la veille de l'élection pour exhorter les partisans néo démocrates à aller voter pour le (non) candidat local et pour Jack Layton et l'équipe du NPD. L'augmentation du nombre de votes pour le NPD, par rapport au sondage réalisé juste avant les appels, a privé le candidat libéral du siège dans une course serrée.

Ce cas a été cité devant le tribunal dans l'affaire relative à Mike Duffy et Nigel Wright. Mike Duffy a affirmé sous serment que Gary Lunn, le député conservateur qui détenait le siège, lui avait dit qu'un agent du Parti conservateur lui avait dit ultérieurement qu'il devrait le remercier. Lorsque M. Lunn lui a demandé pourquoi, on lui a répondu qu'il avait conservé son siège en raison des « opérations secrètes » menées au sein du Parti conservateur. Cet incident n'a jamais fait l'objet d'une enquête en bonne et due forme, mais il met en évidence les risques qu'il peut y avoir à laisser les partis politiques constituer des données solides sur les préférences électorales et les loyautés envers d'autres partis. Il existe d'autres formes de suppression du vote, comme les publicités négatives.

### **La publicité et la suppression du vote**

Il est évident que lorsque des stratèges politiques affirment que « les publicités négatives fonctionnent », ils disent en réalité que les publicités négatives suppriment le vote qu'un autre parti pourrait recevoir. Les publicités négatives personnelles ne peuvent être réglementées en raison de préoccupations relatives à la liberté d'expression, mais l'accès aux ondes peut et devrait être réglementé.

Les campagnes de publicité télévisée par saturation donnent un grand avantage aux partis les plus riches. La nature envahissante des publicités négatives placées aux heures de grande écoute, lors d'événements sportifs et autres, fait un maximum de dégâts. L'avènement des publicités négatives à l'américaine remonte à l'attaque menée par le Parti conservateur contre le chef libéral nouvellement élu Stéphane Dion. Les publicités ont été diffusées en dehors de toute période électorale à partir de janvier 2007. De nombreux observateurs croient que l'attaque « pas un chef » s'est attachée en permanence à M. Dion.

En tant que cheffe du Parti vert, ma première expérience comme cible d'une publicité négative personnelle remonte à 2019, avec un déluge de publicités radiophoniques qui avaient été achetées et approuvées par des néo démocrates qui prétendaient qu'on ne pouvait faire confiance à un vote pour un candidat du Parti vert. Une voix sinistre psalmodiait le message selon lequel : « Elizabeth May a dit qu'elle travaillerait avec les



conservateurs. C'est exact, les conservateurs de Stephen Harper ». Bien entendu, ce n'était pas le cas, mais en réfléchissant à la nature de tout Parlement minoritaire, j'avais dit que nous serions prêts à travailler avec n'importe qui. Les publicités ont saturé les ondes à Victoria et dans les environs. La marge de ma victoire a été réduite dans la circonscription de Saanich-Gulf Islands, mais le véritable impact est le fait qu'alors que nous étions en tête, nous avons perdu le jour de l'élection dans la circonscription de Victoria et la croissance a été freinée dans les autres circonscriptions détenues par le NPD dans les environs. Ces publicités étaient très efficaces, mais elles n'étaient ni morales ni honnêtes.

Nous devons prendre des mesures pour éviter que les ondes soient utilisées pour supprimer le vote. Nous devons nous assurer qu'elles ne sont pas utilisées dans des stratégies de suppression du vote.

La meilleure façon d'y parvenir est d'interdire complètement les publicités télévisées et radiophoniques des partis politiques ou de groupes indépendants. C'est la pratique en vigueur dans l'Union européenne, au Royaume Uni, en Irlande, au Brésil et dans bien d'autres pays.

La publicité électorale payée est autorisée dans ces pays, mais par d'autres moyens, comme des panneaux d'affichage et des publicités dans les journaux, ainsi que sur les médias sociaux.

L'accès équitable aux ondes est assuré par des émissions d'intérêt public gratuites. Tout candidat s'adressant directement à une caméra ne se livrera pas à des attaques personnelles et à des propos diffamatoires. Pour cela, il a besoin d'acteurs rémunérés et de voix hors champ sinistres.

### **La vérité en publicité**

Outre la publicité qui supprime le vote, on constate une augmentation des « fausses nouvelles » lors des élections canadiennes. Nous avons besoin d'améliorer considérablement la Loi dans l'intérêt de maintenir le caractère libre et équitable des élections canadiennes.

Les élections de 2019 ont été entachées par l'utilisation accrue de déclarations trompeuses, dont certaines peuvent être qualifiées de mensonges purs et simples. Dans ma propre circonscription, j'ai subi une pluie de publicités à la radio et dans les journaux et de prospectus envoyés par la poste qui faisaient de fausses allégations contre moi et le Parti vert.



Nous avons des exigences de vérité en publicité pour toutes sortes de produits de consommation et de santé. Lorsqu'un nouveau dentifrice arrive sur le marché, le fabricant est tenu par la loi de ne faire que des allégations vérifiables. Les partis politiques ne devraient ils pas être tenus de respecter la même norme? Faute d'une telle réglementation, les électeurs sont mal informés. Plus le mensonge est scandaleux, plus les électeurs sont susceptibles de penser qu'il est vrai, car il suppose qu'une certaine exigence de « vérité en publicité » s'applique.

Nous recommandons de modifier la Loi électorale afin de garantir que les citoyens aient un recours pour se plaindre d'une publicité qu'ils estiment fausse. La nouvelle loi conférerait au commissaire aux élections du Canada le pouvoir d'enquêter et, s'il détermine qu'une affirmation est fausse, d'ordonner au parti politique de cesser et de s'abstenir de proférer de fausses affirmations, et de publier une rétractation, une correction et des excuses. Manifestement, Élections Canada ne peut pas tenter de censurer l'opinion. Néanmoins, lorsque des affirmations et des allégations sont facilement réfutées sur la base de preuve, les fausses déclarations de fait devraient être réglementées afin que les Canadiens aient accès à des renseignements exacts dans le cadre du processus le plus essentiel à toute démocratie, soit nos élections.

Tout électorat devrait avoir accès à un service de plaintes afin d'évaluer rapidement si un parti politique ou un groupe indépendant distribue de faux renseignements destinés à nuire à un autre parti. Le règlement d'Élections Canada devrait comporter une fonction de vérification rapide pour informer le parti fautif que sa fausse publicité doit cesser et que des excuses doivent être publiées.

Vu la rapidité et la brièveté des élections canadiennes, il est important de prévoir aussi les sanctions financières comme facteurs de dissuasion puissants de tels comportements. Par exemple, la campagne d'attaque par la poste qui a frappé l'île de Vancouver a commencé vers la toute fin de la campagne, ce qui a fait en sorte qu'il était difficile pour le Parti vert de réagir avant le jour du scrutin. Même le meilleur des systèmes peut ne pas être en mesure d'exposer les faits avant que le mal ne soit fait. La crainte de perdre la remise financière postélectorale pourrait constituer un puissant facteur de dissuasion en ce qui concerne la diffusion de faux renseignements.

## **Les médias sociaux**

Le deuxième document de discussion d'Élections Canada sur les défis inhérents aux médias sociaux était très détaillé. Néanmoins, nous pensons qu'il est passé à côté de la bonne approche. Il ne suffit pas d'aborder la question comme votre document le



suggère et de tenter de relever ces défis uniquement dans le contexte d'une élection; nous avons vraiment besoin de réformes plus profondes.

La principale réforme est que les médias sociaux ne devraient plus être autorisés à s'accrocher à la fiction que les géants du numérique fournissent une plateforme neutre. En réalité, ce sont des éditeurs et ils devraient être traités comme tels. Leur existence en tant que « plateformes » leur permet de détourner des fonds publicitaires des médias locaux canadiens, ce qui mine notre démocratie puisque nous perdons des journaux locaux. La fiction de la « plateforme » permet à ces éditeurs de se soustraire à leur responsabilité légale et à l'application des lois en matière de diffamation et de libelle.

Nous devons aussi revoir les lois antitrust et les lois sur la concurrence afin d'inverser la centralisation grandissante de la propriété des médias d'information. Ces modifications exigent une intervention de la part du Parlement dans plusieurs domaines. Une recommandation du directeur général des élections en ce sens exercerait une influence considérable.

Les géants du numérique doivent être taxés et réglementés pour ce qu'ils sont – un secteur prédateur mondialisé qui mine la démocratie tout en exploitant nos données à leur propre profit. Facebook n'est pas notre « ami ». Nous devons le retirer de notre liste d'amis.

Merci beaucoup,



Elizabeth May, O.C.  
Députée  
Saanich–Gulf Islands  
Leader parlementaire du Parti vert du Canada

c. c. : L'honorable Dominic Leblanc

