DAAC Alliance de la publicité numérique du Canada

DAAC

Principes d'autoréglementation de la transparence s'appliquant à la publicité politique

pour les élections fédérales

Juillet 2021

APERÇU

Le présent document d'orientation explique la façon dont le principes d'autoréglementation de la transparence de l'Alliance de la publicité numérique du Canada (la « DAAC ») s'applique à la publicité politique numérique en ligne, diffusée dans le cadre d'élections fédérales et d'élections partielles fédérales.

Pour les participants au programme d'autorégulation de la DAAC pour la publicité comportementale en ligne, les principes et définitions existants de la DAAC restent pleinement en vigueur.

Il répond à l'utilisation croissante des plateformes et des technologies publicitaires numériques pour atteindre des auditoires potentiels avec de la publicité politique et donne lieu à la création de nouveaux outils visant à offrir une plus grande transparence quant à ces nouvelles pratiques.

Ce document explique comment il incombe à un annonceur politique qui paie pour de la publicité politique de fournir un avis renforcé dans cette dernière ou à proximité, qui pointe vers un avis qui mentionne certains renseignements le concernant. Tel que décrit aux présentes, l'avis inclura de l'information sur la personne ou sur l'entité qui fait de la publicité politique. On s'attend à ce que les annonceurs politiques, facilités si nécessaire par leurs partenaires publicitaires, fournissent un avis renforcé à l'aide d'une version de l'icône de la DAAC sur la transparence, qui est devenue un symbole omniprésent de la transparence offerte aux consommateurs dans l'écosystème de la publicité numérique.

I. DÉFINITIONS UTILISÉES

A. Publicité politique

On entend par publicité politique toute communication payée, en faveur ou contre un parti politique ou un candidat, y compris la publicité qui prend position sur une question à laquelle est associé un parti politique ou un candidat enregistré, et ce, même si le nom de ce parti ou de ce candidat n'est pas explicitement mentionné.

En vertu de la *Loi électorale du Canada*, la publicité politique qui est diffusée en période électorale (du déclenchement d'une élection au jour même de l'élection) s'appelle « publicité électorale » et est rigoureusement réglementée. Durant cette période, les partis, les candidats et les tiers sont soumis à une limite de dépenses électorales et à des exigences en matière de transparence.

Lors d'une élection fédérale à date fixe, il existe également une seconde « période préélectorale » réglementée, allant du 30 juin de l'année électorale au déclenchement de l'élection à la mi-septembre. Durant cette période, seule la « publicité partisane » est réglementée. Ce type de publicité inclut le matériel directement en faveur ou contre les partis et les candidats, mais exclut la publicité qui prend position sur une question à laquelle est associé un parti politique ou un candidat. Autrement dit, la publicité engagée qui n'est pas en faveur ou contre des candidats ou des partis demeure non réglementée. Une limite de dépenses électorales distincte s'applique à la période préélectorale, alors que les exigences en matière de transparence demeurent les mêmes. La publicité politique qui est diffusée en dehors de ces deux périodes n'est pas réglementée en vertu de la loi électorale fédérale.[1]

1 Pour plus de précisions, se reporter aux définitions de « publicité électorale » et de « publicité partisane » contenues dans le paragraphe 2(1) de la *Loi électorale du Canada*, telle qu'amendée par le projet de loi, à https://www.parl.ca/Content/Bills/421/Government/C-76/C-76_4/C-76_4.PDF

I. DÉFINITIONS UTILISÉES

B. Annonceur politique

On entend par annonceur politique toute personne ou toute entité qui paie pour faire diffuser une publicité politique. Un annonceur politique peut être un parti politique, un candidat, un tiers ou une association de circonscription enregistrés auprès d'Élections Canada. En période préélectorale, cette définition peut également inclure tout « parti admissible », soit tout parti politique qui s'est pré-qualifié à l'enregistrement une fois la période électorale en cours.

C. Publicité politique

On entend par publicité politique toute annonce qui contient une publicité politique. Une publicité politique peut être diffusée dans divers formats, tels que l'affichage publicitaire, la publicité native, la publicité vidéo et la publicité mobile.

II. TRANSPARENCE

A. Avis de publicité politique renforcé

Un annonceur politique doit inclure l'icône/le texte dans chacune de ses publicités politiques ou à proximité, qui fournit un avis clair, explicite et bien visible que l'annonce est une publicité politique.

Un annonceur politique se conforme au présent principe s'il fournit l'icône/le texte au moyen d'un réglage ou d'un mécanisme qui est conforme au principe, que ceux-ci soient fournis à l'aide d'une plateforme, d'un système d'exploitation ou d'un fournisseur.

En période préélectorale ou électorale fédérale, la publicité qui est réglementée en vertu de la *Loi électorale du Canada* doit contenir l'information énoncée sous la rubrique Avis de publicité politique.

II. TRANSPARENCE

B. Avis de publicité politique

Un annonceur politique doit fournir un avis clair, explicite et bien en vue en lien avec sa publicité politique. Un tel avis doit provenir d'une mention claire et explicite située dans la publicité ou à proximité.

Lorsque l'annonceur politique est un candidat ou un parti politique qui place de la publicité qui doit être diffusée en période préélectorale ou électorale fédérale, la mention doit indiquer uniquement que la publicité a été autorisée par l'agent officiel d'un candidat ou par l'agent enregistré d'un parti politique.[2]

Lorsque l'annonceur politique est un tiers enregistré qui place une publicité devant être diffusée pendant une période préélectorale ou électorale fédérale, la mention doit être plus détaillée et comprendre :

a) le nom de l'annonceur politique;

b) son numéro de téléphone;

c) son adresse municipale ou son adresse Internet, et

d) une indication à l'effet qu'il a autorisé la publicité politique.

e) Conformément à la loi en vigueur, lorsqu'une publicité est trop petite pour inclure l'avertissement requis par la loi fédérale, l'annonceur politique doit fournir un tel avertissement dans son avis.

2 *Loi électorale du Canada*, art. 320.

DAAC Alliance de la publicité numérique du Canada

33, rue Bloor Est, bureau 303
Toronto (Ontario)
M4W 3H1
info@daac.ca