

## Document introductif sur les sondages électoraux – Information pour les membres du CRIC

En prévision des prochaines élections fédérales, qui devraient être annoncées au début du mois d'août, le CRIC publie le présent document introductif sur les sondages électoraux<sup>1</sup> afin de rappeler aux membres les diverses exigences fédérales qui s'appliquent aux sondages électoraux ou aux activités liées au contact avec les électeurs.

Il existe quatre grandes catégories d'exigences, qui proviennent de la [Loi électorale du Canada](#) :

- 1) Services d'appels aux électeurs
- 2) Diffusion publique des résultats des sondages électoraux
- 3) Périodes d'interdiction
- 4) Dépenses électorales

### 1) **Services d'appels aux électeurs (article 348 de la Loi électorale du Canada)**

**Les membres qui offrent des « services d'appels aux électeurs »** par téléphone (en direct ou par RVI) pendant une période électorale – qu'il s'agisse d'appels pour encourager les gens à voter ou d'appels pour effectuer des sondages électoraux – **doivent s'inscrire au Registre de communication avec les électeurs, auprès du CRTC, dans les 48 heures suivant leur premier appel** pendant une période électorale (c.-à-d. lorsque le décret est adopté). Selon les exigences en matière d'inscription, il faut notamment fournir des informations d'identification et conserver des copies des scripts et des enregistrements utilisés pour effectuer les appels.

L'objectif du Registre consiste à protéger la population canadienne contre les appels téléphoniques malveillants et trompeurs pendant les élections fédérales, et à garantir que les entreprises qui appellent les électeurs le font de manière transparente. Le Registre ne concerne pas les sondages effectués en ligne ou par d'autres moyens.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur les exigences relatives au Registre de communication avec les électeurs, consultez les sites suivants :

- <https://crtc.gc.ca/fra/phone/rce-vcr/>
- <https://crtc.gc.ca/fra/phone/rce-vcr/guidecan.htm>
- <https://www.laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/e-2.01/page-45.html> [Partie 16.1]

### 2) **Diffusion publique des résultats des sondages électoraux (article 326 de la Loi électorale du Canada)**

Les entreprises membres du CRIC ont déjà fait preuve de la plus grande transparence en matière de publication, conformément aux [Normes et exigences de divulgation en matière de recherche sur l'opinion publique du CRIC](#). Ces normes sont un outil important pour aider le public et les médias à évaluer la qualité et la validité des recherches qui sont rendues publiques.

<sup>1</sup> Le présent document introductif ne contient pas de conseils juridiques. Nous encourageons les membres qui souhaitent se conformer à la législation canadienne à effectuer les recherches nécessaires ou à obtenir des conseils juridiques.

La *Loi électorale du Canada* prévoit plusieurs exigences quant à la transmission au public des résultats des sondages électoraux. Ces exigences s'appliquent à « **la première personne qui diffuse au public les résultats d'un sondage d'opinion pendant une période électorale, et toute personne qui les diffuse dans les 24 heures** qui suivent leur première publication. »

La Loi définit les sondages électoraux comme suit : « Sondage mené pour évaluer si des personnes ont l'intention de voter, pour qui elles vont voter ou pour qui elles ont voté à une élection ou portant sur une question à laquelle un parti enregistré ou un candidat est associé » (voir l'article 2[1] de la Loi).

La Loi stipule également que les informations suivantes doivent être publiées conjointement avec les résultats du sondage :

- a) le nom du demandeur du sondage;
- b) le nom de la personne ou de l'organisation qui a procédé au sondage;
- c) la date à laquelle ou la période au cours de laquelle le sondage s'est fait;
- d) la population de référence;
- e) le nombre de personnes contactées;
- f) le cas échéant, la marge d'erreur applicable aux données;
- g) l'adresse du site Internet où est publié le compte rendu visé au paragraphe (3).

Plusieurs autres exigences, énumérées à l'article 327 de la Loi, s'appliquent à la personne ou à l'organisation qui demande le sondage électoral, notamment l'exigence « qu'un compte rendu des résultats soit publié sur un site Internet accessible au public et y demeure pour le reste de cette période. »

Pour obtenir de plus amples renseignements sur les exigences de communication des sondages électoraux, consultez les articles 326 et 327 de la *Loi électorale du Canada* :

- <https://www.laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/e-2.01/page-42.html>

### **3) Période d'interdiction (article 328 de la *Loi électorale du Canada*)**

En lien avec les exigences de publication énoncées à l'article 326, la Loi interdit également, à l'article 328, la transmission des résultats des sondages au public le jour du scrutin. Il s'agit de la « période d'interdiction », durant laquelle **il est interdit de publier les résultats d'un sondage dans une circonscription électorale le jour du scrutin** avant la fermeture de tous les bureaux de vote de cette circonscription.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur la période d'interdiction, consultez l'article 328 de la *Loi électorale du Canada* :

- <https://www.laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/e-2.01/page-43.html>

### **4) Dépenses électorales (article 349 de la *Loi électorale du Canada*)**

De nouvelles exigences relatives aux dépenses électorales ont été adoptées à la fin de 2018 afin d'accroître la transparence quant à la participation de tiers et d'entités étrangères au processus électoral. Bien qu'elles imposent quelques contraintes supplémentaires aux entreprises de recherche, les nouvelles dispositions de la *Loi électorale du Canada* cadrent avec les normes de l'industrie en ce qui concerne la transparence des sondages et contribuent à renforcer la démocratie.

**Les nouvelles dispositions s’appliquent principalement aux sondages électoraux demandés par des tiers qui ont l’intention d’utiliser les données des sondages pour prendre des décisions concernant des activités partisans, comme la publicité électorale, les rassemblements et le démarchage à domicile.** (La Loi établit maintenant une distinction entre un « sondage électoral » traditionnel et un « sondage électoral qu’un tiers effectue ou fait effectuer<sup>2</sup>. »)

**En ce qui concerne les sondages électoraux traditionnels, — c.-à-d., ceux qui ne sont pas demandés par un tiers engagé dans des activités partisans** — les membres doivent se conformer à quelques nouvelles exigences relatives à la transparence et au Registre de communication avec les électeurs. Par exemple, les fournisseurs de service appelant devront conserver, pendant une période de trois ans, une liste des numéros de téléphone composés pendant la période électorale. De plus, les commanditaires de sondages électoraux devront garder les sondages publiés sur une page Web pendant toute la période électorale.

**En ce qui concerne les sondages électoraux qu’un tiers effectue ou fait effectuer**, plusieurs nouvelles exigences s’appliquent aux tiers, qui doivent enregistrer leurs activités lorsque les élections débutent officiellement.

Les nouvelles dispositions interdisent aux entités étrangères d’engager des dépenses pour influencer les élections, notamment le financement des tiers participant à des activités partisans, au processus de publicité électorale ou aux sondages électoraux.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur les sondages électoraux des tiers, consultez l’article 349 de la *Loi électorale du Canada* :

- <https://www.laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/e-2.01/page-47.html>

**Selon l’article 349 de la *Loi électorale du Canada* :**

***sondage électoral*** Tout sondage électoral qu’un tiers — personne ou groupe, sauf un parti politique enregistré en vertu d’une loi provinciale — effectue ou fait effectuer pendant une période préélectorale ou une période électorale et dont les résultats sont pris en compte par ce dernier, selon le cas :

- (a) soit dans sa décision d’organiser et de tenir ou non des activités partisans ou de diffuser ou non des messages de publicité partisane ou des messages de publicité électorale;
- (b) soit dans le cadre de l’organisation et de la tenue de telles activités ou de la diffusion de tels messages.

***activité partisane*** Toute activité, notamment le porte-à-porte, les appels téléphoniques aux électeurs et l’organisation de rassemblements, qui est tenue par un tiers — personne ou groupe, sauf un parti politique enregistré en vertu d’une loi provinciale — et qui favorise ou contrecarre un parti enregistré ou un parti admissible ou l’élection d’un candidat potentiel, d’un candidat à l’investiture, d’un candidat ou d’un chef de parti enregistré ou de parti admissible autrement que par la prise d’une position sur une question à laquelle le parti ou la personne en cause est associé. La présente définition exclut la publicité électorale, la publicité partisane et toute activité de financement.

<sup>2</sup> Un ***tiers*** signifie une personne ou un groupe autre qu’un parti ou une association politique enregistré(e), qu’un candidat ou qu’un candidat à l’investiture. Cela peut comprendre une entreprise, un syndicat, un groupe d’intérêt, etc.

\*\*\*\*

*Nous recommandons aux membres du CRIC qui effectuent des sondages électoraux et qui ont des questions sur les exigences de la Loi électorale du Canada et du Registre de communication avec les électeurs de communiquer avec Élections Canada et le CRTC.*