

Mémoire

présenté à

La Commission d'aménagement du territoire
Dans le cadre de l'étude du projet de loi numéro 26
(Loi modifiant la Loi sur les élections et les référendums
dans les municipalités en matière de financement)

par

Jean Claude Gobé
Action Laval

Le 9 avril 2013

INTRODUCTION

Jean-Claude Gobé, citoyen de Laval, et ex membre de l'assemblée nationale du Québec (1985-2003) est le chef du parti Action Laval. Ce parti, fondé au printemps 2013, vise à proposer aux électeurs lavallois un candidat à la mairie et une équipe complète de vingt-et-un candidats aux élections du 3 novembre 2013. Ce parti dont les membres sont de toutes allégeances et reflètent l'ensemble des communautés présentes à Laval souhaite proposer une nouvelle manière de gouverner cette ville qui fut probablement l'une des plus stigmatisées par les allégations de corruption, de collusion, et d'autres malversations ayant cours ces derniers temps, au point d'en entraver même les activités normales de sa population.

Afin d'atteindre ses objectifs, ACTION LAVAL s'est doté d'un programme en trois points :

- ♦ Gouvernance transparente
- ♦ Priorité à la qualité de vie
- ♦ Priorité au développement durable

C'est dans le cadre des implications du premier point ci-dessus, la gouvernance transparente, que nous avons choisi de vous présenter ce mémoire portant sur, et visant à corriger certaines formes antidémocratiques de communication en période électorale et/ou pré-électorale.

Exposé général

Les spécialistes du marketing, de la publicité et des relations publiques ont établi depuis longtemps que le succès d'un candidat lors d'élections repose essentiellement sur la qualité de sa communication. Cela est vrai quel que soit le palier électoral : fédéral, provincial ou municipal. Par ailleurs, l'époque des communications de personne à personne est à peu près révolue. S'il est encore pertinent pour un candidat de faire valoir sa présence et sa disponibilité par des opérations de porte-à-porte, surtout au niveau des quartiers d'une ville, nous savons tous que rien n'a autant d'impact pour rejoindre l'ensemble de la population que des opérations à forte portée médiatique : trente secondes de visibilité dans un bulletin de nouvelles peut avoir autant d'effet que 10 000 mains serrées. À une époque où l'accent est mis sur l'optimisation des interventions et où la productivité consiste à faire davantage en moins de temps, on voit tout de suite l'intérêt de la formule.

Dans le cadre du projet de loi n° 26 – Loi modifiant la Loi sur les élections et les référendums dans les municipalités en matière de financement – il nous semble important, dans le respect des buts que poursuit le législateur, d'intégrer au texte de façon explicite des **limites quant à la forme des communications que peuvent se permettre les candidats ou leur organisation non seulement en période électorale, mais au cours d'une période de six mois à un an précédant l'émission de brefs d'élection.**

L'absence de tout encadrement de cette forme permet actuellement à des personnes, candidates à une prochaine élection ou élues, de profiter de leur actuel mandat pour

faire la promotion de leur candidature en se servant de médias payés par d'autres, et même par les contribuables, ou en bénéficiant d'aide ou de dons en parfaite contravention avec l'esprit de la loi. À titre d'exemple, nous joignons en annexe à ce mémoire la dernière publication du Bulletin d'information de la ville de Laval « Vivre à Laval », une brochure de 36 pages couleurs distribuée gratuitement à toutes les portes de Laval et visant à faire connaître les services de la ville. Bien sûr, vous y retrouverez en page 2, comme il se doit, le Mot du maire, mais aussi en page 7, une « Entrevue avec le maire de Laval », présentée sous la forme d'un complaisant portrait faire-valoir, une pleine page dont la pertinence sur le plan de l'information municipale est à tout le moins très suspecte, mais dont l'intérêt partisan à quelques mois des élections municipales est assez évident.

Nos préoccupations quant à ce type de pratique sont grandes. Elle sont partagées un peu partout en Occident où la défense des droits démocratiques est une préoccupation croissante. À preuve, cet article du juriste Jean-Louis Vasseur¹ énonçant la loi française sur la communication politique dans le cadre d'élections municipales, loi qui bannit expressément, pour une période de six mois à un an précédant l'élection et pour tout candidat disposant d'un mandat électoral, toute forme d'initiative pouvant être de nature à promouvoir sa candidature. Bien sûr, il est normal pour un politicien, de faire valoir ses réalisations. Comme le souligne Me Vasseur :

« Il est conforme aux besoins des administrés d'être tenus informés des initiatives de leur municipalité, de l'ouverture de nouveaux bâtiments publics, des actions engagées par la ville pour développer l'accueil de telle ou telle partie de la population, pour doter un quartier d'un nouvel espace vert, etc. A

¹ Vasseur, Jean-Louis, *Élections municipales 2014 - Communiquer sans promouvoir les candidats* in La Gazette, Paris, 25 février 2013, pp 47-49

cet effet, il est tout à fait admis que les communes utilisent des termes qui ne présentent pas leurs réalisations de façon médiocre. Comme il est normal que les élus, et le maire en premier lieu, veuillent expliquer leurs réalisations que ce soit en 2012, 2013 ou 2014. Cependant, comment distinguer si la communication ainsi engagée en période pré-électorale, n'obéit qu'à un souci d'information et ne peut être appréciée, déjà, comme un discours inspiré par des considérations électoralistes? Quelques grands principes permettent, en général, de s'orienter à ce propos. Les limites, posées par le Code électoral, entrent en vigueur selon un calendrier étalé sur une année et constituent deux périodes. »

La loi française nous offre des paramètres permettant de répondre à ces questions en évitant la subjectivité. À titre d'exemple, il y a interdiction de toute aide ou de tout don d'une collectivité à un candidat pour une période d'un an avant l'élection. Cette interdiction englobe toutes les personnes morales à l'exclusion des partis ou regroupements politiques. Elle interdit toute forme de don ou de prestation équivalent à un don, en bien ou en nature. En voici quelques exemples cités par Vasseur² :

- ♦ l'utilisation par un élu candidat sans le payer d'un cliché photographique appartenant à la mairie;
- ♦ la publication d'un mensuel financé par la commune durant toute l'année précédant l'élection et comportant des éléments de propagande électorale;
- ♦ l'utilisation d'un véhicule de fonction de société;
- ♦ l'utilisation du personnel municipal au cours du service pour apporter son concours à la campagne électorale d'un élu ou la mise à disposition massive des compétences et des services d'un nombre élevé de salariés de la collectivité.

² Id., p. 46

Cette même loi française poursuit dans l'esprit de ce que nous vous proposons aujourd'hui, en interdisant toute campagne publicitaire ou promotionnelle des réalisations ou de la gestion des collectivités pendant une période de six mois avant une élection. On entend ici toute campagne visant à promouvoir les réalisations des élus et, ainsi, influencer l'opinion des électeurs.

Ajouter des articles comparables à la loi québécoise ne saurait que bonifier ses effets et contribuerait grandement, en les assortissant de sanctions dissuasives, à l'assainissement des mœurs électorales, en particulier au niveau municipal où, de nombreux événements récents nous l'illustrent, la moralité et l'éthique sont souvent les parents pauvres du processus.

L'utilisation des ressources municipales à des fins électoralistes partisans nous apparaît contraire à l'esprit de la Loi sur l'éthique et la déontologie en matière municipale qui énonce comme valeur principale des municipalités la loyauté envers la municipalité et qui interdit l'utilisation des ressources d'une municipalité à des fins personnelles ou à des fins autres que les activités liées à l'exercice de ses fonctions.

À la lumière de ce qui précède,

considérant que :

les fonds publics ne doivent pas servir à la promotion individuelle des élus ou des formations politiques;

Toute communication ou publication d'une ville ou d'une municipalité doit respecter

le principe d'objectivité et de neutralité;

ACTION LAVAL propose les amendements suivants au projet de loi 26 :

La Loi sur les élections et les référendums dans les municipalités en matière de financement est modifiée par l'insertion, après l'article 284, des suivants :

284.1. À compter du 180^{ième} jour précédant la date du scrutin, aucune communication ou campagne de promotion publicitaire des réalisations ou de la gestion d'une municipalité ne peut être organisée par les autorités municipales ou toute personne morale publique ou privée, à l'exception des partis ou regroupement politiques.

284.2 À compter du 180^{ième} jour précédant la date du scrutin, est également prohibée toute communication ou campagne de promotion publicitaire ayant pour effet direct ou indirect de valoriser les actions, les succès, les accomplissements des élus sortant susceptibles de solliciter un nouveau mandat électoral.

284.3 Les interdictions énoncées aux articles 284.1 et 284.2 n'ont pas pour effet d'interdire les communications institutionnelles à des fins générales d'information publique ni les campagnes à vocation touristique, économique ou commerciale.

284.4 À compter de 365 jours précédant la date du scrutin, il est interdit à tout candidat en exercice de mandat d'accepter une aide ou un don en nature ou en espèce de toute institution ou personne morale, à l'exception des partis ou regroupement politiques.

Nous croyons que les amendements proposés permettront de garantir l'équité dans l'exercice de la démocratie municipale.

Quant aux autres dispositions du projet de loi, nous sommes généralement en accord avec celles-ci et considérons qu'il s'agit d'un pas de plus vers le financement démocratique de toute institution politique. Nous verrons donc au respect de la loi tant dans son énoncé que dans l'esprit de la loi sur le financement des partis municipaux.

Au nom d'ACTION LAVAL, de la population de Laval, et de toutes les municipalités du Québec, nous vous remercions de l'accueil que vous réserverez à cette proposition et nous vous assurons de notre collaboration pleine et entière pour contribuer à toute action visant à améliorer la qualité de la démocratie municipale au Québec.

Pour ACTION LAVAL,

Jean-Claude Gobé, candidat à la mairie

Claire Le Bel, conseillère municipale

Jean Desautels, coordonnateur

Me Karine Joisil