

# Garantir des règles du jeu équitables

Contrer les menaces de mésinformation et de désinformation qui pèsent sur l'administration des élections en Ontario

OCTOBRE 2024





Office of the  
Chief Electoral Officer  
of Ontario



Bureau du directeur  
général des élections  
de l'Ontario

Octobre 2024

L'honorable Ted Arnott  
Président de l'Assemblée législative  
Bureau 180, Édifice de l'Assemblée législative  
Queen's Park  
Toronto (Ontario) M7A 1A2

Monsieur le Président,

J'ai le plaisir de vous présenter un rapport spécial sur l'état de la désinformation et de la désinformation au Canada et leurs répercussions possibles sur l'administration du processus électoral en Ontario.

Élections Ontario surveille et étudie de près la façon dont l'intelligence artificielle (IA) et les médias sociaux contribuent à la diffusion de renseignements faux et trompeurs. Ce travail a soulevé plusieurs questions que j'aimerais porter à votre attention, ainsi qu'une liste de recommandations sur les réponses qu'Élections Ontario peut y apporter.

À l'approche de la prochaine élection générale à date fixe, je suis convaincu que les recommandations contenues dans le rapport ci-joint fourniront les outils nécessaires pour continuer d'administrer des élections libres, équitables et impartiales dans la province.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Président, mes salutations les plus cordiales,

A handwritten signature in black ink that reads 'Greg Essensa'.

**Greg Essensa**

Document non classifié / Document non classifié





# Table des matières

<b>1</b>	<b>Résumé</b>	7
<b>2</b>	<b>Garantir des règles du jeu équitables pour contrer les menaces de mésinformation et de désinformation qui pèsent sur l'administration des élections en Ontario</b>	9
	<b>2.1</b> Le rôle de l'IA et des médias sociaux dans la diffusion de renseignements faux et trompeurs	10
	<b>2.2</b> Lutte contre les irrégularités électorales : approches adoptées par d'autres territoires de compétence	12
	<b>2.3</b> Lutter contre la mésinformation sur les plateformes de médias sociaux	15
<b>3</b>	<b>Recommandations</b>	17
	<b>3.1</b> Recommandation N° 1 : Renforcer la surveillance et l'application des normes relatives à la publicité politique pour lutter contre la propagation de la mésinformation et de la désinformation par les canaux numériques	18
	<b>3.2</b> Recommandation N° 2 : Renforcer les exigences de divulgation de la publicité politique diffusée sur les plateformes numériques afin d'accroître la responsabilisation à l'égard du public	19
	<b>3.3</b> Recommandation N° 3 : Définir des protections ciblées contre la diffusion de contenu de mésinformation et de désinformation compromettant l'intégrité du processus électoral	20
<b>4</b>	<b>Conclusion</b>	21
<b>5</b>	<b>Définitions</b>	22



# 1 Résumé

La mésinformation et la désinformation sont susceptibles de compromettre l'intégrité des élections en Ontario. L'intelligence artificielle (IA) et les algorithmes des médias sociaux sur les plateformes numériques peuvent manipuler les données et entraîner la propagation rapide de la mésinformation et de la désinformation<sup>1</sup>.

Élections Ontario a cerné les limites et les lacunes de la loi, alors que des mesures modernes doivent être adoptées pour contrer les menaces numériques actuelles et futures afin de préserver l'équité et la transparence des élections.

Les pouvoirs d'enquête, d'intervention et de sanction en cas d'irrégularité dont dispose actuellement le directeur général des élections (DGE) en vertu de la *Loi électorale* et de la *Loi sur le financement des élections* sont insuffisants pour contrer les menaces croissantes dans un paysage numérique en évolution rapide où les perceptions des électeurs peuvent être manipulées de manière inappropriée par des fausses nouvelles et du contenu généré par l'IA qui est amplifié par des algorithmes.

D'autres territoires de compétence s'efforcent de répondre à cette menace. La Colombie-Britannique a adopté de nouvelles lois visant à lutter contre la mésinformation électorale et à accroître la transparence de la publicité politique. Au niveau fédéral, des propositions ont été formulées pour lutter contre la mésinformation en ligne, tandis qu'aux États-Unis, l'accent est mis sur la transparence des politiques relatives aux médias sociaux.

---

<sup>1</sup> La mésinformation désigne la diffusion de renseignements inexacts sans intention malveillante, tandis que la désinformation est créée délibérément dans le but de tromper.

**Dans son rapport, Élections Ontario recommande les modifications législatives suivantes :**

1. Renforcer la surveillance et l'application des normes relatives à la publicité politique, ainsi que les exigences de divulgation de la publicité politique numérique (utilisation de robots).
2. Établir des exigences en matière de contenu et de format pour les déclarations d'autorisation dans la publicité politique numérique, et exiger un étiquetage de toute publicité créée entièrement ou partiellement par l'IA.
3. Permettre au DGE d'enjoindre à des particuliers et à des entités, y compris les médias sociaux et les plateformes numériques, de surveiller et de corriger les faux renseignements sur les élections et d'intervenir s'ils n'y parviennent pas.
4. Imposer des pénalités en cas de diffusion de faux renseignements concernant les élections et de non-respect des exigences relatives à la publicité politiques numérique.

Compte tenu de l'évolution rapide de l'IA et de son incidence sur les médias sociaux et les plateformes numériques, il est nécessaire de prendre des mesures pour protéger l'intégrité des élections en Ontario contre la mésinformation et la désinformation.



## 2

# Garantir des règles du jeu équitables pour contrer les menaces de mésinformation et de désinformation qui pèsent sur l'administration des élections en Ontario

L'intelligence artificielle (IA) et les algorithmes des médias sociaux ont renforcé la menace que les renseignements faux et trompeurs font peser sur l'intégrité de l'administration des élections. La mésinformation fait référence à la diffusion de renseignements inexacts ou trompeurs sans intention de nuire, souvent due à la non vérification des faits. La désinformation, quant à elle, consiste à créer et à diffuser délibérément de faux renseignements dans l'intention de tromper et de manipuler. Bien qu'ils ne soient pas nouveaux dans le processus démocratique, ces enjeux continuent de poser des défis importants que les organismes de gestion électorale (OGE), y compris Élections Ontario, doivent surveiller et gérer attentivement.

Lorsqu'elles sont utilisées à des fins malveillantes, ces technologies émergentes posent de graves problèmes qui inquiètent la population canadienne. À titre d'exemple, lors de l'élection fédérale canadienne de 2021, une forte majorité de Canadien(ne)s s'est dite préoccupée par le fait que la mésinformation constitue une menace importante pour la démocratie<sup>2</sup>. L'étude de recherche que nous avons menée après l'élection provinciale de l'Ontario de 2022 a révélé que près des trois quarts des électeurs estimaient que les faux renseignements avaient eu une incidence sur le résultat du scrutin, dans une certaine mesure<sup>3</sup>.

Le directeur général des élections (DGE) de l'Ontario est habilité à enquêter sur les contraventions à la *Loi électorale*, L.R.O. 1990, chap. E.6 (la *Loi électorale*) et à la *Loi sur le financement des élections*, L.R.O. 1990, chap. E.7 (la *Loi sur le financement des élections*). Ces mécanismes d'application comprennent des pénalités administratives financières et, au besoin, des renvois vers les services d'application de la loi, comme le ministère du Procureur général. En outre, le DGE propose régulièrement des modifications législatives et des recommandations stratégiques visant à protéger le processus électoral contre les menaces émergentes. Toutefois, la législation a souvent du mal à suivre le rythme du changement technologique, en particulier avec l'essor des médias sociaux, des outils d'IA et du contenu généré par l'IA. Afin de garantir des élections équitables et transparentes, le DGE a besoin d'outils modernisés pour protéger l'intégrité du processus électoral contre la menace posée par les renseignements faux et trompeurs.

Près des **trois quarts** des électeurs estimaient que les faux renseignements avaient eu une incidence sur le résultat du scrutin, dans une certaine mesure<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> *Mis- and Disinformation During the 2021 Canadian Federal Election*, Observatoire de l'écosystème médiatique (2022), [https://www.mcgill.ca/maxbellschool/files/maxbellschool/meo\\_election\\_2021\\_report.pdf](https://www.mcgill.ca/maxbellschool/files/maxbellschool/meo_election_2021_report.pdf).

<sup>3</sup> *Elections Ontario: Post-Election Research Provincial Election 2022*, Léger (2022).

## 2.1 Le rôle de l'IA et des médias sociaux dans la diffusion de renseignements faux et trompeurs

Les Canadien(ne)s sont de moins en moins nombreux à s'informer auprès des médias traditionnels. Selon un sondage Abacus commandé par la CPAC, 22 p. 100 des Canadien(ne)s n'obtiennent pas leurs nouvelles de sources traditionnelles (nouvelles télévisées, radio, journaux, sites Web des journaux). Parmi les jeunes adultes, cette proportion s'élève à 39 p. 100 ; ces derniers sont plus susceptibles d'accéder aux nouvelles à partir des médias sociaux, des moteurs de recherche ou de leurs amis<sup>4</sup>. Lors des élections municipales et du référendum provincial de 2021 en Alberta, la publication sur les médias sociaux de faux messages usurpant l'identité d'Élections Alberta a sapé la crédibilité de l'organisme<sup>5</sup>, ce qui illustre la vulnérabilité croissante des Canadien(ne)s face au contenu faux ou trompeur. Ce défi est amplifié par le fait que les plateformes numériques utilisent les données personnelles pour segmenter les publics et adapter la

publicité, de sorte à influencer les opinions tout en rendant plus difficile pour les organismes de réglementation et les lanceurs d'alerte de détecter le contenu qui enfreint les lois ou les règlements locaux.

Les technologies d'IA amplifient la diffusion de renseignements faux et trompeurs en permettant des campagnes de désinformation personnalisées et de grande envergure. De la programmation d'alarmes à l'analyse de données, les programmes d'IA imitent la pensée humaine pour faciliter des tâches comme la création de textes ou de vidéos. Le problème vient du fait que le contenu entièrement généré par l'IA – appelé contenu synthétique – est presque impossible à distinguer des images et des textes générés par l'être humain. Selon les prévisions du Parlement européen, jusqu'à 90 p. 100 du contenu en ligne pourrait être généré par l'IA d'ici 2026<sup>6</sup>. Le volume considérable de contenu synthétique sur les médias



Une femme lit les informations en ligne à l'aide de son appareil mobile.

4 *Désinformation, Démocratie et Culture*, CPAC (2024),

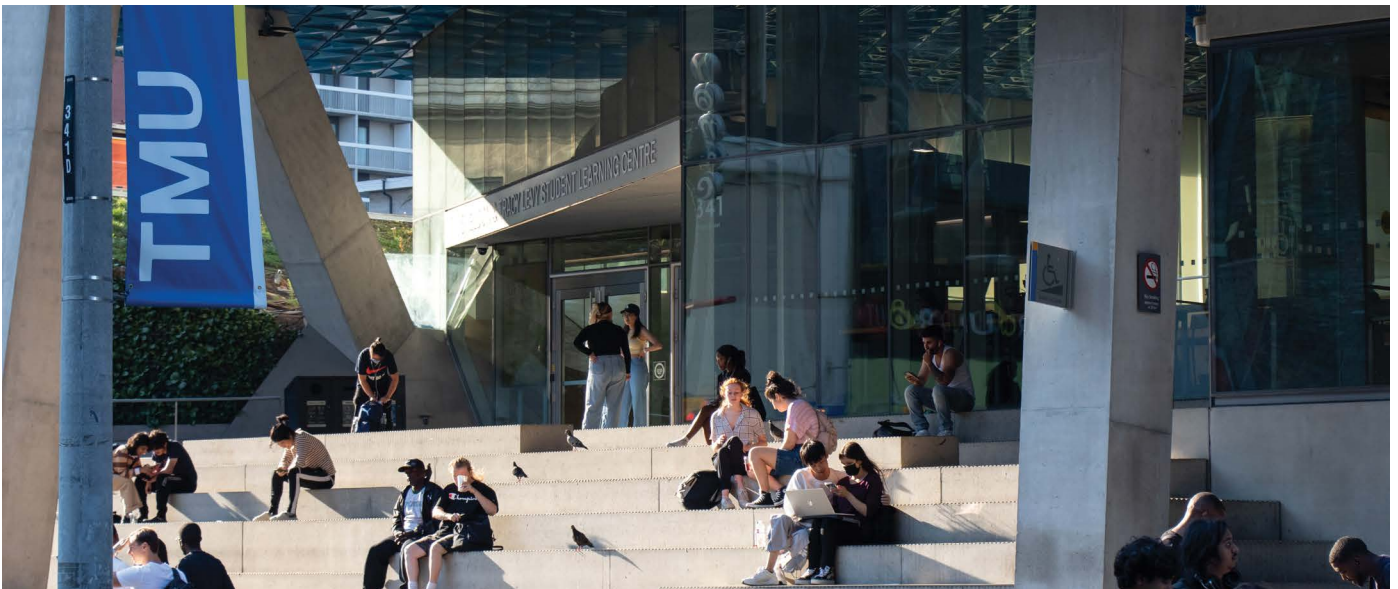
<https://www.cpac.ca/static-assets/files/doc/CPAC-FR-DesinformationDemocratieetCulture-Avril2024.pdf>.

5 French, J., « Elections Alberta says fraudulent social media posts sought to damage agency's reputation », *CBC News* (8 décembre 2021),

<https://www.cbc.ca/news/canada/edmonton/elections-alberta-says-fraudulent-social-media-posts-sought-to-damage-agency-s-reputation-1.6277094>.

6 Adam, M. et Hocquard, C., *Artificial intelligence, democracy and elections*, Service de recherche du Parlement européen (2023),

[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2023/751478/EPRS\\_BRI\(2023\)751478\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2023/751478/EPRS_BRI(2023)751478_EN.pdf).



Étudiants assis sur les marches à l'entrée du centre d'apprentissage étudiant de Sheldon & Tracy Student Learning Centre de Toronto Metropolitan University.

sociaux accroît la probabilité que les électeurs, au Canada et dans le monde entier, soient exposés à des renseignements faux ou trompeurs qui sont susceptibles d'influencer leur vote<sup>7</sup>.

Dans la mesure où les renseignements faux et trompeurs sont désormais générés à une vitesse sans précédent, la diffusion de contenu synthétique sur les médias sociaux est devenue un problème majeur pour les OGE. Il peut s'agir par exemple de messages textes convaincants soi-disant envoyés par des candidats, de fausses annonces dans différentes langues concernant les processus de vote ou de faux sites Web qui ressemblent aux sites officiels du gouvernement. Lors de l'élection fédérale canadienne de 2021, des chercheurs ont identifié des comptes robots – c'est-à-dire des profils numériques automatisés

qui sont programmés pour interagir avec des plateformes ou des utilisateurs – diffusant du contenu politique et de la désinformation sur les médias sociaux<sup>8</sup>. Selon un rapport de l'Observatoire de l'écosystème médiatique, toutes les plateformes de médias sociaux examinées contiennent de la mésinformation liée aux élections, malgré des politiques de modération et d'intégrité électorale plus affirmées<sup>9</sup>. Ce constat est corroboré par un sondage récent mené par le Dais, un groupe de réflexion de l'Université métropolitaine de Toronto, qui a révélé que les Canadien(ne)s interrogés étaient 75 p. 100 à avoir été exposés à des nouvelles ou à des renseignements qu'ils soupçonnaient d'être faux et 68 p. 100 à avoir d'abord cru que des renseignements sur l'actualité étaient vrais, avant de découvrir par la suite qu'ils étaient faux<sup>10</sup>.

7 Aimeur, E., Amri, S. et Brassard, G., « Fake news, disinformation and misinformation in social media: a review », *Social Network Analysis and Mining*, vol. 13, no 1, article 30 (9 février 2023), <https://doi.org/10.1007/s13278-023-01028-5>.

8 Desrosiers-Brisebois, G. « Twitter and Social Bots : An Analysis of the 2021 Canadian Election », (2022), <https://papyrus.bib.umontreal.ca/xmlui/handle/1866/28515>.

9 *Mis- and Disinformation*, Observatoire de l'écosystème médiatique (2022).

10 Lockhart, A., Laghaei, M. et Andrey, S., *Survey of Online Harms in Canada 2024*, The Dais (2024), <https://dais.ca/wp-content/uploads/2024/08/Survey-of-Online-Harms-in-Canada-2024.pdf>.

## 2.2 Lutte contre les irrégularités électorales : approches adoptées par d'autres territoires de compétence

### Les OGE exercent une surveillance proactive des menaces potentielles posées par l'IA dans la diffusion de renseignements faux et trompeurs.

Pour mieux traiter ces questions, des administrations de toute l'Amérique du Nord ont proposé ou adopté des réformes législatives qui sont autant de précédents importants dont l'Ontario peut s'inspirer.

En 2023, Elections BC a modifié la loi électorale (*Election Act*) de la Colombie-Britannique (C.-B.) pour lutter spécifiquement contre la mésinformation et la désinformation électorales. La loi de 2023 modifiant la loi électorale (*Election Amendment Act, 2023*) de la C.-B. interdit la diffusion délibérée de faux renseignements sur le processus électoral, y compris l'usurpation d'identité et les fausses déclarations sur l'OGE, les partis politiques et les candidats. La loi de la C.-B., dans sa version modifiée, s'applique à toutes les formes de communication, tant dans les médias traditionnels que numériques.

Par ailleurs, la loi de la C.-B. accroît la transparence de la publicité politique en renforçant les exigences relatives aux coordonnées pour les parrains et en conférant au directeur général des élections de la C.-B. le pouvoir d'établir des normes visant les conditions d'autorisation de la publicité électorale. Ces dispositions améliorent l'accès aux renseignements sur les parrains de la publicité politique et permettent de mieux s'adapter à l'évolution des pratiques publicitaires. Selon le dernier plan de services d'Elections BC, ces modifications législatives sont en cours de mise en œuvre. Le directeur général des élections aura notamment le pouvoir de délivrer des avis de retrait aux plateformes hébergeant du contenu non conforme et d'imposer des pénalités administratives financières aux particuliers et aux organismes qui omettent de se conformer<sup>11</sup>. L'efficacité de ces modifications sera évaluée après l'élection générale de la C.-B. de 2024.

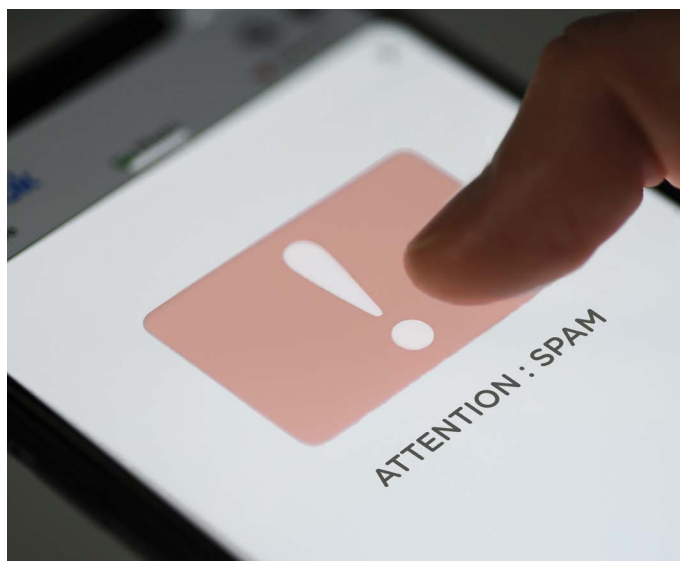
Au niveau fédéral, le projet de loi C-76, la *Loi sur la modernisation des élections* (Canada), prévoit que les plateformes publient un registre de la publicité politique numérique qu'elles affichent. Ce projet de loi exige que toute la publicité politique numérique soit accessible au public dans un registre en utilisant l'infrastructure numérique existante des plateformes de médias sociaux<sup>12</sup>. Ces exigences de transparence s'étendent à la sphère numérique. Ainsi, les plateformes technologiques se voient confier la

11 *Delivering Modernized Elections: 2022/23 Annual Report & 2023/24-2025/26 Service Plan*, Elections BC (2023), <https://elections.bc.ca/docs/Report-202223ARSP-October2023.pdf>.

12 *Répondre aux nouveaux défis : Recommandations du directeur général des élections du Canada à la suite des 43<sup>e</sup> et 44<sup>e</sup> élections générales*, Élections Canada (2022), [https://www.elections.ca/res/rep/off/rec\\_2022/rec2022\\_f.pdf](https://www.elections.ca/res/rep/off/rec_2022/rec2022_f.pdf).

responsabilité de tenir un registre de la publicité politique, d'adapter les règles traditionnelles aux environnements en ligne et de contribuer à assurer la transparence électorale.

Plus tôt cette année, le gouvernement fédéral a déposé le projet de loi C-63, la *Loi sur les préjudices en ligne* (Canada), qui propose des changements importants pour lutter contre la propagation de la désinformation et de la désinformation sur les plateformes de médias sociaux. Les plateformes devraient assumer de nouvelles responsabilités afin de prendre des mesures proactives contre la désinformation liée aux élections et d'améliorer la modération du contenu préjudiciable en ligne<sup>13</sup>. En vertu du projet de loi C-63, s'il est adopté, les plateformes devront identifier et signaler le contenu préjudiciable généré par des robots, aviser les utilisateurs lorsque du contenu est généré par des robots et étiqueter le contenu qui est communiqué de façon répétée par des systèmes automatisés, comme les robots polluposteurs. Élections Ontario suit de près les résultats de ce processus.



Un écran mobile affichant un panneau d'avertissement.

Aux États-Unis, l'approche réglementaire diffère de celle adoptée dans d'autres pays du fait de limitations constitutionnelles en matière de modération du contenu. La Californie a adopté des lois visant à accroître la transparence du contenu électoral sur les médias sociaux. En vertu de la *Social Media DISCLOSE Act* (AB 2188), les plateformes de médias sociaux doivent tenir un registre public en ligne de la publicité politique reliée à la campagne électorale, incluant des renseignements sur les sources et les dépenses liées à cette publicité<sup>14</sup>. L'objectif est d'améliorer la responsabilisation et de fournir aux électeurs des renseignements plus clairs sur l'origine du contenu politique.

<sup>13</sup> Baldrige, D., Beauvais, M., Demanuele, A. et Shade, L. R., Five key elements of Canada's new Online Harms Act, Schwartz Reisman Institute for Technology and Society (1<sup>er</sup> mars 2024), <https://srinstitute.utoronto.ca/news/canada-online-harms-five-key-aspects>.

<sup>14</sup> *AB-2188 Political Reform Act of 1974: campaign disclosures: advertisements.*, Pub. L. 2188 (2018), [https://leginfo.legislature.ca.gov/faces/billTextClient.xhtml?bill\\_id=201720180AB2188](https://leginfo.legislature.ca.gov/faces/billTextClient.xhtml?bill_id=201720180AB2188).

Le Senate Bill 5152, adopté par l'État de Washington en 2023 pour lutter contre l'utilisation d'hypertrucages dans les campagnes politiques, constitue un autre projet de loi digne d'intérêt. La loi rend obligatoire la divulgation des médias manipulés et accorde aux candidats visés par des hypertrucages non divulgués le droit de réclamer des dommages-intérêts, ce qui permet de les protéger contre les pratiques trompeuses afin de préserver l'intégrité des élections<sup>15</sup>.

Chacun de ces exemples met en évidence les efforts déployés par les OGE et les gouvernements de toute l'Amérique du Nord pour créer des cadres législatifs et réglementaires souples qui permettent de relever les défis de la désinformation et de la mésinformation numériques. Élections Ontario continuera d'adopter une approche équilibrée et mesurée dans l'exercice de son pouvoir législatif, ainsi qu'au moment de proposer de nouvelles réformes visant à protéger les Ontarien(ne)s contre les menaces posées par les renseignements faux et trompeurs.



Un journal évoque des deepfakes sur les réseaux sociaux.

---

<sup>15</sup> Center for an Informed Public, *New WA law requires clear disclosures for 'deepfakes' used in election media* (9 juin 2023), <https://www.cip.uw.edu/2023/06/09/new-wa-law-deepfake-disclosure-election-media/>.

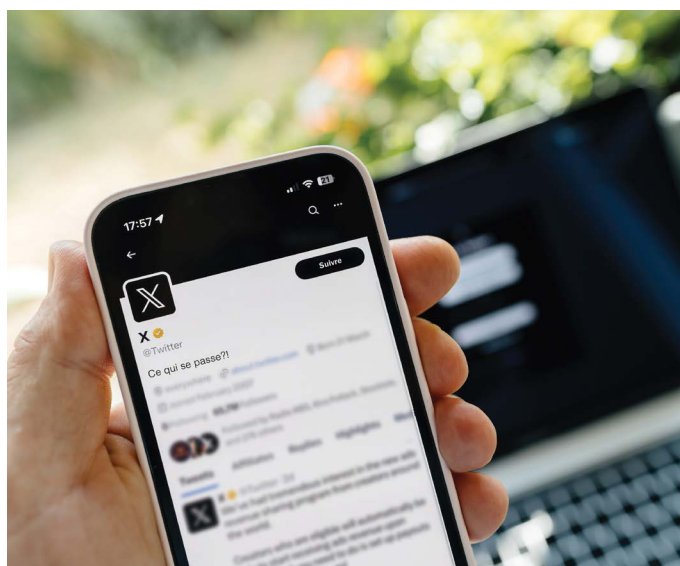
## 2.3 Lutter contre la désinformation sur les plateformes de médias sociaux

Les plateformes de médias sociaux sont sommées de réagir. Certaines ont pris des mesures proactives pour vérifier les faits et lutter contre la propagation de la désinformation et de la désinformation. Dans le même temps, 71 p. 100 des Canadien(ne)s déclarent qu'il est de plus en plus difficile de faire la distinction entre les renseignements exacts et inexacts sur les médias sociaux<sup>16</sup>. Malgré cela, les Canadien(ne)s estiment que les plateformes de médias sociaux sont la clé du problème<sup>17</sup>.

Les plateformes de médias sociaux comme Meta et X (anciennement Twitter) ont mis en place des mesures pour lutter contre la désinformation et la désinformation lors des élections, bien que les politiques spécifiques à chaque plateforme puissent être appliquées différemment selon les territoires de compétence<sup>18</sup>. Voici des exemples d'initiatives récentes :

- **Politiques de modération du contenu :** Meta et X interdisent les fausses affirmations sur les processus de vote et les résultats des élections. Meta dispose d'un Conseil de surveillance chargé de rendre des décisions relatives à la modération<sup>19</sup>, mais leur application peut être incohérente, en particulier quand elles concernent des comptes très médiatisés.

**71 p. 100 des Canadien(ne)s** déclarent qu'il est de plus en plus difficile de faire la distinction entre les renseignements exacts et inexacts sur les médias sociaux<sup>16</sup>.



Un écran mobile affichant la plateforme de média social X (anciennement Twitter).

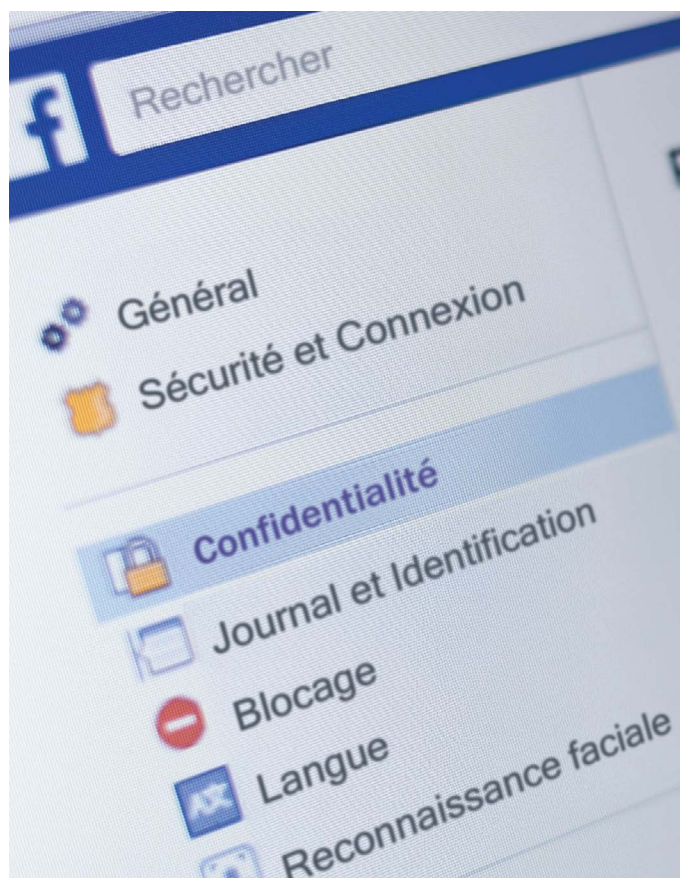
<sup>16</sup> *Young Canadians More Trusting of Information on Social Media Than Other Generations*, IPSOS (2022), <https://www.ipsos.com/en-ca/news-polls/Young-Canadians-More-Trusting-of-Information-on-Social-Media-Than-Other-Generations>.

<sup>17</sup> *Désinformation, Démocratie et Culture*, CPAC (2024).

<sup>18</sup> Centre de transparence, *Publicités portant sur un enjeu social, électoral ou politique*, Meta (s. d.), <https://transparency.meta.com/fr-fr/policies/ad-standards/siep-advertising/siep/>.

<sup>19</sup> Centre de transparence, *Publicités portant sur un enjeu social, électoral ou politique*, Meta (s. d.), <https://transparency.meta.com/fr-fr/policies/ad-standards/siep-advertising/siep/>.

- **Étiquetage des faux renseignements** : Les Notes de la Communauté (anciennement Birdwatch) de X et la collaboration de Meta avec des tiers vérificateurs de faits ont pour but d'étiqueter le contenu trompeur<sup>20</sup>. Cependant, l'étiquetage entraîne souvent la propagation rapide de la mésinformation.
- **Collaboration avec des vérificateurs de faits** : Meta et X ont noué des partenariats avec des vérificateurs de faits indépendants aux fins d'évaluation du contenu, mais le volume des messages retarde souvent la correction de la mésinformation. Cela nécessite un investissement continu pour former des personnes capables de distinguer le vrai du faux<sup>21</sup>.
- **Suppression des comportements non authentiques coordonnés** : Les deux plateformes suppriment les comptes qui participent à des efforts de désinformation coordonnés<sup>22</sup>. Néanmoins, les auteurs de menace disposant de moyens sophistiqués parviennent toujours à s'adapter pour échapper à la détection.
- **Politiques en matière de publicité** : Des règles plus strictes visant la publicité politique et incluant des exigences de vérification et de transparence ont été mises en œuvre, comme la bibliothèque publicitaire de Meta<sup>23</sup>. Des lacunes subsistent toutefois, en particulier concernant la publicité thématique qui ne mentionne pas explicitement les candidats.



Un écran de bureau affichant les paramètres de confidentialité de Facebook.

Les efforts volontaires des plateformes de médias sociaux ne suffiront pas à enrayer la propagation de la mésinformation et de la désinformation. Élections Ontario a besoin d'outils modernes pour s'assurer que les plateformes ont le devoir de surveiller et de rectifier les mensonges concernant le processus électoral, y compris les renseignements sur le scrutin, le personnel et les résultats. Le DGE doit avoir le pouvoir d'intervenir et de corriger la mésinformation et la désinformation auxquelles le public a accès.

<sup>20</sup> Centre d'assistance X, *À propos de Notes de la Communauté sur X*, X (s. d.), <https://help.x.com/fr/using-x/community-notes>.

<sup>21</sup> Paul, K., « Reversal of content policies at Alphabet, Meta and X threaten democracy, warn experts », *The Guardian* (7 décembre 2023), section Media, <https://www.theguardian.com/media/2023/dec/07/2024-elections-social-media-content-safety-policies-moderation>.

<sup>22</sup> Centre d'assistance X, *Politique en matière de manipulation de la plateforme et de spam*, X (2023), <https://help.x.com/fr/rules-and-policies/platform-manipulation>.

<sup>23</sup> *Bibliothèque publicitaire*, Facebook (s. d.), [https://www.facebook.com/ads/library/?active\\_status=active&ad\\_type=political\\_and\\_issue\\_ads&country=CA&media\\_type=all](https://www.facebook.com/ads/library/?active_status=active&ad_type=political_and_issue_ads&country=CA&media_type=all).



# 3 Recommandations

Élections Ontario se prépare de manière proactive à administrer les élections dans un monde doté de l'IA. Nous travaillons en partenariat avec des OGE nationaux et internationaux pour échanger des pratiques et des stratégies de lutte contre la mésinformation et la désinformation. Ces efforts comprennent un investissement continu dans la recherche sur les effets de la mésinformation sur la démocratie, sur les applications d'IA dans la gestion électorale et sur l'évolution du comportement des électeurs.

Nous collaborons également avec les gouvernements provinciaux et fédéral pour tirer des leçons de leurs initiatives législatives. En fait, les recommandations suivantes s'inspirent largement des lois récemment adoptées par le gouvernement de la Colombie-Britannique ainsi que de la législation fédérale en cours d'élaboration.

**L'Ontario a besoin de moderniser sa législation pour lutter contre les méfaits de la mésinformation et de la désinformation dans le processus électoral.**

Nous proposons trois recommandations ciblées, comprenant dix mesures au total, afin de nous donner des moyens d'agir et de permettre au DGE d'empêcher la diffusion de faux renseignements, de contrer rapidement les menaces et de rectifier le registre public lorsque cela se justifie pour rétablir la confiance dans les résultats des élections. Ces recommandations visent à préserver la liberté de parole tout en protégeant les électeurs contre la mésinformation qui érode la confiance dans les élections.

## RECOMMANDATION N° 1 :

### **Renforcer la surveillance et l'application des normes relatives à la publicité politique pour lutter contre la propagation de la désinformation et de la désinformation par les canaux numériques.**

---

- Autoriser le DGE à établir des exigences en matière de contenu et de format pour les déclarations d'autorisation dans la publicité politique numérique, y compris celle créée entièrement ou partiellement à l'aide de l'IA, afin de mieux informer les électeurs.
- Exiger un étiquetage clair de la publicité électorale automatisée (c'est-à-dire les robots) pour permettre aux utilisateurs des plateformes de médias sociaux de facilement reconnaître les situations dans lesquelles ils interagissent avec du contenu qui a été généré entièrement ou partiellement par l'IA.
- Instaurer des mécanismes de protection pour empêcher la diffusion de renseignements faux ou trompeurs sur l'administration du processus électoral, tant dans les médias traditionnels que numériques.
- Élargir le pouvoir du DGE de rendre une ordonnance enjoignant à une personne ou à une entité de payer une pénalité administrative pouvant aller jusqu'à 20 000 dollars dans le cas d'un particulier et jusqu'à 100 000 dollars dans le cas d'une personne morale ou d'une autre entité, y compris les plateformes numériques et les médias sociaux, en cas d'infraction aux règlements sur la désinformation et la désinformation dans la publicité politique.

Dans sa forme actuelle, la surveillance de la publicité politique pose des défis importants. En raison de l'application incohérente des conditions d'autorisation visant la publicité numérique, les parrains sont difficiles à identifier par les électeurs et les renseignements sont insuffisants pour garantir la transparence et la responsabilisation. Par ailleurs, comme la *Loi sur le financement des élections* ne contient aucune disposition exigeant de divulguer si la publicité est générée ou diffusée par des robots, il est compliqué pour les électeurs de déterminer si une publicité est d'origine humaine ou produite par l'IA. Les robots imitent souvent de vrais utilisateurs, ce qui donne de la crédibilité à la publicité trompeuse. Le fait que la *Loi électorale* ne réglemente pas le contenu faux ou trompeur relatif à l'administration du processus électoral pourrait en outre conduire à la diffusion incontrôlée de faux renseignements.

Face à ces enjeux, le DGE a besoin de pouvoirs supplémentaires pour faire respecter les normes relatives à la publicité politique numérique ainsi que de mécanismes appropriés pour augmenter les pénalités administratives en cas de non-respect.

## RECOMMANDATION N° 2 :

### Renforcer les exigences de divulgation de la publicité politique diffusée sur les plateformes numériques afin d'accroître la responsabilisation à l'égard du public.

---

- Exiger que tous les annonceurs électoraux tiennent un registre public de la publicité numérique qu'ils diffusent lors d'une élection partielle ou générale. Chaque publicité doit être consignée au registre à partir de la date à laquelle elle apparaît sur une plateforme numérique et pendant deux ans après une élection partielle ou générale.
- Préciser que pour chaque publicité numérique, les renseignements suivants doivent être consignés au registre et rendus publics :
  - o une copie de chaque publicité
  - o le nom du particulier ou de l'organisme qui parraine la publicité
  - o le coût du parrainage de la publicité
  - o les dates de diffusion de la publicité
  - o le nombre de visionnements de la publicité
  - o la source de financement de la publicité
  - o les critères de ciblage de la publicité
  - o le nombre de personnes ciblées
  - o des détails sur l'utilisation partielle ou totale de l'IA générative dans la création de la publicité
- Imposer des pénalités administratives en cas de non-divulgation ou de consignation de faux renseignements dans les registres numériques, pouvant aller jusqu'à 30 000 dollars en fonction de la gravité du non-respect.

Les critères sont souvent étroits et visent des publics spécifiques, ce qui complique l'identification de la publicité en ligne. L'adoption d'exigences officielles de consignation de la publicité politique numérique permettrait de créer un registre public sans lequel la publicité risquerait d'échapper à tout contrôle et de contenir des renseignements faux ou trompeurs sur l'administration du processus électoral. Cela comprend la publicité générée partiellement ou entièrement par l'IA. Les annonceurs électoraux doivent divulguer tous les renseignements relatifs à la publicité politique numérique dans des registres publics. Ces normes actualisées permettront d'accroître la transparence pour les électeurs avant, pendant et après les élections.

### **RECOMMANDATION N° 3 :**

#### **Définir des protections ciblées contre la diffusion de contenu de mésinformation et de désinformation compromettant l'intégrité du processus électoral.**

---

- Instaurer des restrictions ciblées sur le contenu généré par des particuliers ou des organismes qui diffuse des renseignements faux ou trompeurs relatifs à l'administration du processus électoral, y compris les conditions d'admissibilité au vote, les dates et heures officielles des élections, les procédures et processus officiels visant l'administration des élections, les lieux de vote et les résultats officiels des élections.
- Imposer aux plateformes le devoir de surveiller et de supprimer le contenu préjudiciable ou non conforme dans les 12 heures suivant sa notification.
- Permettre au DGE d'enjoindre à un particulier ou à un organisme de supprimer ou de cesser de diffuser du contenu faux ou trompeur sur l'administration du processus électoral, sous peine de pénalités administratives pouvant aller jusqu'à 50 000 dollars par jour pour les organismes et jusqu'à 20 000 dollars par infraction pour les particuliers en cas de non-respect.

Les dispositions de la *Loi électorale* relatives aux infractions prévoient des amendes d'au plus 25 000 dollars et un emprisonnement d'au plus deux ans moins un jour, en cas de déclaration de culpabilité à l'issue d'un procès. Toutefois, la *Loi électorale* ne contient aucune disposition concernant la suppression de la publicité sur les plateformes numériques et n'impose pas de restrictions particulières sur le contenu faux ou trompeur relatif à l'administration du processus électoral. Compte tenu de la brièveté des campagnes électorales et de l'utilisation généralisée des médias sociaux comme source d'information par le public, des outils supplémentaires sont nécessaires, notamment des pénalités administratives et des ordres de conformité.

---

Ces recommandations sont conçues pour être équitables et équilibrées. Élections Ontario se concentrera sur son mandat législatif consistant à administrer des élections libres, équitables et impartiales sans restreindre la liberté de parole ou d'expression. Si des pénalités s'avèrent nécessaires, le DGE adoptera une approche mesurée et raisonnée afin d'évaluer la gravité de l'infraction et d'apporter une réponse proportionnelle, en visant en priorité les mensonges les plus nuisibles qui causent un préjudice indu aux candidats ou aux électeurs et qui compromettent l'intégrité du processus électoral.

# 4 Conclusion

La propagation de la désinformation et de la désinformation n'est pas un phénomène nouveau pour la démocratie. Toutefois, l'utilisation généralisée des médias sociaux par les Canadien(ne)s, associée à la capacité de l'IA à générer et à cibler étroitement du contenu, complique encore davantage la correction des mensonges. Les OGE et les gouvernements de toute l'Amérique du Nord prennent des mesures face à cet enjeu.

Il est quasi certain que les Ontarien(ne)s seront exposés à des renseignements faux ou trompeurs lors de la prochaine élection. Des mesures proactives sont nécessaires pour préserver l'intégrité des élections, défendre les principes démocratiques et garantir des règles du jeu équitables.



# 5 Définitions

L'**intelligence artificielle (IA)**, ou **technologie de l'IA**, est une technologie qui permet aux ordinateurs et aux machines de stimuler l'apprentissage, la compréhension, la résolution de problèmes, la prise de décisions, la créativité et l'autonomie de l'être humain.

Les **robots** sont des programmes automatisés qui interagissent avec les utilisateurs de médias sociaux. Ils peuvent être utilisés pour amplifier le contenu (c'est-à-dire le rendre plus visible et le diffuser auprès d'un public plus large).

Une **plateforme numérique** inclut tout site Web ou toute application affichant de la publicité politique ou électorale.

La **désinformation** consiste à créer et à diffuser délibérément de faux renseignements dans le but de tromper et de manipuler.

La **publicité électorale** est la publicité politique faite à la fois pendant les périodes électorale et préélectorale.

La **mésinformation** fait référence à la diffusion de renseignements inexacts ou trompeurs sans intention de nuire, souvent due à la non-vérification des faits.

La **publicité politique** désigne la publicité diffusée par les médias imprimés, électroniques ou autres, y compris la radiodiffusion, dans le but soit de promouvoir un parti politique inscrit ou son ou sa chef ou bien l'élection d'un(e) candidat(e) inscrit, soit de s'y opposer. La publicité politique comprend également la publicité liée à une question sur laquelle un ou plusieurs candidats ou partis politiques inscrits ont pris position.

Le **contenu synthétique** (aussi appelé contenu généré par l'IA, contenu produit par l'IA et contenu personnalisé) est un terme générique désignant la production, la manipulation et la modification artificielles de données et de médias par des moyens automatisés, en particulier l'utilisation d'algorithmes d'intelligence artificielle, dans le but, par exemple, d'induire les gens en erreur ou de modifier le sens originel d'un contenu.





26 Prince Andrew Place  
Toronto (Ontario) M3C 2H4

☎ 1 888 668.8683

☎ ATS 1 888 292.2312

✉ info@elections.on.ca

🌐 [elections.on.ca/fr](https://elections.on.ca/fr)

*Disponible dans des formats accessibles sur demande.  
Also available in English.*