

**NOUVEAU PARTI
DÉMOCRATIQUE DE
L'ONTARIO**

**Comité
d'examen de la
campagne 2022**

Rapport déposé en mars 2023



Nouveau Parti démocratique de l'Ontario

Comité d'examen de la campagne 2022

Rapport déposé auprès du Conseil provincial

Table des matières

Il va falloir commencer à faire les choses différemment si nous voulons obtenir un résultat différent	1
Que se passe-t-il ensuite?	4
Principales conclusions et recommandations	5
Prendre des décisions	5
Commencer maintenant, construire pour le long terme	5
Tendre la main, être accueillant(e)	6
Former en vue de l'avenir	7
Mettre à la disposition des bénévoles les outils dont ils(elles) ont besoin pour réussir	8
Recruter et investir des candidat(e)s	9
Améliorer les communications	9
Revoir notre façon de faire campagne	10
Mieux planifier	11
Mieux gérer	12
Construire pour gagner	13
Merci de nous avoir consacré du temps et de nous avoir fait part de vos idées.	14
À propos du Comité d'examen de la campagne	15

Notre rapport

Il va falloir commencer à faire les choses différemment si nous voulons obtenir un résultat différent.

La campagne de 2022 devait faire de nous le gouvernement. Il s'agissait de la campagne la mieux financée et la mieux dotée en ressources jamais mise en œuvre par le NPDO. La cheffe et l'équipe de campagne étaient les mêmes que ceux(celles) qui avaient été si près de former le gouvernement en 2018. Nous devons affronter le même chef progressiste-conservateur discrédité.

Cette fois, les candidat(e)s seraient mieux validé(e)s pour éviter les distractions de la campagne précédente. Nous pourrions dépenser autant, voire plus, que les autres partis pendant la période électorale. La plate-forme serait soigneusement élaborée et chiffrée. Nous avons maintenu un programme d'étude d'opinion et produit des dizaines de publicités pour la période préélectorale et électorale. Nous étions prêt(e)s à gagner et à gouverner.

Et pourtant, lorsque les votes ont été comptés, nous sommes passés de 40 à 31 sièges et avons perdu 813 000 voix, soit 42 % de notre vote en 2018, une baisse plus importante que celle de tout autre parti. Bien que nous soyons demeuré(e)s l'opposition officielle et le seul parti autre que le gouvernement reconnu à Queen's Park, de l'avis de certain(e)s, cela avait autant à voir avec la faiblesse de la campagne libérale qu'avec nos actions.

Pendant quatre ans, nous nous sommes efforcé(e)s de mettre sur pied une campagne centrale forte capable de percer, d'attirer l'attention du public et d'élire Andrea Horwath au poste de première ministre provinciale. Tout autre résultat ne pouvait que décevoir les néo-démocrates.

Cette déception s'est accompagnée d'une recherche de raisons et plusieurs ont été avancées. Les vagues de la COVID qui ont suivi mars 2020 ont donné à Doug Ford une tribune et ont rendu difficile, voire impossible, pour Andrea de rester dans l'actualité. Les élections fédérales de 2019 et 2021 ont interrompu à deux reprises les préparatifs de notre campagne provinciale. Il est presque impossible de vaincre un gouvernement de premier mandat, surtout dans une situation d'urgence comme la COVID. En juin 2022, les gens étaient épuisés par les restrictions liées à la COVID et les mauvaises nouvelles. Ils(elles) voulaient tout simplement se déconnecter et profiter de l'été. Il y a sans doute une part de vérité dans ces suggestions.

Mais, à un niveau plus profond, notre campagne n'a tout simplement pas réussi à établir un lien avec les électeurs(trices) ou à susciter leur intérêt. Nombre d'entre eux(elles) sont resté(e)s chez eux(elles). La baisse remarquable de 13 % du taux de participation à l'échelle de la province s'est faite principalement à nos dépens. La reconnaissance du nom, des campagnes locales fortes et une campagne provinciale libérale faible ont sauvé la plupart des député(e)s provinciaux sortant(e)s du NPD. Mais, cinq de nos député(e)s provinciaux qui cherchaient à être réélu(e)s ont perdu, et seulement trois nouveaux(nouvelles) député(e)s provinciaux se sont ajouté(e)s au Caucus.

Il ne suffisait pas d'être contre Doug Ford. L'accent que nous avons mis sur le vote stratégique était un appel au changement sans fournir de raisons convaincantes de procéder à ce changement. Dans une province au système tripartite, il ne suffit pas de dire non aux deux autres partis, nous devons donner des raisons de nous dire oui.

Au lendemain de l'élection, le Comité exécutif du parti a mis en place le Comité d'examen de la campagne 2022 chargé d'effectuer un examen complet de la campagne et de formuler des recommandations pour la prochaine élection provinciale.

Nos recherches, nos enquêtes et nos entretiens nous ont rapidement montré que de nombreux aspects de la campagne se sont bien déroulés. La formation en ligne à l'intention des bénévoles et du personnel, la collecte de fonds dans les circonscriptions, le soutien à la campagne pour les circonscriptions en développement, la plate-forme, la recherche et une grande partie de la tournée sont des exemples d'éléments positifs qui nous ont été signalés. Bien que notre attention ait été plus souvent attirée par les problèmes que par les réussites, nous essaierons de souligner ce qui a bien fonctionné et qui devrait être retenu pour 2026.

Il est à noter que ce rapport est le résultat de plus de 400 conversations qui ont eu lieu au cours des six derniers mois. Nous avons discuté avec des cadres supérieurs du parti, des membres du Comité exécutif et du Conseil, des candidat(e)s ayant été élu(e)s et d'autres ne l'ayant pas été, des militant(e)s de circonscription, des bénévoles, des organisateurs(trices), des dirigeant(e)s syndicaux, des professionnel(le)s de la communication et de la recherche d'opinion, des expert(e)s, des gérant(e)s de campagne et des député(e)s provinciaux réélu(e)s, sortant(e)s et défait(e)s. Nous leur avons promis la

confidentialité et les avons assuré(e)s que nous utiliserions toutes les bonnes citations qu'ils(elles) nous auraient données, sans en mentionner la source.

Vos questions et observations nous ont souvent conduits à des conclusions inattendues et nous ont obligé(e)s à revoir des procès-verbaux, des rapports et des données, ce qui nous a amené à poser plus de questions. Nous avons lu tous les rapports écrits et toutes les enquêtes réalisées auprès des membres. Notre Comité s'est réuni plus de 40 fois depuis le mois d'août.

Il s'agit d'un projet colossal pour quelques bénévoles très occupé(e)s. Mais, il a été guidé par les idées et les expériences de centaines de néo-démocrates dévoué(e)s.

Vous constaterez que certaines de nos recommandations sont simples, même si elles peuvent être difficiles à mettre en œuvre : utiliser la certitude de la date fixe des élections pour mettre au point des plans détaillés sur quatre ans, veiller à ce que chacun(e) sache de quoi il(elle) est responsable et éviter les cloisonnements, tout commencer plus tôt.

Pour vraiment faire les choses différemment et obtenir un résultat différent et meilleur, nous devons prioriser le renforcement des capacités du parti et de nos membres.

Nous avons constaté que la campagne 2022 avait été construite à partir du centre, étroitement axée sur la cheffe, la période électorale et la campagne centrale. Si celle-ci se déroulait bien, elle entraînerait tous(toutes) les autres et nous élirions suffisamment de député(e)s provinciaux pour former un gouvernement. Pour que cela fonctionne, les éléments les plus importants de la campagne seraient la cheffe, la publicité payée et la tournée.

Cette approche a été utilisée à maintes reprises par de nombreux partis au cours des 20 dernières années. Parfois, ça fonctionne. Mais, nous ne pensons pas que cela fonctionne pour nous en Ontario. En ce qui nous concerne, le succès viendra de la collaboration avec nos membres et nos alliés pour bâtir un parti fort.

Nous proposons dans notre rapport un modèle différent pour le NPDO dans les années à venir.

Nos recommandations visent à bâtir le parti à partir de la base, plutôt qu'un gouvernement à partir de la cheffe. Il s'agit de profiter des quatre prochaines années pour bâtir un parti fort et représentatif capable de collaborer avec la cheffe et le Caucus.

Dans le cadre de la collecte de données sur l'élection, nous avons constitué des archives pour le groupe chargé de planifier la prochaine campagne. Ces archives comprennent des procès-verbaux de réunions, des publicités télévisées, radiophoniques et sur les réseaux sociaux, des dépliants, des plans, des graphiques et tout ce que nous avons trouvé. Nous espérons qu'elles seront utiles.

Que se passe-t-il ensuite?

C'est au Comité exécutif et au Conseil du NPDO d'en décider.

Nous espérons que ce rapport lancera un débat sur le rôle des partis politiques modernes, ce que nous devons à nos membres et à nos militant(e)s, sur la manière de faire campagne et sur la façon d'impliquer un électorat de plus en plus distant et sceptique. Nous savons que tout le monde ne sera pas d'accord avec nos recommandations. Les divergences d'opinions sont l'expression d'une vie interne saine et non d'obstacles à surmonter.

Nous pensons que ce rapport est une feuille de route plutôt qu'un plan directeur. Nous avons indiqué ce que nous croyons être les meilleures destinations et nous avons suggéré un moyen d'y parvenir. Mais, c'est à vous qu'il reviendra de décider ce qu'il faut adopter, ce qu'il faut modifier et comment s'adapter au fur et à mesure que vous avancerez au cours des quatre prochaines années.

Nous présenterons au Comité exécutif et au Conseil une liste de points de contrôle spécifiques qui faciliteront la mise en œuvre de nos recommandations.

Tous ceux(celles) à qui nous avons parlé souhaitent que le parti grandisse. Nous savons que la cheffe et les député(e)s provinciaux feront leur travail. Dès à présent, nous devons tous(toutes) aller de l'avant pour construire notre parti à partir de la base. Nous pensons que ce rapport montre la voie à suivre pour y parvenir et pour élire un gouvernement néo-démocrate en 2026.

Nous exprimons notre gratitude à tous ceux(celles) qui ont pris le temps de nous faire part de leurs réflexions et nous invitons tous(toutes) les néo-démocrates à continuer d'apporter leur voix, leurs connaissances, leurs compétences et leur énergie à cet avenir.

Principales conclusions et recommandations

Prendre des décisions

L'élection de juin 2022 a probablement été la plus grande campagne jamais élaborée et mise en œuvre par le NPDO. Elle a été développée à travers les nombreuses vagues de la COVID, l'urgence de santé publique la plus pressante de notre époque. Elle s'est déroulée dans la plus grande juridiction du Canada, sans doute la plus complexe sur le plan politique, en dehors d'une campagne nationale.

Mais, les résultats de la campagne n'ont pas été à la hauteur de l'objectif de former le gouvernement et des attentes des militant(e)s.

Nombreux(nombreuses) sont ceux(celles) qui ont laissé entendre qu'il était difficile de savoir où les décisions étaient prises et quelles en étaient les raisons. De l'avis de certain(e)s, le système était fermé à tout retour d'information critique et trop peu de personnes étaient impliquées. Le rôle du Comité exécutif et des autres comités dans la gestion des affaires courantes du parti et dans la conduite d'une campagne a suscité une certaine confusion. Il est apparu que le contrôle de la campagne par le parti avait été insuffisant.

Le renforcement des capacités à partir de la base impliquera la mise en place des structures internes du parti afin de garantir une prise de décision transparente et responsable.

Nous recommandons la mise en place d'un Comité de planification électorale, actif cette année. Il doit avoir des postes, des procédures et des responsabilités bien définis ainsi qu'une relation hiérarchique étroite avec le Comité exécutif. Nous recommandons également de modifier les procédures au sein du Comité exécutif afin de garantir une prise de décision plus efficace et transparente. Tout en reconnaissant la nécessité des réunions hybrides, nous encourageons le retour aux réunions en personne pour le Comité exécutif et les autres événements du parti.

Commencer maintenant, construire pour le long terme

Au fil des ans, un schéma prévisible s'est mis en place, avec une intensification des activités immédiatement avant et pendant la période électorale. Le personnel est embauché, les circonscriptions sont organisées,

les candidat(e)s sont investi(e)s et les campagnes centrale et locales se mettent en branle.

Nos recherches ont montré que la plupart des interactions avec les bénévoles étaient exclusivement axées sur l'élection de 2022, à savoir collecte de fonds, recherche de candidat(e)s, démarchages, préparatifs pré-électorales. Bien que tous ces éléments soient nécessaires pour une élection réussie, il y a peu de programmes similaires pour aider les circonscriptions entre les élections.

Si nous nous attendons de la campagne centrale qu'elle soit le seul facteur décisif dans les campagnes, si la cheffe, la publicité et la tournée sont tout ce qui compte, ce système peut fonctionner. Mais, si nous essayons de bâtir un parti politique fort, nous avons besoin de temps pour effectuer le travail.

Nombreux(nombreuses) sont ceux(celles) qui nous ont dit qu'il était impossible de bâtir des circonscriptions capables, représentatives et efficaces en quelques mois avant les élections. Ils(elles) ont fait valoir que la planification à court terme et la focalisation exclusive sur les élections signifiaient que le développement des circonscriptions n'était jamais une priorité et que les ressources n'étaient pas disponibles pour la recherche patiente de talents, le recrutement et la formation nécessaires.

Nous recommandons que la création d'associations de circonscription solides soit la priorité du personnel organisationnel jusqu'à l'automne 2024 et, par la suite, qu'elle fasse partie intégrante de la préparation de la campagne de 2026. Cela impliquerait d'embaucher du personnel de terrain dès que possible, de recruter et de former des bénévoles, de soutenir des projets au niveau de la circonscription et de s'engager à un financement à long terme dans le budget annuel du parti.

Tendre la main, être accueillant(e)

Certain(e)s nous ont dit que le moment propice aux conversations se situait entre les élections, lorsque les passions étaient moins vives et les esprits plus ouverts. D'autres ont déclaré que la seule façon de grandir était de regarder vers l'extérieur et de tendre la main.

On nous a dit que les néo-démocrates sont enthousiastes à l'idée d'établir de nouvelles coalitions politiques avec leurs alliés traditionnels que sont les syndicats et d'étendre leurs réseaux à des groupes en quête d'équité et de justice sociale à la grandeur de la province. Ils(elles) estiment que les politiques conservatrices de privatisation, de réduction des services publics

essentiels et de favorisation de leurs amis stimulent une nouvelle génération de militant(e)s syndicaux et communautaires qui partagent les valeurs néo-démocrates.

Nous recommandons des initiatives visant à renouveler notre relation avec les syndiqué(e)s en créant des liens plus étroits pour discuter des préoccupations communes, des communications qui traitent des questions importantes pour les travailleurs(euses) et des contacts entre les membres, les député(e)s provinciaux et les organisations syndicales.

Le parti a changé pour mieux refléter les visages changeants de l'Ontario et nous devons continuer à tendre la main aux communautés qui ne nous ont pas soutenus auparavant. Au cours des quatre dernières années, le Caucus a travaillé d'arrache-pied pour s'engager auprès des communautés ethnoculturelles et nous l'encourageons à poursuivre ses efforts. Nous savons que nous devons faire plus pour être inclusifs et rejeter toute forme de racisme ou de discrimination. Nous savons que nous devons être prêt(e)s à représenter tous(toutes) les Ontarien(ne)s.

Nous recommandons qu'un(e) organisateur(trice) de l'engagement communautaire soit embauché(e) cette année pour aider les circonscriptions à établir des relations avec les communautés ethnoraciales. Cet(te) organisateur(trice) travaillera avec les directeurs(trices) de l'organisation et des communications pour développer des stratégies pour la campagne.

Former en vue de l'avenir

Beaucoup considère la formation en ligne proposée par le parti avant la campagne 2022 comme l'un de ses programmes les plus réussis. Elle a été perçue comme étant un service tangible mis à disposition par le parti pour renforcer la capacité électorale dans les circonscriptions, en particulier à une époque où la COVID avait si sévèrement limité la formation en personne.

Nous recommandons que le programme en ligne soit mis à jour, qu'il comprenne des sections sur le développement des circonscriptions ainsi que sur les compétences de campagne et qu'il soit disponible à intervalles réguliers.

Bien que la formation en ligne soit très appréciée, nous avons constaté une lacune dans le perfectionnement des compétences à long terme du personnel et des bénévoles. En raison de l'accent mis sur les élections et de l'absence de personnel permanent sur le terrain, le lent travail d'identification

du personnel de campagne potentiel, de formation et de mentorat n'a pas été effectuée récemment. Nous avons constaté que, malgré la présence de plusieurs jeunes désireux(euses) d'apprendre, nous faisons face à un déficit de ressources humaines car bon nombre de nos militant(e)s les plus expérimenté(e)s partent à la retraite ou se tournent vers d'autres activités.

Nous recommandons de prioriser le perfectionnement des compétences du personnel et des bénévoles de campagne. Cela devrait inclure des discussions avec le personnel de campagne au niveau central et dans les circonscriptions ainsi qu'avec les bénévoles intéressé(e)s afin d'examiner leurs objectifs et leur expérience et d'explorer les possibilités de formations et de stages à l'avenir.

Mettre à la disposition des bénévoles les outils dont ils(elles) ont besoin pour réussir

Nos bénévoles sont notre plus grand atout. Dans toute la province, ils(elles) voient au bon fonctionnement des circonscriptions, recrutent des candidat(e)s, collectent des fonds, produisent des rapports financiers, s'impliquent dans leurs communautés, bâtissent le parti et travaillent dans les campagnes locales, provinciales et fédérales.

Tous(toutes) nos interlocuteurs(trices) ont apprécié les efforts déployés par le personnel pour prêter main forte en cas de problème. Mais, trop souvent, certain(e)s bénévoles avaient l'impression que leurs efforts n'étaient pas appréciés ou que leurs problèmes et leurs responsabilités étaient les derniers à être pris en compte lors de la prise de décision. Parfois, des problèmes simples devenaient complexes parce qu'on ne savait pas trop à qui s'adresser. Avec trop peu de personnel permanent sur le terrain pour rester en contact, partager des informations et aider aux activités de la circonscription, les frustrations se sont accrues et les bénévoles se sont désengagé(e)s. Certain(e)s ont eu l'impression d'être considéré(e)s comme des problèmes plutôt que comme des partenaires. Nous pensons que certaines de ces questions seront résolues par nos recommandations visant à prioriser la création d'associations de circonscription, à s'engager à long terme envers la mobilisation communautaire et à accroître la formation.

Nous recommandons au parti de trouver des moyens de mettre à disposition des bénévoles les outils dont ils(elles) ont besoin pour réussir dans un environnement en constante évolution. Il pourrait s'agir de partager davantage d'informations, d'encourager la coopération sur des projets avec

les circonscriptions voisines, d'actualiser les logiciels et de consulter sur les changements à apporter aux systèmes de données. Nous recommandons en outre qu'un examen complet des systèmes financiers du parti soit entrepris afin de rationaliser et de moderniser ses opérations pour que les DF puissent plus efficacement et plus facilement remplir leurs obligations en matière d'établissement de rapports.

Recruter et investir des candidat(e)s

Nous avons constaté que le parti avait recruté et investi des candidat(e)s qui reflétaient étroitement le profil de l'Ontario moderne. Grâce à une validation minutieuse des candidat(e)s et à un soutien direct des circonscriptions pour les investitures officielles, les 124 candidat(e)s ont été investi(e)s dans les délais et sont resté(e)s sur le bulletin de vote.

Cependant, nous avons également constaté que le système était une source de frustration et de confusion pour plusieurs candidat(e)s potentiel(le)s et militant(e)s. Pour beaucoup, il n'était pas évident de savoir qui prenait les décisions, comment elles étaient prises et dans quels délais la décision finale était prise. Bon nombre de candidat(e)s ont été investi(e)s trop tard pour pouvoir mener une campagne efficace.

Nous recommandons une refonte majeure des processus de recherche et d'investissement des candidat(e)s. Nous encourageons la poursuite du recrutement et le soutien ultérieur des candidat(e)s d'équité, ainsi qu'une validation minutieuse. Nous recommandons des lignes directrices qui définiront plus clairement qui est responsable, fixeront des échéances pour toutes les parties concernées, exigeront de meilleures communications internes et assureront une plus grande transparence.

Améliorer les communications

L'une des préoccupations les plus fréquentes que nous avons entendues est que presque toutes les communications du NPDO sollicitaient un don plutôt que de discuter de l'actualité, des déclarations de la cheffe ou des député(e)s provinciaux ou de la politique du parti. Nous devons mieux communiquer avec nos membres et nos militant(e)s. Nous devons rechercher des occasions de partager des informations et d'engager des conversations avec les principaux auditoires.

Nous recommandons au parti d'entamer cette conversation en concevant un bulletin mensuel à l'intention des membres et des partisan(e)s. Il devrait également développer un programme parallèle pour communiquer avec des publics spécifiques par le biais des médias sociaux.

Nous avons aussi entendu parler de la nécessité d'un soutien cohérent et opportun en matière de communication pour les campagnes et les candidat(e)s. Trop souvent, les communications sont tardives, inappropriées ou inaccessibles.

Nous recommandons au parti de développer un programme de communication complet pour soutenir les circonscriptions pendant la période préélectorale et électorale. Ce programme devrait inclure une formation à l'utilisation des plateformes de médias traditionnels et sociaux, des manuels, des listes de contrôle, une assistance technique et la mise en page ou la production de matériel de campagne. Ce programme doit viser à accroître la disponibilité de documents traduits et à soutenir les communications dans les marchés médiatiques non anglophones, francophones et ethnoculturels.

Enfin, quelques entretiens ont mis l'accent sur la difficulté d'assurer des communications cohérentes et efficaces dans le cadre d'une campagne ontarienne. Idéalement, les dépliants de circonscription, les messages sur les médias sociaux, la présentation de la plate-forme, les déclarations de la cheffe et d'autres responsables ainsi que les publicités devraient tous se renforcer mutuellement et offrir aux électeurs(trices) une vision des priorités et des principes du parti et de sa campagne.

Nous recommandons que le(la) directeur(trice) des communications soit chargé(e) de mettre au point un plan de coordination de la diffusion des messages de campagne.

Revoir notre façon de faire campagne

En plus de nous être entretenu(e)s avec des membres et des militant(e)s sur le terrain, nous avons passé beaucoup de temps à écouter ceux(celles) qui ont travaillé à l'organisation, la gestion des données, la tournée de la cheffe, les études d'opinion et les communications. Tous(toutes) se sont efforcé(e)s de produire une campagne gagnante et tous(toutes) ont fait preuve de générosité dans leurs conseils.

Dans l'ensemble, même dans les conditions les plus difficiles, comme la tournée en période de COVID, la plupart des systèmes ont bien fonctionné pendant la campagne. Pas parfaitement, mais bien.

Cependant, le moment est venu de s'assurer que les systèmes fonctionnent mieux, à la fois de manière autonome et dans le cadre des nombreux éléments mobiles d'une campagne intégrée. Il est important de le faire maintenant parce que nous vivons des changements radicaux dans la technologie, les médias, les communications et la manière dont les citoyen(ne)s obtiennent leurs informations. Avec une nouvelle cheffe, une nouvelle équipe et trois ans pour effectuer l'analyse et la mise en œuvre, nous pensons que nous avons le temps de bien faire les choses.

Fort(e)s de l'expérience et de l'expertise que possède déjà le parti, nous recommandons d'analyser :

- La manière dont nous devrions réaliser des études d'opinion et tirer le meilleur parti des résultats.
- Les pratiques exemplaires pour une tournée efficace de la cheffe sur le marché actuel des médias et des communications.
- Le développement, la maintenance et l'utilisation la plus efficace possible des systèmes et outils de données dans les campagnes modernes.
- Une meilleure intégration des communications centrales et locales.

Mieux planifier

Où que nous regardions, nous étions presque certain(e)s d'entendre quelqu'un suggérer que nous aurions dû commencer plus tôt... recrutement de candidat(e)s, dépliants, affectation du personnel de campagne, recherche, etc. Nous avons pensé à un moment donné à simplement rapporter nos conclusions sous le titre « Commencez tout plus tôt ».

Beaucoup ont affirmé que l'élection à date fixe était une bénédiction mitigée. Bien que la date des prochaines élections soient connue avec certitude, ce qui aurait dû permettre de planifier et de construire sur un cycle d'au moins quatre ans, cela signifiait également que les décisions pouvaient être reportées, car des problèmes plus immédiats et plus pressants retenaient l'attention des bénévoles et du personnel. D'autres ont suggéré que l'ampleur

et la complexité d'une élection en Ontario rendaient impossible une planification détaillée. Presque tout le monde a reconnu qu'il faut toujours s'attendre à des retards dans une campagne.

Nous avons besoin de plans sur papier non seulement pour nous assurer que les programmes sont efficaces et opportuns, mais aussi pour veiller à ce qu'ils soient transparents pour les autres membres du personnel et les bénévoles. Cela sera d'autant plus important si nous entreprenons un renforcement des capacités à long terme au sein du parti et avec nos militant(e)s.

Nous recommandons au Comité exécutif de créer un comité qui s'appuiera sur ce rapport et qui élaborera un plan stratégique pour les quatre prochaines années.

Nous recommandons également d'exiger de tous les départements qu'ils élaborent des plans sur papier pour le développement du parti et les activités liées aux campagnes électorales.

Mieux gérer

Nos recherches et nos entretiens nous ont rappelé l'ampleur, la complexité et le défi que représente une campagne provinciale en Ontario, ainsi que les exigences qui pèsent sur le personnel et les bénévoles. Tout cela est exacerbé au cours d'une campagne de 28 jours où des centaines d'employé(e)s, de bénévoles, de candidat(e)s et de militant(e)s se mobilisent pour assumer de nouveaux rôles ou nouvelles responsabilités.

Nous avons constaté que parfois les gens ne savaient pas trop ce qu'était leur fonction, qui était responsable d'un projet ou d'un produit, et comment ce qu'ils(elles) faisaient était lié aux efforts du reste de l'équipe. Nous avons entendu dire que nous avons perdu des occasions et du temps. Certains systèmes ont craqué parce qu'ils n'avaient pas été entièrement testés.

Nous recommandons que les équipes et les systèmes soient testés en profondeur avant les élections, dans la mesure du possible. Tout problème ou toute lacune dans les procédures, les systèmes ou le personnel doit être résolu avant que ne commence la campagne.

Nous savons que notre recommandation visant à investir dans le renforcement des capacités du parti et de la base militante complique un système déjà complexe. L'équipe de campagne et le Comité de planification électorale devront développer et gérer une tournée de la cheffe, la publicité

payée, la recherche, la plate-forme, le recrutement de candidat(e)s et les études d'opinion comme ils(elles) l'ont fait en 2022. Mais, si nos recommandations sont acceptées, ils(elles) seront également impliqué(e)s dans un projet de trois ans visant à attirer davantage de membres, à élargir les réseaux communautaires, à établir des liens avec les parties prenantes et à créer des systèmes plus efficaces. Ils(elles) doivent commencer sans tarder.

Nous recommandons qu'un(e) directeur(trice) de l'organisation soit embauché(e) dès que possible et qu'un(e) directeur(trice) de campagne le soit avant la fin de l'année. Au plus tard au printemps 2024, un(e) directeur(trice) des communications doit être embauché(e) pour soutenir les communications du parti et commencer à planifier la campagne.

Construire pour gagner

Notre objectif commun doit être de remporter les prochaines élections provinciales.

Nous espérons que nos recommandations constitueront une carte pour le NPDO au cours des trois prochaines années. Notre gouvernement victorieux entraînerait des conséquences pour la province, à savoir des services publics mieux financés, de plus grandes occasions, une économie plus équitable et un engagement en faveur d'une véritable durabilité environnementale. Former le gouvernement n'est pas une fin en soi. C'est le moyen d'améliorer la vie des Ontarien(ne)s.

Nous voulons renforcer les capacités, simplifier la planification et faire en sorte que les campagnes des circonscriptions soient plus fructueuses.

Nous recommandons de prévoir tenir le Congrès provincial à l'automne 2025 afin de garantir une planification plus prévisible de la période précédant les élections.

La subvention publique accordée aux partis politiques provinciaux et aux associations de circonscription enregistrées devrait prendre fin le 31 décembre 2024. Cela aura un effet important sur la trésorerie annuelle de tous les partis, tant pour les opérations annuelles que pour les dépenses électorales. Le temps est venu de s'appuyer sur les programmes de collecte de fonds mis en place avec succès au cours des quatre dernières années.

Nous recommandons l'embauche de personnel chargé(e) de la collecte de fonds et l'élaboration, dès que possible, d'un plan quadriennal visant à

augmenter les dons directs au parti central et à collaborer avec les collecteurs(trices) de fonds des circonscriptions.

Nous recommandons également de garantir le financement des programmes de base jusqu'en 2027.

Nous avons déjà suggéré de prioriser la création d'associations de circonscription actives et le développement de bénévoles bien informé(e)s et bien formé(e)s, pour l'année à venir. À l'approche des élections de 2026, les associations de circonscription doivent s'atteler à la préparation de leurs campagnes électorales.

Pour soutenir ces campagnes, nous recommandons :

- Une investiture plus précoce des candidat(e)s, dans la mesure du possible.
- L'affectation plus rapide du personnel de campagne.
- Des lignes de communication plus claires pour soutenir les campagnes locales.
- Des outils plus conviviaux pour la collecte et l'utilisation des données.
- Le soutien de l'engagement communautaire.
- Un soutien particulier pour les circonscriptions en développement.

Merci de nous avoir consacré du temps et de nous avoir fait part de vos idées

Nous remercions tous(toutes) ceux(celles) qui se sont entretenu(e)s avec nous, qui nous ont envoyé un rapport ou qui ont complété une enquête. C'est grâce à vous que nous avons pu formuler nos recommandations.

Nous savons que nous demandons beaucoup aux membres, aux dirigeant(e)s et au personnel du parti. Mais, nous voulons tous(toutes) vivre dans une Ontario qui offre des occasions aux gens ordinaires, qui prend soin de notre environnement et qui traite tout le monde de manière juste et équitable.

En toute solidarité,

Le comité d'examen de la campagne 2022

Coprésident(e)s : Janelle Brady, Dennis Young

Membres : Lynn Dee Eason, Rosemarie Bahr

feedback2022@ontariondp.ca

Annexe

À propos du Comité d'examen de la campagne

Le Comité exécutif a mis en place ce Comité juste après les élections de 2022 afin de procéder à un examen complet de la campagne et de soumettre un rapport au Conseil provincial. La motion du Comité exécutif demandait que l'examen « évalue les forces et les faiblesses et comprenne une analyse des résultats et des recommandations fondées sur des solutions et exploitables pour préparer la prochaine campagne électorale ».

L'examen devait servir de base à un plan stratégique pour l'avenir. Les membres du Comité espèrent qu'il le fera.

Janelle Brady, co-présidente et présidente du NPDO, est éducatrice en matière de lutte contre le racisme, militante-chercheuse et organisatrice communautaire. Elle est également professeure adjointe d'études noires à la *School of Early Childhood Studies* de la *Toronto Metropolitan University*. Elle a été DF de circonscription et a occupé plusieurs rôles dans des campagnes, notamment démarcheuse, OCÉ, collectrice de fonds, organisatrice de FSLV et gérante de campagne. Elle s'est jointe au Comité exécutif du parti en 2014 en tant que coprésidente du Comité pour l'équité ethnoraciale. Elle a été élue vice-présidente en 2016 avant sa campagne réussie à la présidence du parti.

Dennis Young, coprésident, a commencé à faire du démarchage lors de la campagne de 1968 à Hamilton. Il a également été militant de circonscription, organisateur de terrain, secrétaire fédéral et secrétaire par intérim à Terre-Neuve-et-Labrador, en Nouvelle-Écosse et en Ontario. Il a géré des campagnes nationales, provinciales, territoriales et de circonscription à la grandeur du Canada. Il a été chef de cabinet de quatre chef(fe)s à Queen's Park et sur la colline du Parlement. Il a fait fonction de conseiller principal lors de trois tournées des chef(fe)s.

Lynn Dee Eason est présidente du NPDO d'Algoma-Manitoulin et coprésidente du caucus du Nord du parti. Elle a coprésidé le Comité des femmes où elle a considérablement accru la portée des médias sociaux. Dans le cadre des campagnes, elle a été démarcheuse, posé des affiches, fait du démarchage par téléphone et a utilisé le centre d'appel, en plus d'être gestionnaire. Elle a enseigné les logiciels et les communications au *Sault College* et elle est membre du SEFPO où elle est temporairement employée après avoir coordonné une campagne réussie pour élire une nouvelle présidente.

Rosemarie Bahr a participé à 30 élections provinciales, fédérales et partielles d'un océan à l'autre. Pendant six ans, elle a été à l'emploi à temps plein du NPD de l'Ontario et six autres années à l'emploi du Caucus de l'Ontario. Elle a dirigé les communications centrales, formé le personnel et les bénévoles, géré des campagnes de circonscription, organisé la Journée des élections, travaillé sur les tournées des chef(fe)s et rédigé des dépliants et des politiques.