

Bilan de la campagne 2022 du Parti libéral de l'Ontario

Comité de bilan de campagne :

Qasir Dar, président du comité de bilan de
campagne

Patricia Favre, vice-présidente du comité de bilan
de campagne

David Zimmer, vice-président du comité de bilan
de campagne

Janvier 2023

Table des matières

Introduction	3
Contexte	5
Observations	7
Prochaines étapes	12
Conclusion.....	14

Introduction

Contexte

À la suite des élections générales de 2022, le président du Parti libéral de l'Ontario et le Conseil exécutif du Parti libéral de l'Ontario ont formé notre Comité de bilan de campagne afin de procéder à un examen des élections de 2022. Ce comité a été mis en place en tant que groupe de travail autonome – indépendant du Conseil exécutif et du bureau du Parti.

Le but de ce processus était de s'engager avec les libéraux de toute la province et d'écouter les commentaires et l'analyse de ce qui s'est passé, pourquoi cela s'est passé et quelles leçons ont été tirées. En fin de compte, le comité a cherché à obtenir les recommandations des libéraux de l'Ontario qui formeraient la base d'un plan d'action visant à mieux préparer le Parti libéral de l'Ontario, son futur chef et ses membres dans toute la province pour les élections générales de 2026 en Ontario.

Pourquoi c'est important

- Les membres du PLO - les Ontariens de la base - constituent l'épine dorsale de notre parti et, alors que nous cherchons à nous reconstruire, **l'apport de ces intervenants clés** est primordial pour notre stratégie à venir.
- Comme pour chaque campagne, il est important de **déterminer ce qui a bien fonctionné et ce qui n'a pas fonctionné**, afin de pouvoir appliquer les leçons apprises à la prochaine campagne.
- En tant que libéraux et Ontariens, nous sommes confrontés à un **paysage changeant** en termes d'engagement civique et de communication dans le monde d'aujourd'hui. Par conséquent, la façon dont nous menons nos campagnes doit changer.
- Sans un examen complet du contexte d'une campagne électorale, nous ne pouvons pas réaliser et comprendre pleinement **comment nous allons de l'avant en tant que Parti et en tant que communauté de personnes qui partagent une idéologie progressiste** dans un monde qui évolue rapidement.

Le processus de bilan

Le Conseil exécutif du PLO nous a demandé, en tant que comité, d'écouter les membres du PLO et les parties prenantes afin de s'assurer que tout le monde soit entendu au moment où nous nous efforçons de reconstruire. Le comité s'est concentré sur quatre thèmes principaux : le chef, la plateforme de campagne, l'équipe de campagne et la stratégie de campagne.

En s'engageant dans ce bilan, notre comité s'est concentré sur cinq voies différentes de contributions, qui sont décrits ci-dessous.

Dans chaque volet, nous avons profité de l'occasion pour poser des questions clés à tous les participants : quelle a été leur expérience des élections de 2022, qu'est-ce qui s'est bien passé, qu'est-ce qui aurait pu être amélioré et quelles sont leurs recommandations pour l'avenir ?

Nous remercions les milliers de libéraux de l'Ontario qui ont participé à ce processus. Leurs commentaires constituent la base de ce rapport, qui n'aurait pas été possible sans eux.

Entretiens approfondis : Notre comité a rencontré des membres, du personnel, des bénévoles, des candidats et d'autres parties prenantes fortement impliqués dans la campagne 2022. Cela comprend des entrevues en profondeur avec :

- Le Conseil exécutif du Parti libéral de l'Ontario
- Le président et coprésident de la campagne du Parti libéral de l'Ontario
- Les vice-présidents régionaux du Parti libéral de l'Ontario
- Le trésorier du Parti libéral de l'Ontario
- Le conseiller juridique du Parti libéral de l'Ontario
- Le directeur de la campagne 2022 du Parti libéral de l'Ontario
- Ancien chef du Parti libéral de l'Ontario
- Ancien chef de cabinet de l'ancien chef du Parti libéral de l'Ontario
- Le Caucus libéral de l'Ontario
- L'équipe de bilan des candidats du Parti libéral de l'Ontario
- Le fournisseur de la stratégie numérique de la campagne
- Le fournisseur de recherche sur l'opinion publique de la campagne
- Le commissaire aux nominations des candidats de la campagne
- La Commission libérale des femmes de l'Ontario
- Les Jeunes libéraux de l'Ontario
- Le président de la plateforme de la campagne
- Le personnel du Parti libéral de l'Ontario

Collecte de données quantitatives : Notre comité a chargé une société de recherche neutre et tierce - Public Square Research - de rédiger une enquête auprès des membres axée sur la campagne électorale de 2022. Nous avons été heureux d'avoir la participation de **plus de 1 700 membres** qui ont fourni des commentaires précieux. Le questionnaire portait sur les groupes suivants :

- Membres généraux
- Candidats
- Directeurs de campagne
- Présidents d'associations de circonscription
- Directeurs financiers des campagnes

Des courriels ont été envoyés à tous les membres du PLO pour leur demander de participer à cette enquête.

Réunion bilan du 10 septembre : Notre comité a assisté à la réunion de bilan du PLO en personne le 10 septembre 2022, à Toronto. Les participants à cette réunion étaient les membres généraux du PLO qui avaient été invités à participer par courriel. Nous avons pris des notes pendant les principales sessions plénières et avons participé à toutes les sessions régionales de bilan. De plus, des preneurs de notes bénévoles ont participé à chaque séance de bilan régionale afin de s'assurer que les commentaires et les recommandations étaient saisis pour notre examen.

Réunions de bilan régionales : Nous avons travaillé avec les vice-présidents régionaux du PLO afin d'offrir deux réunions de bilan dans chaque région de la province. Des réunions en personne et virtuelles ont été organisées avec des membres de Kingston, Ottawa, Sudbury, Thunder Bay, Hamilton, St. Catharines, Niagara Falls, Kitchener-Waterloo, Milton, Whitby, Oshawa, Pickering et London. Les participants avaient été invités par les vice-présidents régionaux en fonction de leur situation géographique.

Rétroaction en ligne : Le PLO a mis à la disposition des Ontariens un formulaire de rétroaction en ligne sur le site Web du PLO. Il s'agissait d'un forum ouvert qui permettait à quiconque souhaitait participer de fournir des commentaires ouverts au PLO sur toute question qu'il jugeait importante. Ce formulaire en ligne était actif jusqu'au 24 décembre 2022.

Contexte

La campagne électorale de 2022 doit être examinée dans le contexte de l'environnement auquel le Parti était confronté - à la fois l'environnement interne et externe. Nous avons exposé ci-dessous les éléments clés que nous avons pris en considération – et entendus de la part d'autres personnes – tout en menant notre processus de bilan.

Les élections de 2018

Les résultats des élections de 2018 ont préparé le terrain pour les élections de 2022. En 2018, le PLO est passé d'un gouvernement majoritaire à la perte du statut de parti officiel. Le parti est entré dans l'élection avec 55 sièges et en est ressorti avec 7. Avec cette perte, le PLO a également perdu beaucoup de ressources qui viennent généralement avec le statut de parti officiel.

Alors que le PLO commençait à se reconstruire après cette défaite, le parti s'est lancé dans une course à la direction par le biais d'un système de délégation qui tentait d'impliquer les circonscriptions de la province. À un peu plus de deux ans des prochaines élections, le PLO a célébré la victoire de Steven Del Duca en tant que nouveau chef.

L'élection de 2022 a eu lieu dans le contexte d'une pandémie mondiale. Le chef a été élu seulement 10 jours avant que la province ne ferme ses portes, imposant des mandats pour rester à la maison et cesser tout rassemblement public. Cela a changé la dynamique de l'organisation.

Ressources du parti

Avec seulement huit sièges à l'assemblée législative, le Parti disposait d'un personnel minimal, tant au bureau du Parti qu'au bureau du chef. Par conséquent, le Parti avait très peu de personnel pour former ce qu'on appelait auparavant la "machine libérale de l'Ontario". Nous n'avions pas l'infrastructure essentielle à laquelle notre Parti s'était habitué avant les élections de 2018.

La pandémie de la COVID-19

Bien que le chef du Parti ait eu une année complète pour faire campagne pour la

direction, il n'a eu que 10 jours exactement à partir du jour où il est devenu chef au congrès 2020 du PLO jusqu'à ce que le gouvernement de l'Ontario déclare l'état d'urgence et mette notre province en état d'urgence pour se protéger contre la pandémie. Cela signifiait que l'agitation d'une campagne traditionnelle n'était plus une réalité et que l'équipe devait travailler autour de cette limitation écrasante.

Même si le chef et l'équipe de la campagne du PLO ont eu deux ans pour élaborer des stratégies hors des sentiers battus en termes de communication et de transmission du message libéral aux Ontariens, cela s'est avéré être un défi majeur car les Ontariens étaient concentrés sur la pandémie et son impact sur leur vie.

Cela a eu des effets étendus et sans précédent sur l'équipe du PLO, sur la préparation de la campagne et, bien sûr, sur la campagne elle-même.

- Les **moyens traditionnels d'engagement communautaire n'étaient plus disponibles**. Avant la campagne, il n'y a pas eu de rassemblements à domicile, ni d'assemblées générales annuelles des associations de circonscription.
- Le **chef n'a pas pu bénéficier d'une tournée traditionnelle** avant l'élection.
- Les **intentions des électeurs avaient considérablement évolué en raison de la pandémie**. Entre mars 2020 et le jour de l'élection, les électeurs s'étaient principalement focalisés sur la pandémie. Entre les mandats de masques, les fermetures d'entreprises et l'accès limité des gens aux établissements de santé, la pandémie avait été écrasante.

Ressources financières

L'une des réussites du PLO à l'approche des élections de 2022 a été sa capacité, en tant que troisième parti, à **effacer la dette antérieure de 10 millions de dollars**.

On nous a dit que cela avait nécessité de la ténacité et une importante participation de la base. Nombreux étaient ceux qui avaient bon espoir, à juste titre, de se retrouver **deux ans après les élections sans aucune dette**. On nous a dit que c'était une première dans l'histoire récente du PLO. C'est un témoignage important de l'ancien chef du parti et du Parti libéral de l'Ontario.

Cependant, le **pouvoir de dépenser de nos concurrents** pour la campagne 2022 était important.

- Le NPD de l'Ontario a dépensé 13 millions de dollars.
- Le Parti PC de l'Ontario a dépensé 11,5 millions de dollars.
- Le Parti libéral de l'Ontario a dépensé 9,6 millions de dollars.

Le trésorier du PLO estime qu'une campagne électorale réussie en Ontario en 2026 coûtera à un parti politique environ 13 à 15 millions de dollars.

Le paysage changeant

Le monde change. Les électeurs ont dû faire face à une pandémie, à une façon différente de consommer l'information à l'ère numérique, à une dynamique changeante de la géopolitique à l'échelle internationale et à un changement important des attentes à l'égard de leurs gouvernements.

- Au moment des élections de 2022, **l'apathie des électeurs n'a jamais été aussi forte**. Le devoir civique ne suffit plus à inciter les gens à se rendre aux urnes. La politique partisane n'est plus ce qu'elle était.
- **De plus en plus d'Ontariens deviennent des électeurs axés sur les enjeux**. Les solutions simplistes aux problèmes réels gagnent en popularité, comme en témoignent les vagues de mouvements populistes que nous avons observées dans le monde entier. Cela s'est traduit par le plus faible taux de participation électorale de l'histoire récente de l'Ontario.
- **La façon dont les Ontariens obtiennent leurs informations a changé**. L'époque de l'approche descendante des nouvelles est moins pertinente. Les gens sont plus que jamais connectés numériquement. Les campagnes politiques doivent être livrées de plus en plus numériquement.
- Les élections que les libéraux de l'Ontario ont remportées en 2003, 2007, 2011 et 2014 ont été menées dans des tranchées qui n'existent presque plus. **Les campagnes traditionnelles n'étaient plus disponibles ou souhaitables pour les électeurs, en partie à cause de la pandémie**.

Observations

Au cours de ce bilan, nous avons entendu des libéraux de l'Ontario de toutes les régions de la province. Il s'agissait de jeunes libéraux qui en étaient à leur première campagne et de libéraux plus expérimentés qui avaient déjà mené de nombreuses campagnes. Malgré leurs nombreuses différences, plusieurs thèmes clés ont émergé.

Cette section du rapport présente les **éléments que nous avons entendus** après d'innombrables heures de conversations, de communications écrites et d'analyses de données.

Le chef

Grâce à notre sondage auprès des membres, nous avons appris qu'une forte majorité de participants estimaient que notre chef était impopulaire et que la campagne du PLO n'avait pas réussi à aborder cette question. Comme l'équipe de bilan des candidats l'a si bien écrit dans son rapport, "nous n'avons pas pu transformer les forces de notre chef en atouts électoraux".

Au cours de nos sessions de bilan, nous avons entendu ce qui suit :

- Les libéraux de l'Ontario ont reconnu la nature laborieuse du chef et sa capacité à organiser, mais beaucoup ont également critiqué la capacité du chef à mettre en valeur sa marque et sa position sur les questions politiques qui étaient les plus importantes pour les Ontariens.
- La majorité des participants à notre sondage ont estimé que le processus de leadership ne reflétait pas les opinions de la majorité des Ontariens. Dans nos

comptes rendus, les libéraux nous ont dit que le chef était inconnu parce que le processus actuel de la course à la direction était trop compliqué.

- Les participants ont reconnu que le chef avait de nombreuses réussites, notamment les efforts pour éliminer la dette du Parti. Cependant, ils n'ont pas eu l'impression que le Parti était capable de traduire ces efforts en messages qui ont influencé les résultats de l'élection.
- Nous avons entendu que le chef était souvent isolé des réalités de la campagne électorale, y compris dans sa propre circonscription. Cela a constitué un obstacle à sa participation efficace à l'élaboration et à la diffusion des messages.

La plateforme

Le point de départ de notre plateforme est de définir qui nous sommes en tant que libéraux de l'Ontario.

Au cours de l'examen, nous avons entendu dire que "ce que cela signifie d'être un libéral" n'était pas bien défini ou communiqué. De nombreux membres et candidats ont eu l'impression que **nous essayions d'être trop de tout et que nous nous égarions.**

Les candidats nous ont dit que les gens ne savaient pas ce que représentait le PLO. Lorsqu'on leur a demandé dans notre sondage auprès des membres ce que cela signifiait d'être un libéral de l'Ontario, les membres ont utilisé des mots tels que : **centriste, progressiste, bien intentionné, communauté, santé, équilibré et socialement responsable.** Cette réponse variée s'est reflétée dans la plateforme.

Il y a eu beaucoup de débats sur la plateforme du PLO et sur la question de savoir si elle contenait quelque chose pour tout le monde. Dans l'ensemble, ce sujet n'a pas été cohérent et a suscité des opinions très variées.

- De nombreuses personnes interrogées ont estimé que la plateforme n'avait pas abordé les questions clés, qu'elle n'avait pas été conçue au bon moment et qu'elle n'était pas bien développée.
- Beaucoup ont estimé que ce qui manquait à la plateforme était un message clé et cohérent : une vision de ce à quoi devrait ressembler la province sous la marque libérale de l'Ontario.
- D'autres ont dit que, bien que la plateforme ait essayé d'inclure quelque chose pour tout le monde, elle est finalement devenue trop compliquée à communiquer pour les candidats et le message libéral du "pourquoi" s'est perdu parmi les promesses faites dans le document.
- La majorité des participants que nous avons entendus dans les zones rurales ont estimé que la plateforme ne tenait absolument pas compte des circonscriptions situées en dehors de la région du Grand Toronto.
- De nombreux candidats ont déclaré que, bien que la plateforme soit pleine

d'idées riches, il était trop difficile de la communiquer aux portes et avec les médias locaux. Ils ne savaient pas quelles étaient les trois à cinq propositions de politiques principales les plus importantes pour le Parti et la province.

- La majorité des intervenants ont estimé que l'approche consistant à "prendre le micro" pour élaborer la politique et la plateforme était importante pour mobiliser la base du Parti. Il s'agit d'une tactique efficace qui a permis aux participants de se sentir écoutés et d'inclure leurs idées.
- Les participants ont noté l'absence d'un congrès sur les politiques. Ils ont estimé que l'absence d'une convention politique signifiait que les idées issues de l'approche "prendre le micro" n'étaient pas traduites en une plateforme cohésive et pratique.

L'équipe libérale de l'Ontario

L'équipe du PLO est bien plus que le chef et l'équipe de campagne. L'équipe du PLO comprend également les candidats, les APL et les bénévoles. Ces personnes dévouées forment l'infrastructure du Parti.

Associations provinciales libérales : Bien qu'il y ait 124 APL dans la province, bon nombre de ces organisations se sont senties ignorées pendant les élections.

- Elles n'ont pas eu l'impression que le Parti a soutenu leurs efforts à la base au cours des deux années précédant l'élection. Ils ont souvent eu l'impression que leurs opinions n'étaient pas prises en compte.
- Nombre d'entre elles ont estimé que le manque de formation en matière d'engagement des électeurs, de gestion des données, de recrutement des bénévoles et de collecte de fonds les a désavantagées et les a empêchées de soutenir les candidats locaux.
- Beaucoup d'APL ont estimé que le Parti n'avait pas de stratégie pour soutenir les circonscriptions qui avaient un historique de succès électoral.
- En même temps, de nombreux candidats ont estimé que les APL faisaient de l'obstruction, ne les soutenaient pas ou étaient inactives pendant la campagne.

Les candidats : La majorité des Libéraux de l'Ontario ont estimé que notre liste de candidats était la plus grande force du Parti et de la campagne.

- L'engagement envers la parité des sexes et la campagne "30 ans et moins" ont été très bien accueillis.
- Il y a eu un appui massif et une grande fierté à l'égard de l'atteinte de la parité des sexes parmi les candidats du Parti, bien qu'il ait été reconnu qu'il reste encore du travail à faire pour relever les défis uniques auxquels font face les femmes, les personnes non binaires et les candidats racialisés.
- Certains estiment que le Parti doit consacrer plus de temps à l'examen des candidats pour s'assurer non seulement que leurs opinions correspondent aux valeurs du Parti, mais aussi que leur "jeu de terrain" dans leurs circonscriptions respectives est efficace.

- Beaucoup ont exprimé le désir d'une plus grande transparence dans le processus de recrutement et de nomination.
- Un grand nombre de participants à ce processus estiment que les candidats n'ont pas reçu la formation nécessaire pour mener des campagnes efficaces. Cela comprend l'engagement des parties prenantes, le recrutement des bénévoles, la gestion des données et le développement de la collecte de fonds.
- Certains participants ont également estimé que les candidats avaient besoin d'une meilleure formation aux médias et d'une séance d'information sur la plateforme de campagne et les priorités du parti.
- Les candidats ont eu l'impression d'avoir été recrutés pour mener une campagne "de premier plan", mais pour beaucoup d'entre eux, il s'agissait de leur première campagne, et ils n'avaient **pas d'attentes claires** quant à la façon de mener une campagne ou à ce qu'on attendait d'eux.
- Les bénévoles locaux ont estimé que si nous avions des APL uniformes dans toute la province, la formation pourrait être un moyen de mieux les impliquer.

Bénévoles : 82 % des dirigeants de campagnes locales ont déclaré que le recrutement de bénévoles était le plus grand défi à relever dans leur circonscription.

- Nous avons entendu à maintes reprises que davantage de travail aurait dû être fait pour identifier et former les directeurs de campagne locaux, ainsi que d'autres rôles essentiels de la campagne. Historiquement, bon nombre de ces rôles étaient remplis par le personnel politique - ce n'est clairement plus une option.
- Dans certaines circonscriptions, le démarchage s'est révélé être un véritable défi. Non seulement il était difficile de recruter des démarcheurs, mais l'inexpérience des démarcheurs a entraîné des données incohérentes et parfois inexactes. Les bénévoles et les équipes locales ont estimé que davantage de soutien aurait dû être fourni pour relever ce défi.

L'équipe de campagne centrale : A un moment sans précédent, et avec très peu de personnel disponible, on nous a dit que la décision a été prise de modéliser l'équipe de la campagne centrale sur une structure similaire à celle des campagnes précédentes, mais avec quelques volontaires non rémunérés remplissant des rôles clés. Les personnes travaillant au sein de l'équipe de la campagne centrale et avec elle ont identifié certains défis associés à cette approche :

- On nous a dit que certains membres de l'équipe avaient un emploi à temps plein, ce qui a entraîné des problèmes de communication car tous ne pouvaient pas être présents tout le temps et devaient se concentrer sur leur emploi en même temps.
- Nous avons entendu qu'il était difficile d'intégrer pleinement certaines des équipes et des fonctions en raison de la nature hybride de la campagne.
- Il a été porté à notre attention qu'étant donné l'incertitude de la pandémie et l'impact financier que beaucoup craignaient qu'elle ait sur le Parti, la décision a été prise de maintenir le personnel du Bureau du Chef à un niveau très bas.

Avec le recul, il a été dit qu'une équipe plus importante aurait mieux soutenu la campagne.

- Nous avons également entendu qu'il existait des différences idéologiques importantes entre les tactiques de campagne traditionnelles utilisées dans le passé et les innovations proposées qui tenaient compte du contexte du climat politique actuel. Ces différences concernaient généralement le cadre de référence des anciens militants et l'expérience professionnelle et la modernisation proposée par les nouveaux militants. Ces questions sont restées en grande partie non résolues.
- Nous avons entendu que certains membres du personnel et des campagnes locales ont estimé que le chevauchement et le manque de clarté de la structure décisionnelle tout au long de la campagne ont limité sa fonctionnalité, non seulement au centre, mais aussi sur le terrain à travers l'Ontario. Les participants ont fait état de retards dans la prise de décision ainsi que de confusion quant aux rôles et responsabilités au sein de l'équipe de campagne.

Infrastructure du Parti

En tant que parti souvent identifié par les intervenants et les médias comme "la grande tente rouge", il est difficile pour beaucoup de croire que l'infrastructure de notre parti se trouve là où elle est aujourd'hui. Si beaucoup ont parlé du travail impressionnant réalisé par une petite équipe après la défaite de 2018, il semble que **nos membres et nos candidats n'étaient pas entièrement préparés aux réalités de notre infrastructure.**

Les membres ne se sentaient pas engagés : À travers notre enquête, les membres ont exprimé le désir d'un plus grand engagement. Une grande majorité des membres ont dit qu'ils aimeraient être plus engagés entre les élections.

Formation et soutien : Comme mentionné à plusieurs reprises ci-dessus, un thème commun était le sentiment que le Parti n'offrait pas suffisamment de possibilités de formation aux candidats ou aux bénévoles.

Données : Le sujet des données a été abordé dans plusieurs entretiens approfondis et réunions de débriefing. La question la plus fréquente était : **pourquoi n'avons-nous rien vu venir ?**

Les observations et opinions suivantes ont été partagées avec l'équipe de bilan de campagne :

- Un fort sentiment que le parti ne dispose pas des bonnes données sur les électeurs. Beaucoup pensent que les intentions des électeurs ont été mal identifiées et qu'il nous manque des informations clés sur les électeurs, comme les numéros de téléphone portable.
- La conviction que **les sondages sont un art, pas une science.** Et avec la façon dont le monde change, nous ne pouvons plus nous fier uniquement aux sondages pour déterminer un résultat.

Prochaines étapes

Dans le but de renforcer l'infrastructure du Parti et de positionner le PLO le mieux possible à l'approche des élections générales de 2026, l'équipe chargée du bilan de campagne présente les recommandations suivantes au Conseil exécutif du PLO.

Recommandations

1. Reconstruire les APL et embaucher du personnel de terrain – Il est clair que la santé de nos APL a souffert d'un manque de rôles et de responsabilités bien définis et du manque de soutien de la part de personnel de terrain expérimenté. Nous recommandons qu'un minimum de trois organisateurs de terrain soient embauchés dès que possible. Ils devraient avoir pour mandat de reconstruire les APL afin de disposer d'une base saine de volontaires locaux formés. Une partie de ce mandat de reconstruction devrait inclure l'élaboration de lignes directrices pour les APL concernant leurs rôles et responsabilités dans la préparation de la nomination d'un candidat, la constitution d'une équipe de campagne locale et la préparation d'une élection générale.

2. Lancer une consultation sur le processus de leadership – Il est apparu clairement au cours de nos discussions que les membres estiment que le Parti doit faire davantage d'efforts pour le moderniser et faire participer ses membres. Les libéraux de toute la province, y compris 66 % des répondants à notre sondage, nous ont dit que la course à la direction doit être restructurée et plus inclusive. Nous recommandons que le Conseil exécutif lance un examen de son processus d'élection du chef afin de déterminer si nous avons les bons processus en place pour faire participer nos membres à cette décision très importante.

3. Trouver des moyens de maintenir la participation des anciens candidats – Parmi les candidats qui ont participé à notre sondage auprès des membres, 78 % ont déclaré qu'ils envisageraient de se présenter à nouveau comme candidat du PLO. Nous recommandons d'exploiter cette énergie en demandant aux anciens candidats intéressés à rester engagés dans le PLO d'occuper des postes de direction dans leurs associations de circonscription, en précisant que leur engagement ne les qualifie pas automatiquement pour devenir à nouveau candidats aux prochaines élections.

4. S'adapter à un monde hybride – La plupart des employeurs ont accepté la réalité que nous vivons maintenant dans un monde hybride et que certaines réunions et certains événements ne seront peut-être plus jamais entièrement en personne. Le Conseil exécutif du PLO devrait envisager d'offrir en permanence une option virtuelle à tout libéral qui souhaite participer aux activités locales du PLO, comme les AGA des APL et les réunions de nomination.

5. Donner la priorité à l'obtention et à la correction des données sur les électeurs – La dernière campagne provinciale a mis en évidence les limites auxquelles nous sommes confrontés sans ces données, notamment les numéros de téléphone cellulaire. Des données solides ont un impact sur la capacité de se

connecter et de résonner avec les Ontariens. Elles permettent d'élaborer des stratégies et de renforcer les campagnes. Une façon de recueillir des données est d'organiser des "journées d'action" mensuelles, qui non seulement stimuleront l'engagement de la base, mais constitueront également une base de données solide dans chaque circonscription de l'Ontario. Le PLO devrait se plonger dans la gestion des données et comprendre comment mieux communiquer avec les Ontariens tout en préservant leur vie privée.

6. Désignation uniquement pour les femmes – Nous recommandons que le PLO institutionnalise la désignation uniquement pour les femmes et l'élargisse pour inclure d'autres groupes en quête d'équité. Nous recommandons que le Parti élabore une stratégie clairement communiquée concernant les circonscriptions ciblées qui devraient être réservées aux femmes ou à l'équité. Ces circonscriptions devraient être identifiées bien à l'avance afin que les APL aient une idée claire de ce qu'ils recherchent lorsqu'on leur demande de commencer à faire des recherches pour identifier des candidats locaux possibles.

7. Directeur de campagne – Compte tenu des défis décrits au sujet de l'équipe de campagne et de la difficulté de maintenir un flux constant de ressources, nous recommandons que le Parti embauche un directeur de campagne à temps plein au moins un an avant l'élection. Cette personne devrait être pleinement intégrée à l'équipe du PLO.

8. Personnel clé de la campagne – Une fois élu, le nouveau chef devrait s'efforcer de remplir son bureau avec des rôles clés immédiatement - comme un directeur des communications, un gestionnaire des enjeux, un conseiller en politiques et un directeur de la tournée. Ces rôles devraient être ceux qui peuvent être transférés à l'équipe de campagne.

9. Offrir des possibilités de formation continue – Créer un plan de formation qui permette une formation continue pour les postes clés des campagnes centrales et locales afin de préparer les bénévoles à leurs rôles. Le plan doit prendre en compte la manière dont nous pouvons rendre cette formation accessible aux bénévoles déjà actifs, ainsi que le recrutement de nouveaux bénévoles.

10. S'appuyer sur l'expertise du caucus – Créer un programme de mentorat où le Parti jumelle chaque nouveau candidat avec un membre du caucus. Cela devrait aider les nouveaux candidats à comprendre leurs rôles et responsabilités tout en ayant un mentor pour les guider.

11. Exploiter l'énergie entourant "Demandez-lui de se présenter" et "30 ans et moins" et la diriger aussi vers les directeurs de campagne. Il est reconnu que le Parti a fait des efforts extraordinaires pour s'assurer une équipe de candidats solide. Nous recommandons de créer un plan pour étendre ces efforts aux directeurs de campagne.

12. Moderniser notre approche des campagnes – Les campagnes centrales et locales nous ont dit que "l'ancienne façon de faire campagne" ne fonctionne pas.

Nous devons être réalistes et nous concentrer sur l'obtention du statut de parti afin de pouvoir construire à partir de là. Cela implique un plan de campagne modernisé qui s'appuie sur les réalités de l'évolution du paysage médiatique traditionnel et numérique d'aujourd'hui.

13. Conserver le processus de la plateforme mais inclure une convention politique – Il est clair que le processus "prendre le micro" a été adopté par les membres du Parti, et il doit être préservé. Cela dit, il est essentiel qu'un récit de campagne concis soit clairement défini avant le début de la campagne. Un congrès sur les politiques permettra au parti de définir clairement la volonté des libéraux de l'Ontario tout en établissant un consensus - une première étape solide pour construire une plateforme plus inclusive et significative.

14. Mettre sur pied un comité de préparation aux élections – La préparation aux élections ne doit pas être laissée à la dernière minute. Le Conseil exécutif du Parti devrait envisager de créer un comité de préparation aux élections afin de rédiger immédiatement un plan de préparation aux élections. Il s'agirait notamment de déterminer quels APL ont le plus besoin d'aide et de passer en revue les outils de formation existants.

15. Un examen minutieux de la constitution du PLO devrait être entrepris afin de s'assurer qu'elle reflète le fonctionnement et la structure de gouvernance d'un parti politique moderne, avec des lignes de responsabilités et d'imputabilité claires tant pour le personnel du PLO que pour le conseil exécutif.

Conclusion

Le résultat des élections de 2022 a été dévastateur et décevant pour les libéraux de l'Ontario. Mais la volonté de faire mieux et d'être meilleur reste forte dans le cœur des libéraux de l'Ontario.

Tout au long de ce processus de bilan, nous avons été touchés par le niveau de passion, de respect et d'engagement des libéraux de toute la province. Nous avons vu une salle remplie de gens à Sudbury par une froide soirée et des libéraux enthousiastes un samedi matin à Ottawa. Ce ne sont là que deux exemples des nombreuses réunions auxquelles les libéraux ont participé.

Les libéraux ont soif d'engagement. Ils veulent partager leurs commentaires ; ils veulent savoir comment ils peuvent aider le Parti à s'améliorer.

La voie à suivre ne sera pas facile pour les libéraux de l'Ontario. Nous devons remettre en question les hypothèses du passé et adopter avec audace des tactiques de campagne modernes, des opérations de parti professionnelles et une mobilisation efficace de la base.

Les personnes qui dépendent des politiques du Parti libéral de l'Ontario ont besoin que nous soyons compétitifs. Les donateurs, les membres, les bénévoles et les électeurs libéraux attendent de nous que nous soyons la meilleure organisation possible. Cela nécessitera des décisions difficiles, un leadership fort et des politiques audacieuses.

C'est au cours de l'une des nombreuses réunions en personne auxquelles nous avons

assisté qu'une femme âgée nous a dit fermement : "Nous sommes encore très forts. Nous avons peut-être été mis à terre, mais je sais que nous nous relèverons. Nous allons nous en sortir."

La force du Parti libéral de l'Ontario n'est pas une "machine libérale" ou un personnel rémunéré, ou le leadership de la campagne. La force du Parti libéral de l'Ontario, ce sont les libéraux eux-mêmes. Notre force réside dans la croyance des libéraux de toute la province en ce que nous représentons en tant que parti et dans l'espoir que nous pouvons améliorer la vie des Ontariens.

Les recommandations de ce rapport sont une tentative de créer un plan d'action basé sur ce que nous avons entendu. En même temps, nous pensons que **la partie la plus importante de cet exercice a été un rappel de l'importance de l'écoute. D'inclure. D'habiliter.**

Nous avons une tâche importante à accomplir. Nous avons vu l'impact dévastateur des politiques du gouvernement actuel sur les Ontariens. Nous souffrons d'un système de soins de santé qui s'effrite, nous craignons pour l'avenir de nos enfants qui doivent faire face à des perturbations scolaires successives, et nous nous inquiétons de l'impact des changements climatiques et du manque d'attention du gouvernement conservateur.

Nous sommes positivement optimistes, la marque dans le cœur des libéraux de l'Ontario est forte, et ils sont prêts à se rassembler pour construire un Parti libéral de l'Ontario plus fort.