



Le seul organisme politique pancanadien de défense du libre choix

B.P. 2663, succ. princ., Vancouver (C.-B.) V6B 3W3 • info@arcc-cdac.ca • www.arcc-cdac.ca

Prise de position n° 84

Les villes ne devraient pas approuver les messages anti-choix

Au fil des ans, les gouvernements locaux du Canada ont parfois appuyé ou accepté les groupes anti-choix, ou fourni une plateforme pour qu'ils puissent diffuser leur message. Cette Prise de position soutient que les gouvernements ne devraient donner leur approbation officielle à aucune forme de rhétorique anti-choix. Ce faisant, ils sèment la discorde et la discrimination, et les villes ont l'obligation de promouvoir un environnement diversifié, inclusif, accessible, sûr et accueillant pour tous les citoyen•ne•x•s.

Voici quelques exemples de messages anti-choix que des villes ou des administrations municipales ont approuvés ces dernières années :

- Publicités anti-choix sur des panneaux d'affichage, des véhicules de transport public, des bancs d'autobus, etc.
- Permis pour la « Marche pour la vie » annuelle et les rassemblements associés
- Drapeaux « pro-vie » hissés à l'hôtel de ville
- Proclamations émises par les maires, par exemple pour la semaine « Respect Life »
- Permis d'organiser des événements anti-choix sur les terrains du Parlement ou de l'hôtel de ville, ou dans d'autres lieux publics comme les parcs
- Permis d'accrocher des bannières dans les rues de la ville

Les messages anti-choix sont en contradiction avec les droits de l'homme

Le discours antiavortement est controversé, car il vise à recriminaliser l'avortement et à restreindre les droits des personnes capables de grossesse. En 1988, la Cour suprême du Canada a invalidé la loi sur l'avortement parce qu'elle portait atteinte aux droits des femmes à l'intégrité physique, ainsi qu'à la vie, à la liberté, à la conscience et à la vie privée, en vertu de la *Charte des droits et libertés*. Par conséquent, les tentatives ultérieures visant à limiter l'accès à l'avortement ou les droits des personnes enceintes ont échoué parce qu'elles violaient les droits garantis par la Charte.

Les personnes capables de grossesse sont également protégées contre la discrimination en vertu des lois provinciales sur les droits de la personne ainsi que du *Code canadien des droits de*

la personne, qui incluent le sexe ou le genre comme motifs interdits de discrimination. Étant donné que seules les femmes cis et certaines personnes transgenres peuvent mener une grossesse, les approbations municipales de messages anti-choix ciblent les personnes sur la base de leur sexe. Lorsque les villes autorisent de tels messages, elles cautionnent en fait une position discriminatoire, faisant en sorte que les femmes cis et les personnes trans se sentent importunes et harcelées dans leur propre ville.

La plupart des Canadien•ne•x•s sont pro-choix, ce qui signifie que les initiatives anti-avortement menées en public ont tendance à susciter la controverse et à perturber les communautés, amenant de nombreuses personnes à déposer des plaintes auprès de la ville^{1,2}. En effet, ces activités sont considérées comme des défis aux droits constitutionnels des femmes cis et des personnes trans et sont souvent vécues comme discriminatoires, condescendantes ou déclenchant des émotions. Par conséquent, il devient particulièrement problématique que les gouvernements locaux donnent leur approbation officielle à de telles tactiques en délivrant des permis ou en acceptant des fonds publicitaires de la part de groupes anti-choix.

Bien que beaucoup puissent soutenir que les groupes anti-choix ont le droit à la liberté d'expression, l'article 1 de la Charte permet d'équilibrer les droits et parfois de les restreindre pour tenir compte d'autres droits fondamentaux. Par exemple, les manifestant•e•x•s anti-choix ne peuvent pas exercer leur liberté d'expression devant les cliniques d'avortement, car cela compromet le droit d'accès à un service de santé nécessaire dans un climat de sécurité, d'intimité et de dignité³. De même, les messages anti-choix sont souvent discriminatoires sur la base du sexe/genre, et les gouvernements ne devraient donc pas les approuver. Cela constituerait une restriction limitée de la liberté d'expression en vertu de l'article 1, car les groupes anti-choix sont libres de promouvoir leur message de bien d'autres manières, notamment par le biais des médias ou de manifestations publiques qui ne nécessitent pas de permis municipaux.

Les villes ne devraient pas approuver les messages ou les événements anti-choix

La CDAC ainsi que d'autres groupes ont adressé une pétition aux villes et municipalités du Canada pour qu'elles cessent d'approuver les messages anti-choix, notamment sous forme de drapeaux, de bannières, de proclamations ou d'événements sur des terrains publics. (Certaines lettres sont disponibles sur notre site Web.^{4,5,6,7,8})

¹ <https://www.ctvnews.ca/canada/anti-abortion-ads-ordered-off-buses-in-lethbridge-alta-1.3871448>

² <https://www.guelphtoday.com/local-news/public-complaint-leads-to-removal-of-anti-abortion-ad-from-guelph-transit-buses-2103063>

³ <http://www.westcoastleaf.org/our-work/watson-v-r-spratt-v-r-2008/>

⁴ Ottawa, 2017: <https://www.arcc-cdac.ca/media/2020/06/Joint-letter-Ottawa-Mayor-Council.pdf>

⁵ Prince Albert, Sask., 2016 et 2017: <https://www.arcc-cdac.ca/media/2020/06/letter-prince-albert-mayor.pdf>; et <https://www.arcc-cdac.ca/media/2020/06/April-2017-letter-prince-albert-mayor.pdf>

⁶ Kelowna, C.-B., 2015: <https://www.arcc-cdac.ca/media/2020/06/OK-Regional-District.pdf>

⁷ Houston, C.-B., 2017: <https://www.arcc-cdac.ca/media/2020/06/Houston-ARCC-letter-anti-abortion-event.pdf>

⁸ Williams Lake, C.-B., 2015: <https://www.arcc-cdac.ca/media/2020/06/Williams-Lake-2015.pdf>

Westcoast LEAF, un cabinet d'avocats de la C.-B. qui s'occupe d'affaires liées à l'égalité des genres, a également apporté son aide avec sa lettre de 2012⁹ au maire et au conseil de Kelowna, en Colombie-Britannique, dans laquelle il explique pourquoi les villes ne devraient pas « promouvoir une cause qui mine les droits à l'égalité des femmes et épouse un point de vue qui est directement contraire au droit canadien et international ». En conséquence, Kelowna a modifié ses directives et n'approuve plus les proclamations anti-choix¹⁰.

La décision d'une ville d'approuver ou de rejeter un message ou un événement anti-choix doit également inclure une évaluation du groupe à l'origine de la demande. Un exemple éloquent s'est produit à Regina en 2013¹¹. Le maire a approuvé une proclamation pour la « Semaine du patrimoine européen », un événement d'apparence anodine. Cependant, il a immédiatement annulé la proclamation lorsqu'il a appris qu'un groupe de suprémacistes blancs était à l'origine de la demande. De même, le mouvement antiavortement du Canada utilise souvent un langage à consonance progressiste, comme les proclamations « Célébrer la vie » ou « Respecter la vie ». Cependant, un coup d'œil aux sites Web de ces groupes révèle souvent leur base religieuse et anti-choix explicite, ce qui signifie que ces proclamations se limitent à « célébrer » ou à « respecter » la vie des embryons et des fœtus, ainsi qu'à nier le droit de mourir dans la dignité — niant ainsi les droits des personnes capables de grossesse et des personnes gravement malades en vertu de la Charte.

Utilisation du Code canadien des normes de la publicité

Afin de protéger les communautés contre les messages anti-choix, la Coalition pour le droit à l'avortement au Canada exhorte également les gouvernements locaux à citer et à utiliser le Code canadien des normes de la publicité (« le Code ») dans les politiques et règlements pertinents. L'utilisation du Code permet de filtrer et de réglementer les messages problématiques — pas seulement les messages anti-choix et pas seulement les publicités payantes — ce qui permet à l'administration locale d'interdire ou de supprimer tout message public susceptible de violer le Code, comme les messages inexacts, offensants ou discriminatoires. (Les Villes doivent également mettre en balance les droits garantis par la Charte¹². L'article 1 de la Charte autorise que les droits fondamentaux soient restreints pour protéger d'autres droits dans la mesure où cette atteinte est raisonnable et adaptée aux circonstances.

Bien que le Code n'ait aucune autorité légale et qu'il soit administré par une agence privée de surveillance (Normes de la publicité^{MC}), il est largement approuvé par les annonceurs, les médias, les consommateurs et les collectivités locales. Au moins 92 municipalités ou villes

⁹ <https://www.arcc-cdac.ca/media/westcoast-leaf-2012-08-27-letter-kelowna-protect-human-life-week.pdf>

¹⁰ http://www.kelownadailycourier.ca/news/article_2456bb3c-32be-5347-865b-04736934c948.html

¹¹ <https://nationalpost.com/news/canada/regina-fooled-by-white-supremacist-group-into-declaring-european-heritage-week>

¹² Les villes ne peuvent pas s'appuyer *uniquement* sur le Code, mais elles peuvent s'en servir pour mettre en balance les droits de la Charte. Notez également que Normes de la publicité^{MC} déclare que « [l]e Code n'a pas pour but de remplacer les nombreuses lois et lignes directrices visant à réglementer la publicité au Canada ». <https://adstandards.ca/fr/code-canadien/code-en-ligne/>

citent le Code dans leurs politiques ou leurs règlements¹³. Depuis 2008, Normes de la publicité^{MC} a rendu plus d'une vingtaine de décisions contre des publicités anti-choix (et des images graphiques de fœtus avortés) en arguant qu'elles étaient inexactes ou dégradantes pour les femmes cis¹⁴. En outre, au moins huit décisions judiciaires ont soutenu l'utilisation du Code par les collectivités locales¹⁵.

L'un des principaux avantages de l'utilisation du Code pour examiner les publicités est l'élimination des préjugés personnels ou d'un mauvais jugement de la part des collectivités locales, ainsi que d'un raisonnement ou de preuves insuffisantes lorsqu'il s'agit d'accepter ou de rejeter des publicités. En plus de procéder à une analyse de la Charte et mettre en balance les droits, les collectivités locales peuvent s'appuyer sur les critères du Code pour démontrer qu'elles ont suivi une procédure établie. Pour aider les villes, nous avons créé un guide d'évaluation rapide leur permettant d'évaluer les demandes de messages publics¹⁶.

Le Code fournit également une solide justification pour répondre aux plaintes du public et réduit le risque de litiges et de poursuites judiciaires de la part des annonceurs. En outre, le respect des directives du Code permet de répondre aux valeurs communautaires locales qui encouragent l'inclusion, la diversité, l'accessibilité et un environnement sûr et accueillant pour tous.

Conclusion

Tous les ordres de gouvernement sont tenus de faire respecter les lois provinciales et fédérales, y compris la Charte, le Code criminel et les codes des droits de la personne qui interdisent la discrimination, et de s'y conformer. Les gouvernements ont le devoir de faire respecter la règle de droit en respectant le droit légal à l'avortement ainsi que les droits d'autonomie corporelle et d'égalité des genres que leur confère la Charte.

De plus, les gouvernements doivent favoriser une culture communautaire qui respecte les droits et les libertés des femmes cis et des personnes transgenres en n'approuvant pas les événements ou les initiatives qui s'opposent directement aux valeurs d'égalité des genres ou qui visent à miner nos lois démocratiques. En bref, il est inapproprié pour les gouvernements d'accorder toute forme de soutien officiel aux groupes anti-choix parce qu'ils se consacrent à la suppression des droits des personnes capables de grossesse prévus par la Charte.

¹³ <https://www.arcc-cdac.ca/media/2020/06/City-Search-Advertising-Code-Worksheet-all.pdf>

¹⁴ <https://adstandards.ca/complaints/complaints-reporting/>. Faites une recherche dans les résumés de cas récents et archivés pour trouver des exemples de publicités liées à l'avortement qui contreviennent au Code.

¹⁵ <https://www.arcc-cdac.ca/media/2021/03/courts-have-endorsed-use-of-advertising-code.pdf>

¹⁶ <https://www.arcc-cdac.ca/media/2020/09/cities-quick-assessment-guide-public-messaging.pdf>