

From its website, it is possible to sign petitions or send pre-written emails directly to an MP from a postal code. For some campaigns, OpenMedia uses a telephone transfer tool to directly reach the offices of decision-makers. And its strike force is real.

Under Bill C-11, "over 12,000 messages" were sent to MPs in one year by members of the OpenMedia community. More than 40,000 people have signed the online petition which, in its words, denounces "the disaster" of Bill C-10 to reform the Broadcasting Act.

However, the organization - whose chairman of the board is Shopify executive Dylan Blanchard - has received financial backing in recent years from private companies mobilized against government bills. While difficult to estimate with precision, these donations have totaled hundreds of thousands of dollars over the past six years.

TekSavvy alone has donated at least \$ 100,000 to the organization. Since 2015, the telecommunications company - which opposes Bill C-10 - has been one of the "Platinum" members who donate more than \$ 20,000 annually to OpenMedia.

Twitter is one of the "Gold" donors, whose annual donations range between \$ 10,000 and \$ 20,000, while Google was one of the "Platinum" donors between August 2016 and January 2020. The two American giants are currently registered in the Canadian Registry of Lobbyists for proceedings related to Bills C-11 and C-10.

"Editorial independence"

OpenMedia denies representing their interests. "We maintain a strict policy of editorial independence with all of our major donors. We appreciate their support when we are [on the same page on issues] and when they want to support what we do," responded by email Matthew Hatfield, campaign manager at OpenMedia.

The organization requires a minimum of 50% of its operating budget to come from its activist base, he explains. "In our last fiscal year, over 70% of our funding was provided by individual members of the grassroots community. "

Regarding Google more specifically, Matthew Hatfield notes that the multinational has not made any donations for a few years now. However, "for the sake of transparency," he adds that the company "has made a commitment to contribute again this year. However, we have not yet received any funds. "

Contacted by Le Devoir, Google has confirmed that it has long supported OpenMedia. "We are proud to engage with organizations around the world that help make the Internet a driver of innovation and economic opportunity," responded in a brief email on behalf of Google Zaitoon Murji, Director of Communications at Youtube.

An intellectual property and technology lawyer, Richard C. Owen is very critical of OpenMedia's funding. He sees it as a form of indirect lobbying that revolves around an organization that claims to represent the interests of Canadians.

In doing so, a multinational like Google, for example, "is using its vast wealth to undermine copyright protections through political initiatives, lobbying and public relations." It recruits allies very, very widely among NGOs, "he said.

"It skews the debates surrounding intellectual property law and Internet regulation," especially since these activities are juxtaposed with the official lobbying of these companies, he said.

Last July, Le Devoir recorded the lobbying activities of digital giants with the federal government in the context of Bills C-10 and C-11. With five active lobbyists, Google had declared 56 communications between July 2020 and July 2021. The majority of communications dealt with issues relating to broadcasting, taxation and intellectual property.

Google, TekSavvy, Twitter et d'autres entreprises du numérique ont activement financé dans les dernières années un organisme qui chapeaute des campagnes de mobilisation citoyenne contre des projets de loi visant à resserrer l'encadrement d'Internet et des télécommunications au Canada.

Peu connu au Québec, l'organisme à but non lucratif OpenMedia mène depuis plus de dix ans des campagnes aussi bien pour promouvoir la neutralité du Web que pour modifier le projet C-11, qui vise à encadrer l'utilisation des renseignements personnels, ou empêcher l'aboutissement du projet de loi C-10, qui vise à réformer la Loi sur la radiodiffusion.

De son site Internet, il est possible de signer des pétitions ou d'acheminer directement des courriels prérédigés à un député à partir d'un code postal. Pour certaines campagnes, OpenMedia utilise un outil de transfert téléphonique pour joindre directement les bureaux des décideurs. Et sa force de frappe est réelle.

Dans le cadre du projet de loi C-11, « plus de 12 000 messages » ont été envoyés en un an aux députés fédéraux par des membres de la communauté OpenMedia. Plus de 40 000 personnes ont signé la pétition en ligne qui, selon ses termes, dénonce « le désastre » du projet de loi C-10 visant à réformer la Loi sur la radiodiffusion.

Or, l'organisation — dont le président du conseil d'administration est un dirigeant de Shopify, Dylan Blanchard — a reçu l'appui financier ces dernières années d'entreprises privées mobilisées contre des projets de loi gouvernementaux. Quoique difficiles à estimer avec précision, ces dons ont totalisé des centaines de milliers de dollars au cours des six dernières années.

À elle seule, TekSavvy a donné au moins 100 000 \$ à l'organisme. Depuis 2015, l'entreprise de télécommunications — qui s'oppose au projet de loi C-10 — fait partie des membres « Platinum » qui donnent annuellement plus de 20 000 \$ à OpenMedia.

Twitter fait pour sa part partie des bailleurs de fonds « Or », dont les dons annuels oscillent entre 10 000 \$ et 20 000 \$, alors que Google a fait partie des donateurs « Platinum » entre août 2016 et janvier 2020. Les deux géants américains sont actuellement inscrits au Registre des lobbyistes du Canada pour des démarches liées aux projets de loi C-11 et C-10.

« Indépendance éditoriale »

OpenMedia se défend de représenter leurs intérêts. « Nous maintenons une politique stricte d'indépendance éditoriale avec tous nos principaux donateurs. Nous apprécions leur soutien lorsque nous sommes [sur la même longueur d'onde sur des dossiers] et lorsqu'ils veulent soutenir ce que nous faisons », a répondu par courriel Matthew Hatfield, directeur de campagne chez OpenMedia.

L'organisation exige qu'un minimum de 50 % de son budget de fonctionnement provienne de sa base militante, explique-t-il. « Au cours de notre dernier exercice, plus de 70 % de notre financement a été fourni par des membres individuels de la communauté de base. »

Au sujet de Google plus spécifiquement, Matthew Hatfield note que la multinationale n'a pas fait de dons depuis quelques années déjà. Toutefois, « par souci de transparence », il ajoute que l'entreprise « s'est engagée à contribuer de nouveau cette année. Cependant, nous n'avons pas encore reçu de fonds ».

Contacté par Le Devoir, Google confirme soutenir depuis longtemps OpenMedia. « Nous sommes fiers de nous engager auprès d'organisations du monde entier qui contribuent à faire d'Internet un moteur d'innovation et d'opportunités économiques », a répondu dans un bref courriel au nom de Google Zaitoon Murji, directrice des communications chez YouTube.

Avocat spécialisé en propriété intellectuelle et en technologie, Richard C. Owen est très critique à l'égard du financement d'OpenMedia. Il y perçoit une forme de lobbyisme indirect qui s'articule autour d'une organisation qui dit représenter les intérêts des Canadiens.

En agissant de la sorte, une multinationale comme Google, par exemple, « utilise sa vaste richesse pour saper les protections du droit d'auteur par le biais d'initiatives politiques, de lobbying et de relations publiques. Elle recrute très, très largement des alliés parmi les ONG », selon lui.

« Ça biaise les débats qui entourent le droit de la propriété intellectuelle et la réglementation d'Internet », d'autant plus que ces activités se juxtaposent au lobbyisme officiel de ces entreprises, précise-t-il.

En juillet dernier, Le Devoir avait comptabilisé les activités de lobbying des géants du numérique auprès du gouvernement fédéral dans le cadre des projets de loi C-10 et C-11. Avec cinq lobbyistes actifs, Google avait déclaré 56 communications entre juillet 2020 et juillet 2021. La majorité des communications portaient sur des questions relatives à la radiodiffusion, à la fiscalité et à la propriété intellectuelle.