

Guide à l'intention des radiodiffuseurs et des éditeurs de publicité politique

Page laissée intentionnellement vide.

Introduction

Le présent guide décrit les responsabilités des radiodiffuseurs et des éditeurs de publicité politique aux termes de la *Loi sur le financement des élections* (la Loi), ainsi que les pénalités administratives pécuniaires qui peuvent s’appliquer en cas de non-respect de la Loi.

Il est possible de consulter en ligne la dernière version du guide et des formulaires destinés aux radiodiffuseurs et aux éditeurs de publicité politique, en cliquant sur ce [lien](#) ou en numérisant le code QR ci-dessous au moyen de l’appareil photo d’un téléphone intelligent.



Avis de non-responsabilité

En cas de conflit entre le présent guide et la *Loi sur le financement des élections*, cette dernière prévaut.

Dans le présent document, le masculin à valeur générique est utilisé à la seule fin d’alléger le texte : il renvoie aussi bien aux femmes qu’aux hommes.

Renseignements complémentaires

Le personnel d’Élections Ontario est toujours disponible pour offrir de l’aide. Vous pouvez joindre la Division de la conformité aux coordonnées suivantes :

Élections Ontario

Division de la conformité

26 Prince Andrew Place

Toronto (Ontario) M3C 2H4

Site Web : www.elections.on.ca

Téléphone : 416 325-9401

Numéro sans frais : 1 866 566-9066

Télécopieur : 416 325-9466

Courriel : ElectFin@elections.on.ca

Page laissée intentionnellement vide.

Table des matières

Introduction.....	3
Publicité politique.....	7
Définition de la publicité politique.....	7
Éléments exclus de la définition de publicité politique.....	8
Responsabilités des radiodiffuseurs et des éditeurs.....	9
Tarifs exigés pendant la campagne.....	9
Autorisation de la publicité politique.....	10
Période d’interdiction.....	10
Exceptions à la période d’interdiction.....	10
Conservation des dossiers par le radiodiffuseur ou l’éditeur.....	12
Restrictions visant la publication ou de la diffusion des sondages électoraux.....	12
Pénalités administratives.....	13
Pénalités administratives applicables.....	13

Page laissée intentionnellement vide.

Publicité politique

La présente section donne des précisions sur la publicité politique : les conditions d'autorisation, la période d'interdiction et les restrictions en matière de sondages. Elle précise également les responsabilités des radiodiffuseurs et des éditeurs.

La publicité politique désigne tout type d'annonce politique qui est diffusée au cours des 12 mois qui précèdent une élection générale à date fixe ou pendant une période électorale.

Définition de la publicité politique

La publicité politique s'entend de la publicité diffusée par les médias imprimés, électroniques ou autres, y compris la radiodiffusion, pour favoriser un parti inscrit ou son chef ou l'élection d'un candidat inscrit, ou pour s'y opposer. [Cf. paragraphe 1 (1) de la Loi]

Elle comprend les annonces dans les quotidiens, les revues et les magazines; la promotion à la télévision et à la radio; ainsi que les annonces sur les panneaux et dans les abribus et Internet (incluant les sites Web, les blogues, les sites de médias sociaux).

La publicité politique comprend également la publicité liée à une question de politique publique au cours d'une élection, sur laquelle un ou plusieurs partis politiques ou candidats inscrits peuvent également avoir pris position.

Pour établir si une publicité ou une annonce est une publicité politique, le directeur général des élections examine les critères suivants :

- s'il est raisonnable de conclure que la publicité était prévue précisément pour coïncider avec la période mentionnée à la section Plafond des dépenses
- si la mise en forme ou l'image de marque utilisée dans l'annonce est semblable à celle utilisée par un parti politique inscrit ou un candidat inscrit, ou utilisée dans son matériel électoral
- si la publicité mentionne l'élection, le jour de l'élection, le jour du scrutin ou des termes semblables
- si l'annonce mentionne, directement ou indirectement, un parti politique inscrit ou un candidat inscrit
- s'il y a une augmentation importante du volume normal de publicité que fait la personne, l'organisation ou l'entité

Publicité politique

- si la publicité en question paraît habituellement pendant la même période de l’année
- si la publicité correspond à celle qu’a déjà faite la personne, l’organisation ou l’entité
- si la publicité se situe dans les paramètres normaux de promotion d’une activité ou d’un programme précis
- si le contenu de l’annonce est semblable à celui de la publicité politique d’un parti, d’une association de circonscription, d’un candidat à l’investiture, d’un candidat ou d’un candidat à la direction d’un parti inscrits aux termes de la Loi

Éléments exclus de la définition de publicité politique

La publicité politique ne comprend pas :

- la publicité gouvernementale que font les gouvernements du Canada, de l’Ontario ou d’une autre province ou d’un territoire du Canada ou les administrations municipales, ou toute partie d’un tel gouvernement ou d’une telle administration
- la diffusion au public d’éditoriaux, de débats, de discours, d’entrevues, de chroniques, de lettres, de commentaires ou de nouvelles
- la promotion ou la distribution d’un ouvrage, pour une valeur non inférieure à sa valeur commerciale, s’il était prévu qu’il soit mis à la disposition du public, qu’il y ait ou non une élection
- la communication, sous quelque forme que ce soit, par une personne, un groupe, une personne morale ou un syndicat, directement à ses membres, employés ou actionnaires, selon le cas
- la diffusion par un particulier, sur une base non commerciale, de ses opinions politiques sur Internet
- les appels téléphoniques visant uniquement à inciter des électeurs à voter

Responsabilités des radiodiffuseurs et des éditeurs

La présente section donne des précisions sur la publicité politique : les conditions d’autorisation, la période d’interdiction et les restrictions en matière de sondages. Elle précise également les responsabilités des radiodiffuseurs et des éditeurs en ce qui concerne les tarifs publicitaires.

Tarifs exigés pendant la campagne

Un éditeur ou un radiodiffuseur ne doit pas exiger, pendant une campagne électorale, un tarif supérieur au tarif minimal qu’il exige de toute autre personne ou entité pour la même quantité de temps ou d’espace publicitaire au cours de cette période. [Cf. paragraphe 37 (6) de la Loi]

Exemple :

Lorsqu’elle vend du temps d’antenne, une station radio ne peut pas exiger le tarif « triple A » pour des créneaux de mi-matinée.

En outre, les médias ne peuvent pas offrir de tarifs réduits spéciaux.

Dans certains médias, les tarifs publicitaires peuvent varier selon le volume de temps ou d’espace acheté au cours de l’année. Aux fins de l’application de la *Loi sur le financement des élections*, le tarif minimal s’entend du tarif le moins élevé offert à n’importe quel client qui achète le même volume de publicité que le volume de publicité politique diffusée par un tiers inscrit pendant cette période.

Un radiodiffuseur ou un éditeur qui facture, pour du temps ou de l’espace publicitaire, un tarif inférieur au tarif normal qu’il exige de quiconque pour une quantité équivalente d’espace ou de temps au cours de cette période doit considérer que la différence entre le tarif normal et le tarif exigé constitue une contribution. Dans ce cas, les règles destinées aux donateurs admissibles et les plafonds des contributions s’appliquent de plein droit.

Un radiodiffuseur peut fournir gratuitement du temps publicitaire aux partis politiques et aux candidats inscrits conformément aux politiques du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) et aux dispositions de la *Loi sur la radiodiffusion (Canada)*. Ce temps publicitaire offert gratuitement aux partis politiques ou aux candidats n’est pas considéré comme une contribution ou une dépense électorale au sens de la *Loi sur le financement des élections*.

Autorisation de la publicité politique

Toute publicité politique doit nommer la personne ou l'entité autorisant la publicité.

Aucune formulation particulière n'est requise pour signifier cette autorisation, mais il faut faire figurer la personne ou l'entité à l'origine de la diffusion de la publicité, ainsi que toute autre personne ou entité qui a parrainé ou payé la publicité.

Voici un exemple de libellé d'autorisation approprié : « Autorisé par l'entité XYZ ».

Période d'interdiction

Un radiodiffuseur ou un éditeur ne doit pas permettre la diffusion d'une annonce pendant une période d'interdiction. [Cf. paragraphe 37 (3) de la Loi]

Exceptions à la période d'interdiction

Les activités publicitaires suivantes sont autorisées pendant la période d'interdiction :

- les reportages véritables, dont les interviews, les commentaires ou les autres travaux préparés et publiés par les quotidiens, les magazines ou d'autres périodiques, dans quelque média que ce soit, sans frais pour le parti politique inscrit – de même, un radiodiffuseur peut diffuser des reportages véritables, mais ceux-ci sont assujettis aux dispositions, aux règles et aux directives de la *Loi sur la radiodiffusion (Canada)*
- la publication d'une publicité politique, le jour du scrutin ou la veille, dans un journal qui paraît une fois par semaine ou moins souvent et dont le jour régulier de publication coïncide avec un de ces deux jours
- une annonce politique sur Internet ou dans un média électronique semblable, pour autant qu'elle soit affichée avant la période d'interdiction et qu'elle demeure intacte durant cette période
- une annonce politique sous forme d'affiche ou de panneau, pour autant qu'elle soit affichée avant la période d'interdiction et qu'elle ne soit pas modifiée durant cette période, notamment les annonces sur les transports en commun ainsi que dans les abribus et les stations de métro

[Cf. paragraphes 37 (4) et 37 (7) de la Loi]

Élections Ontario – Guide à l’intention des radiodiffuseurs et des éditeurs de publicité politique

Responsabilités des radiodiffuseurs et des éditeurs

Les placards installés et les brochures distribuées ne constituent pas une publicité politique et commerciale et ne sont pas visés par la période d’interdiction.

Généralement, les courriels personnels et les communications personnelles similaires sur Internet, les envois postaux massifs ou individuels, les appels téléphoniques automatisés ou individuels et les communications dans les médias sociaux ne relèvent pas de la publicité politique et ne sont pas visés par la période d’interdiction.

Les activités suivantes sont aussi autorisées pendant la période d’interdiction :

- la publicité ayant trait aux assemblées publiques dans les circonscriptions
- l’annonce de l’emplacement du bureau central des candidats inscrits et des associations de circonscription inscrites
- la publicité ayant pour objet de solliciter des travailleurs bénévoles pour la campagne électorale
- l’annonce des services à l’intention des électeurs qui ont trait au recensement et à la révision des listes des électeurs et qu’offrent les candidats ou les associations de circonscription
- l’annonce des services à l’intention des électeurs qu’offrent les candidats ou les associations de circonscription le jour du scrutin (par exemple les services de garde d’enfants ou de transport pour se rendre au bureau de vote)
- tout ce qui a trait aux fonctions administratives des associations de circonscription inscrites

[Cf. paragraphe 37 (5) de la Loi]

Les publicités ou annonces qui constituent une publicité politique commerciale peuvent renfermer le nom d’un candidat inscrit ou d’un parti politique ainsi que la photo du candidat ou le logo du parti. Toutefois, elles doivent donner la prééminence à la mention de l’activité ou du service exempt particulier mentionné ci-dessus. En outre, elles ne doivent pas renfermer de slogan, de devise ou d’autre formulation pour promouvoir un candidat ou un parti politique ou s’y opposer, par exemple : « Rejoignez l’équipe gagnante », « Travaillez pour un gouvernement stable », « Notre candidat est le mieux qualifié », « Votez pour... ».

Conservation des dossiers par le radiodiffuseur ou l'éditeur

Le radiodiffuseur ou l'éditeur de publicité politique doit tenir des dossiers pendant la période de deux ans qui suit la date de diffusion de l'annonce et doit permettre au public de les examiner pendant les heures normales de bureau.

Ces dossiers doivent renfermer :

- le nom de la personne, de la personne morale ou du syndicat qui fait diffuser l'annonce
- le nom, l'adresse et le numéro de téléphone professionnel du particulier qui traite avec le radiodiffuseur ou l'éditeur au nom de la personne ou de l'entité qui fait diffuser l'annonce
- le nom de toute autre personne ou personne morale ou de tout autre syndicat qui parraine ou paie l'annonce
- une copie de l'annonce ou les moyens de la reproduire aux fins d'examen
- un relevé des frais demandés pour sa diffusion

[Cf. paragraphes 22 (7), 22 (8) et 22 (9) de la Loi]

Restrictions visant la publication ou de la diffusion des sondages électoraux

Un sondage électoral s'entend d'un sondage sur les intentions de vote des électeurs, sur le sens de leur vote ou sur une question à laquelle un parti politique ou un candidat inscrit est associé. [Cf. paragraphe 36.1 (3) de la Loi]

Il est interdit à toute personne, organisation ou entité de publier, de diffuser ou de transmettre au public dans une circonscription électorale, le jour du scrutin avant la fermeture de tous les bureaux du scrutin de celle-ci, les résultats d'un sondage électoral qui n'ont pas été mis à la disposition du public antérieurement. [Cf. paragraphes 36.1 (1) et 36.1 (2) de la Loi]

Pénalités administratives

La présente section donne des précisions sur les pénalités appliquées par le directeur général des élections pour certaines infractions à la Loi.

La *Loi sur le financement des élections* a été modifiée par la mise en place de pénalités administratives pécuniaires le 19 avril 2021. Le directeur général des élections peut ordonner le paiement de pénalités administratives pour certaines infractions à la Loi. [Cf. article 45.1 de la Loi]

En vertu de l’alinéa 2 (1) g) de la *Loi sur le financement des élections*, le directeur général des élections est tenu de signaler au procureur général toute contravention apparente à la Loi. Le paiement d’une pénalité administrative par une entité ou un particulier ne libère pas le directeur général des élections de cette obligation de signalement. Le ministère du Procureur général déterminera si le manquement donnant lieu à la pénalité administrative doit faire l’objet de poursuites s’il se poursuit.

Le montant maximal fixé par la Loi est précisé ci-après lorsqu’une pénalité administrative concerne un sujet abordé dans le présent guide.

Le directeur général des élections décide à sa seule discrétion, en tenant compte des critères prescrits par la Loi, s’il convient d’appliquer des pénalités administratives et il détermine la somme exigible, sous réserve du montant maximal fixé par la Loi.

La personne ou l’entité à qui est signifiée une ordonnance de paiement d’une pénalité administrative peut interjeter appel de la décision du directeur général des élections en déposant une requête auprès de la Cour supérieure de justice dans les 30 jours à compter de la date de signification de l’ordonnance.

Si la personne ou l’entité qui doit payer une pénalité administrative ne s’acquitte pas de cette obligation, le directeur général des élections peut déposer l’ordonnance exigeant le paiement auprès d’un greffier local de la Cour supérieure de justice et l’ordonnance peut être exécutée comme s’il s’agissait d’une ordonnance du tribunal.

Pénalités administratives applicables

Les pénalités administratives ci-dessous s’appliquent aux radiodiffuseurs et aux éditeurs de publicité politique.

- **Défaut de signifier l’autorisation de la publicité politique**

La pénalité maximale s’élève à 10 000 \$ pour les particuliers et à 100 000 \$ pour les personnes morales et les autres entités.

Pénalités administratives

- **Violation de la période d’interdiction.**

La pénalité maximale s’élève à 1 500 \$ pour les particuliers et à 5 000 \$ pour les personnes morales et les autres entités.

- **Publication ou diffusion des résultats de sondages électoraux non publiés auparavant.**

La pénalité maximale s’élève à 1 500 \$ pour les particuliers et à 5 000 \$ pour les personnes morales et les autres entités.