



*BROADCASTING
GUIDELINES*

*LIGNES DIRECTRICES
EN MATIÈRE DE
RADIODIFFUSION*

*FEDERAL GENERAL ELECTION
NOVEMBER 27, 2000*

*ÉLECTION GÉNÉRALE FÉDÉRALE
LE 27 NOVEMBRE 2000*



THE BROADCASTING ARBITRATOR

Suite 4700
Toronto-Dominion Bank Tower
Toronto, Ontario
M5K 1E6
Tel.: (416) 601-7620
Fax: (416) 601-8249
E-mail: pgrant@mccarthy.ca

L'ARBITRE EN MATIÈRE DE RADIODIFFUSION

Bureau 4700
Tour de la Banque Toronto-Dominion
Toronto (Ontario)
M5K 1E6
Tél. : (416) 601-7620
Télec. : (416) 601-8249
Courriel : pgrant@mccarthy.ca

INTRODUCTION

The following guidelines have been issued in conformity with section 346 of the *Canada Elections Act*, S.C. 2000, c. 9. The new Act, tabled in the House of Commons and the Senate as Bill C-2, received royal assent on May 31, 2000, and came into force on September 1, 2000.

These guidelines are intended to clarify the responsibilities of broadcasters in allocating time to federal political parties for partisan political broadcasts during the current federal general election.

A copy of these guidelines may be found on the Elections Canada Web site: www.elections.ca.

These guidelines deal only in passing with broadcasting time made available to candidates and with other kinds of political broadcasting. Those matters are generally within the authority of the CRTC, as are questions about the political broadcasting requirements of the *Broadcasting Act* and regulations. A copy of the CRTC guidelines regarding the federal election may be found on the CRTC's Web site: www.crtc.gc.ca.

The Broadcasting Arbitrator is Mr. Peter S. Grant. He may be reached at (416) 601-7620, by fax at (416) 601-8249, or by e-mail at pgrant@mccarthy.ca.

INTRODUCTION

Les lignes directrices qui suivent sont publiées conformément à l'article 346 de la *Loi électorale du Canada* (L.C. 2000, ch. 9). La nouvelle Loi, déposée à la Chambre des communes et au Sénat comme projet de loi C-2, a reçu la sanction royale le 31 mai 2000 et est entrée en vigueur le 1^{er} septembre 2000.

Ces lignes directrices ont pour but d'aider les radiodiffuseurs à répartir le temps d'émission entre les partis politiques fédéraux aux fins des émissions de politique partisane pendant l'élection générale fédérale actuelle.

On peut trouver un exemplaire de ces lignes directrices sur le site Web d'Élections Canada (www.elections.ca).

Ces lignes directrices n'abordent qu'en surface le temps d'émission mis à la disposition des candidats et la radiodiffusion d'autres types de messages politiques. Ces questions relèvent généralement du CRTC, de même que les questions renvoyant aux exigences de la *Loi sur la radiodiffusion* et du règlement y afférent. On peut trouver un exemplaire des lignes directrices du CRTC concernant l'élection fédérale sur le site Web du Conseil (www.crtc.gc.ca).

L'arbitre en matière de radiodiffusion est M. Peter S. Grant. On peut le joindre par téléphone au (416) 601-7620, par télécopieur au (416) 601-8249 ou par courriel à pgrant@mccarthy.ca.

PART 1

Allocation of and Entitlement to Broadcasting Time

Question 1. What is the obligation of broadcasters in regard to offering time for sale to political parties?

Answer: Sections 335, 339 and 343 of the *Canada Elections Act* taken in combination require that each broadcaster must make available, for purchase by registered and new political parties, 390 minutes of broadcasting time, during prime time, in the period beginning with the issuance of the writ and ending at midnight on the second day before election day. The period within which political parties have a right to purchase such time, therefore ends on Saturday, November 25, 2000, at midnight. If the broadcaster is affiliated with a network, the 390-minute obligation is shared in accordance with the agreement between the broadcaster and its network.

Question 2. Does this obligation apply to the specialty programming services as well as to radio and television stations? What about the pay television services?

Answer: This obligation applies not only to AM and FM radio stations and to television stations, but also to specialty television services licensed by the CRTC and carried by cable, satellite and MDS systems. However, the obligation does not apply to pay television services, since they are prohibited from carrying advertising material by paragraph 3(2)(d) of the *Pay Television Regulations*.

PARTIE 1

Droit au temps d'émission et répartition des créneaux

Question 1. Quelles sont les obligations des radiodiffuseurs pour ce qui est du temps d'émission à vendre aux partis politiques?

Réponse : L'effet conjugué des articles 335, 339 et 343 de la *Loi électorale du Canada* est d'obliger les radiodiffuseurs à accorder aux partis politiques enregistrés et aux nouvelles formations politiques, contre paiement, 390 minutes de temps d'émission, aux heures de grande écoute, pendant la période commençant avec la délivrance du bref d'élection et se terminant à minuit le deuxième jour précédant le jour du scrutin. La période au cours de laquelle les partis ont le droit d'acheter du temps d'émission se termine donc le samedi 25 novembre 2000 à minuit. Si le radiodiffuseur est affilié à un réseau, l'obligation relative aux 390 minutes est partagée par entente entre les intéressés.

Question 2. Cette obligation s'applique-t-elle aux services d'émissions spécialisées ainsi qu'aux stations de radio et de télévision? Qu'en est-il des services de télévision payante?

Réponse : L'obligation s'applique non seulement aux stations de radio AM et FM et aux stations de télévision, mais aussi aux services de télévision spécialisée exploités sous licence du CRTC et reliés par câble, par satellite ou par système de distribution multipoint. Cependant, l'obligation ne s'applique pas aux services de télévision payante, puisqu'ils n'ont pas le droit, aux termes de l'alinéa 3(2)d) du *Règlement sur la télévision payante*, de diffuser des messages publicitaires.

Question 3. *Does this obligation apply to the community channels offered by cable television systems?*

Answer: No. The obligation applies only to programming undertakings, not to distribution undertakings, including cable television systems.

Question 4. *What is “prime time” for the purposes of the Canada Elections Act?*

Answer: Prime time as defined in section 319 of the Act is:

Radio 6:00 a.m. to 9:00 a.m.
 noon to 2:00 p.m.
 4:00 p.m. to 7:00 p.m.

Television 6:00 p.m. to midnight

Question 5. *What if a broadcaster serves more than one time zone?*

Answer: Almost all of the specialty television services and some of the conventional radio and television networks serve more than one time zone. In such cases, prime time should be interpreted as extending from 6:00 p.m., local time, in the easternmost locality served, to midnight, local time, in the westernmost locality served.

Question 6. *How are the 390 minutes allocated among the parties?*

Answer: By virtue of an order issued by the Broadcasting Arbitrator on December 22, 1999, and by virtue of section 339 of the Act, the 390 minutes have been allocated as follows.

Question 3. *Cette obligation s’applique-t-elle aux canaux communautaires dont le signal est transmis par câblodistribution?*

Réponse : Non. L’obligation ne s’applique qu’aux entreprises de programmation, par opposition aux entreprises de distribution, dont les câblodistributeurs.

Question 4. *Quelle est la définition d’« heures de grande écoute » au sens de la Loi électorale du Canada?*

Réponse : Les heures de grande écoute sont ainsi définies à l’article 319 de la Loi :

Radio de 6 h à 9 h
 de 12 h à 14 h
 de 16 h à 19 h

Télévision de 18 h à minuit

Question 5. *Quelles sont les directives auxquelles doit se conformer le radiodiffuseur qui émet sur plusieurs fuseaux horaires?*

Réponse : Presque tous les services de télévision spécialisés et certains réseaux ordinaires de radio et de télévision sont distribués sur plus d’un fuseau horaire. Pour ces services, les heures de grande écoute doivent être interprétées comme la période allant de 18 h, heure locale de la localité située le plus à l’est, à minuit, heure locale de la localité située le plus à l’ouest.

Question 6. *Comment les 390 minutes sont-elles réparties entre les partis?*

En vertu d’un décret publié par l’arbitre en matière de radiodiffusion le 22 décembre 1999 et de l’application de l’article 339 de la Loi, les 390 minutes ont été attribuées comme suit :

Political Party/Parti politique

***Number of Minutes: Seconds/
Nombre de minutes et de secondes***

Liberal Party of Canada/ Parti libéral du Canada	113:00
Canadian Reform Conservative Alliance/ L'Alliance réformiste conservatrice canadienne	59:30
Progressive Conservative Party of Canada/ Parti progressiste-conservateur du Canada	48:00
Bloc Québécois	40:30
New Democratic Party/ Nouveau Parti Démocratique	40:30
Natural Law Party of Canada/ Parti de la loi naturelle du Canada	17:00
The Green Party of Canada/ Le Parti Vert du Canada	15:30
Christian Heritage Party of Canada/ Parti de l'Héritage Chrétien du Canada	14:30
Marxist-Leninist Party of Canada/ Parti Marxiste-Léniniste du Canada	14:30
Canadian Action Party/ Parti action canadienne	14:30
Communist Party of Canada/ Parti communiste du Canada	6:00
Marijuana Party/ Parti Marijuana	6:00
TOTAL (ROUNDED/ARRONDI)	390:00

Question 7. Can a party lose its allocation?

Answer: Yes. If a party listed above has not endorsed candidates in at least fifty electoral districts at the close of nominations on November 6, 2000, the time allocated to that party automatically lapses and will not be reallocated. Similarly, if any of a party's candidates fail to be confirmed and do not appear on the list of confirmed candidates

Question 7. Un parti peut-il perdre sa part de temps d'émission?

Réponse : Oui. Cette répartition du temps d'émission payant ne s'applique pas à un parti susmentionné si ce parti n'a pas de candidats, à la clôture des candidatures le 6 novembre 2000, dans au moins 50 circonscriptions. Le temps attribué à ce parti est alors frappé de caducité et n'est pas redistribué. De même, si la candidature de l'un des candidats d'un parti

published on November 8, 2000, thus placing the party below the 50-candidate threshold, the time allocated to that party will lapse on that date and will not be reallocated.

Question 8. *Are there any limits on how much a broadcaster can charge a party for the purchase of time?*

Answer: Yes. By virtue of paragraph 348(a) of the *Canada Elections Act*, the rates they may charge to the political parties must not exceed the lowest rates charged for equal amounts of equivalent time made available to any other persons at any time within the same advertising period.

Question 9. *What happens if a party wants to buy time in a particular program, but the broadcaster says that it is already sold out in that time period?*

Answer: Provided the party has followed the notice requirements set out below, the broadcaster may be forced to pre-empt other advertisers to accommodate the party's needs.

Question 10. *What happens if a party wants to buy time from a station or network that is in excess of its entitlement above?*

Answer: The above allocation of time does not operate as a "cap" on the time that may be purchased by a party. In fact, there are a number of situations in which a broadcaster may choose to sell time to a party that would be outside the allocation entitlement. For example:

n'est pas confirmée et que le nom de ce candidat ne figure pas sur la liste des candidats confirmés publiée le 8 novembre 2000, faisant ainsi chuter le nombre de candidats parrainés par le parti sous le seuil de 50, le temps alloué au parti sera frappé de caducité à cette date et ne sera pas redistribué.

Question 8. *Le prix du temps d'émission que le radiodiffuseur peut demander à un parti politique est-il limité?*

Réponse : Oui. Aux termes de l'alinéa 348a) de la *Loi électorale du Canada*, le tarif qu'impose le radiodiffuseur aux partis politiques ne peut être supérieur au tarif le plus bas qu'il fait payer pour une période équivalente à toute autre personne et à tout moment pendant cette période.

Question 9. *Qu'arrive-t-il si un parti désire acheter du temps pour une émission donnée alors que le radiodiffuseur a déjà tout vendu le temps disponible pendant cette émission?*

Réponse : Si le parti politique a respecté les exigences de préavis exposées ci-après, le radiodiffuseur peut être obligé de déplacer d'autres annonceurs pour répondre en priorité aux besoins du parti.

Question 10. *Qu'arrive-t-il si un parti politique désire acheter du temps d'une station ou d'un réseau en plus du créneau attribué?*

Réponse : Les chiffres figurant dans la répartition ci-dessus n'ont pas pour effet de « plafonner » le temps d'émission que les partis politiques peuvent acheter. En fait, il y a de nombreuses situations où un radiodiffuseur peut choisir de vendre à un parti du temps d'émission en dehors du temps attribué à ce parti. Par exemple :

- the broadcaster can choose to sell time over and above a party's entitlement;
- the broadcaster can choose to sell time to a party on the day before the election day, i.e. on Sunday, November 26, 2000, but not on election day itself (see Question 34);
- the broadcaster can choose to sell time to a party in the first week of the election before the end of the five-day notice period that applies for the purchase of allocated time (see Question 18);
- the broadcaster can choose to sell time to a party outside prime time (see Question 4).
- le radiodiffuseur est libre de vendre du temps additionnel à un parti, en sus de l'allocation qui lui a été impartie;
- le radiodiffuseur est libre de vendre du temps à un parti le jour précédant le jour du scrutin, c'est-à-dire le dimanche 26 novembre 2000, mais non le jour même du scrutin (voir la question 34);
- le radiodiffuseur est libre de vendre du temps à un parti durant la première semaine de l'élection, avant la fin de la période de préavis de cinq jours qui s'applique à l'achat du temps attribué (voir la question 18);
- le radiodiffuseur est libre de vendre du temps à un parti en dehors des heures de grande écoute (voir la question 4).

In each of these cases, the time falls outside the allocation entitlement, and it is at the discretion of the broadcaster whether to sell such time to the party. If sold to the party, such time does not count against a party's allocation entitlement, and a party is free to buy such time provided it stays within its overall election spending limits.

Question 11. *Can a broadcaster sell extra time to one party but refuse to sell it to another?*

Answer: No. In the situations listed above, it is at the discretion of the broadcaster whether to sell such time to a party. However, it cannot sell extra time to one party and refuse to sell it to other parties, if asked. In this case, the requirement in the broadcasting regulations that broadcasters allocate time to the parties "on an

Dans chacun de ces cas, le temps d'émission en question tombe en dehors du créneau attribué et le radiodiffuseur est libre de vendre ou de refuser ce temps additionnel à un parti politique. Si le radiodiffuseur est disposé à vendre du temps additionnel à un parti, ce temps additionnel ne compte pas dans la part attribuée au parti et le parti est libre de l'acheter dans les limites établies pour les dépenses électorales.

Question 11. *Un radiodiffuseur peut-il vendre du temps additionnel à un parti mais refuser d'en faire autant pour un autre parti?*

Réponse : Non. Dans les situations mentionnées ci-dessus, le radiodiffuseur a le choix de vendre du temps additionnel à un parti. Cependant, il ne peut pas vendre du temps additionnel à un parti et refuser d'en vendre à un autre parti qui lui en fait la demande. Dans ce cas, les règlements de la

equitable basis” applies, and a broadcaster cannot discriminate in favour of one party over another.

Question 12. *Does the allocation above apply to time purchased by individual candidates or groups of candidates?*

Answer: No. The 390 minutes allocated under the Act applies to political parties only. Time purchased by a candidate for his or her own use is not affected by Parts 1, 2 or 3 of these guidelines, and does not form part of the allocated time.

Question 13. *Can a political party purchase time on a U.S. radio or television station?*

Answer: No. Section 330 of the *Canada Elections Act* prohibits the placement of political ads on any broadcasting station outside Canada.

radiodiffusion exigent que les radiodiffuseurs accordent du temps d’émission aux partis politiques de façon «équitable» du temps d’émission et le radiodiffuseur ne peut pas favoriser un parti au détriment d’un autre.

Question 12. *La répartition précisée ci-dessus s’applique-t-elle à des candidats à titre individuel ou à des groupes de candidats?*

Réponse : Non. Les 390 minutes attribuées en vertu de la Loi ne s’appliquent qu’aux partis politiques. Le temps d’émission acheté par un candidat à des fins personnelles n’est pas régi par les parties 1, 2 ou 3 des présentes lignes directrices et n’est pas compté dans le créneau attribué.

Question 13. *Un parti politique peut-il acheter du temps d’émission à une station de radio ou de télévision américaine?*

Réponse : Non. L’article 330 de la *Loi électorale du Canada* interdit l’insertion d’annonces politiques dans des émissions de stations extérieures au Canada.

PART 2

Procedure for Booking Broadcasting Time

Question 14. Who can purchase broadcast time for the political parties?

Answer: Broadcasting time for political parties may only be purchased by the parties listed below, and only through their official agents or other persons they have designated to Elections Canada.

Question 15. Who are the chief agents for the parties?

Answer: The chief agents of the parties or their authorized agents for purchasing broadcasting time, as notified to Elections Canada, are listed in the chart following Question 16.

Question 16. What is the deadline for the parties to give notice to broadcasters of their purchase preferences?

Answer: No later than ten days after the issue of the writs, i.e. no later than November 1, 2000, and subject to the five-day rule described in response to Question 18, each political party must submit a notice in writing to each broadcaster and each network from which it intends to purchase time. The notice sets out the proportion of commercial time and program time the party prefers, and the days and hours when that time, so proportioned, is to be made available.

PARTIE 2

Procédure de réservation de temps d'émission

Question 14. Quelles sont les personnes autorisées à acheter du temps d'émission pour les partis politiques?

Réponse : Le temps d'émission pour les partis politiques ne peut être acheté que par les partis figurant dans la liste présentée ci-dessous, par l'intermédiaire uniquement de leurs agents officiels et des autres personnes mentionnées à Élections Canada.

Question 15. Qui sont les principaux agents des partis?

Réponse : Les agents principaux des partis ou leurs agents autorisés à acheter du temps d'émission, dont le nom a été communiqué à Élections Canada, sont indiqués au tableau à la suite de la question 16.

Question 16. Quels sont les délais dont disposent les partis politiques pour aviser les radiodiffuseurs de leurs préférences d'achat?

Réponse : Les partis disposent de dix jours, au maximum, après la délivrance du bref d'élection, soit jusqu'au 1^{er} novembre 2000, et sous réserve de la règle des cinq jours exposée en réponse à la question 18, pour présenter un avis écrit à chaque radiodiffuseur et à chaque réseau à qui ils souhaitent acheter du temps d'émission, en indiquant leurs préférences à l'égard de la proportion de temps commercial et de temps d'émission à obtenir, ainsi que les jours et les heures pendant lesquels le temps ainsi accordé doit être disponible.

**AUTHORIZED AGENTS FOR THE PURCHASE OF BROADCASTING TIME
AGENTS AUTORISÉS POUR L'ACHAT DU TEMPS D'ÉMISSION**

PARTY PARTI	COMPANY SOCIÉTÉ	CONTACT	ADDRESS ADRESSE	PHONE TÉLÉPHONE	FAX TÉLÉCOPIEUR	E-MAIL COURRIER ÉLECTRONIQUE
Liberal Party of Canada Parti libéral du Canada	Red Leaf Communications Inc.	Terry Mercer				
Canadian Reform Conservative Alliance Alliance réformiste conservatrice canadienne	Thomas Crncich & Partners	Bryan Thomas				
Bloc Québécois	Touché! Média- Marketing Inc.	Jean-Pierre Giroux				
New Democratic Party Nouveau Parti Démocratique		Julie Mason				
Progressive Conservative Party of Canada Parti progressiste-conservateur du Canada	(Advertising) Bowen and Binstock	Les McIlroy				
	(Media Purchasing) Retail Media Inc. Media Buying Services	Ray Hersh				
Canadian Action Party Parti action canadienne		Stephen Burega				

Christian Heritage Party of Canada
Parti de l'Héritage Chrétien du
Canada

Carol Speelman

Marxist-Leninist Party of Canada
Parti Marxiste-Léniniste du Canada

Anna DiCarlo

Natural Law Party of Canada
Parti de la loi naturelle du Canada

Brett Roberts

The Green Party of Canada
Le Parti Vert du Canada

Joan Russow

John Grogan

Communist Party of Canada
Parti communiste du Canada

Elizabeth Rowley

Marijuana Party
Parti Marijuana

Hugo St-Onge

Question 17. What is meant by “commercial time” and “program time”?

Answer: Subsection 344(1) of the *Canada Elections Act* defines commercial time as periods of two minutes or less, during which a broadcaster normally presents commercial messages, public service announcements or station or network identification. The same section defines program time as periods longer than two minutes, during which the above types of messages are not normally presented. The distinction between commercial time and program time arose in the past because the CRTC considered political messages of two minutes or less in duration to count as “commercials” for the purpose of its limitation of commercial time on radio and television stations. Messages longer than two minutes in length did not count as commercials. However, in 1993, the limitation on commercials per week on radio stations was removed by the CRTC, and in 1995, the CRTC amended its *Television Broadcasting Regulations* to place “partisan political advertising” of any length outside the normal 12-minute-per-hour limitation on advertising material applicable to television stations. Accordingly, the distinction between commercial time and program time is no longer relevant for CRTC purposes.

Question 18. What is the five-day rule and how does it apply?

Answer: Under subsection 344(2) of the *Canada Elections Act*, a party cannot obtain the broadcasting time that is allocated to it “before the fifth day after the notice is received by the broadcaster or network operator.” That means that if a party wants to purchase broadcast time for Friday, October 27, as a matter of entitlement, it must ensure that the station or

Question 17. Que doit-on entendre par « temps commercial » et « temps d’émission »?

Réponse : Le paragraphe 344(1) de la *Loi électorale du Canada* définit le temps commercial comme les périodes de deux minutes, ou moins, pendant lesquelles les radiodiffuseurs présentent ordinairement des annonces publicitaires, des messages d’intérêt public ou des indicatifs de réseau ou de station. Le même article définit le temps d’émission comme les périodes d’une durée de plus de deux minutes pendant lesquelles les radiodiffuseurs ne présentent pas normalement d’annonces de ce genre. La distinction entre le temps commercial et la durée de l’émission provient du fait que le CRTC considérait autrefois les messages politiques de deux minutes ou moins comme des « annonces publicitaires », aux fins de la limitation de la publicité passée par les stations de radio et de télévision. Les messages de plus de deux minutes n’en étaient pas. En 1993, le CRTC a éliminé le nombre maximum d’annonces publicitaires qu’une station de radio pouvait diffuser chaque semaine et, en 1995, il a modifié le *Règlement sur la télédiffusion* pour permettre que la « publicité politique partisane » de toute longueur soit exclue de la limite normale de 12 minutes de publicité imposée aux stations de télévision. Ainsi, la distinction entre le temps commercial et la durée de l’émission ne compte plus, pour les fins du CRTC.

Question 18. Qu’est-ce que la règle des cinq jours et comment s’applique-t-elle?

Réponse : Aux termes du paragraphe 344(2) de la *Loi électorale du Canada*, un parti ne peut obtenir le temps d’émission qui lui est attribué « avant le cinquième jour suivant réception de cet avis par le radiodiffuseur et l’exploitant de réseau ». Ainsi, si un parti désire acheter du temps d’émission dans la part qui lui revient de droit, le vendredi 27 octobre, il doit veiller à ce

network receives its notice at least five days before that date, i.e. on October 22, 2000, the date on which the writs were issued.

Thus, even if a party sends its notice to broadcasters within ten days of the issuance of the writs, as required by subsection 344(2), it will have lost its entitlement to purchase time in the period up to November 3, 2000, unless its notice to the broadcaster was received by that broadcaster at least five days in advance of the dates for which the time was requested.

(These notice provisions apply only to the party's *entitlement* to allocated time. A party can always buy time without regard to these notice periods (e.g. before the end of the five-day notice period) *if the broadcaster agrees*, as discussed above in Question 10. However, the purchase of such time cannot be compelled.)

Question 19. *Can a party send more than one notice to a broadcaster stating its time preference?*

Answer: Obviously, the best approach would be to send a single notice to the broadcaster, in which all the party's time preferences for the whole election campaign are indicated. However, if advertising time is sought at the beginning of the campaign, the only way to observe the five-day rule is to ensure that the notice is received by the broadcaster five days before the date sought for the broadcast of the first ad.

That being said, the *Canada Elections Act* does not preclude a party from sending two or more notices. For example, a party might proceed as follows.

que la station ou le réseau reçoive son avis au moins cinq jours avant cette date, c'est-à-dire au plus tard le 22 octobre 2000, le jour de la délivrance du bref.

Il s'ensuit que même si un parti envoie son avis dans les dix jours suivant la délivrance du bref, conformément au paragraphe 344(2), il perdra son droit d'acheter du temps d'émission pendant la période se terminant le 3 novembre 2000, à moins que son avis ne soit reçu par le radiodiffuseur au moins cinq jours avant les dates de diffusion voulues pendant cette période.

(Ces dispositions relatives aux préavis s'appliquent uniquement à l'allocation de temps d'émission qui lui revient de *droit*. Un parti est toujours libre d'acheter du temps sans tenir compte des périodes de préavis (avant la fin de la période de préavis de cinq jours, par exemple) *si le radiodiffuseur y consent*, comme l'explique la réponse à la question 10. Toutefois, un tel achat de temps n'est en rien obligatoire.)

Question 19. *Un parti peut-il envoyer plus d'un avis à un radiodiffuseur pour signaler ses préférences?*

Réponse : De toute évidence, la meilleure méthode serait d'envoyer un seul avis au radiodiffuseur, indiquant toutes les préférences de temps du parti pour toute la campagne électorale. Toutefois, si le parti veut du temps publicitaire au début de la campagne, la seule manière de respecter la règle des cinq jours est de s'assurer que l'avis est reçu par le radiodiffuseur cinq jours avant la date à laquelle le parti veut diffuser son premier message publicitaire.

Cela dit, la *Loi électorale du Canada* n'empêche pas un parti d'envoyer deux avis ou plus. Un parti pourrait donc procéder comme suit :

- The party could send a notice that is received on October 24, 2000, i.e. within two days of the date the writ was issued, seeking to purchase time in the period from October 30 to November 6, 2000; this notice would fully comply with the five-day rule for that time.
- The party could then send a second notice to broadcasters in which it would indicate its time preferences for the period from November 7 to November 25, 2000; as long as that second notice was sent on or before November 1, 2000, and received by the broadcasters no later than five days before the date of the contemplated broadcast, the party would be in compliance with the Act.
- Envoyer aux radiodiffuseurs un premier avis de sorte qu'ils le reçoivent au plus tard le 24 octobre 2000, c'est-à-dire dans les deux jours suivant la date de délivrance du bref, pour acheter du temps d'émission entre le 30 octobre et le 6 novembre 2000. Cet avis serait tout à fait conforme aux exigences de la règle des cinq jours pour cette période;
- Envoyer ensuite un deuxième avis, où il indiquerait ses préférences pour la période du 7 au 25 novembre 2000. Du moment que cet avis est envoyé au plus tard le 1^{er} novembre 2000 et qu'il est reçu par le radiodiffuseur au plus tard cinq jours avant la date à laquelle le parti aimerait diffuser son premier message, les dispositions de la Loi seraient respectées.

Question 20. *What does a broadcaster do when it receives a notice sent by a party stating its time preferences?*

Answer: Every broadcaster or network operator must, *within two days after receiving each such notice*, consult with representatives of the party that sent the notice for the purpose of reaching an agreement on that party's requests. As noted earlier, *in order to satisfy the requirements of the political parties, the broadcaster may have to pre-empt other advertisers.*

A network-affiliated station should be prepared to accommodate an initial request from a party for an amount of station-controlled time that, together with the time requested from the network, exceeds that party's total allocation on the station. This is to ensure that the party can ultimately achieve its total allocation on the station if the network cannot fully accommodate its requirements.

Question 20. *Que doit faire le radiodiffuseur lorsqu'il reçoit un avis indiquant les préférences de temps du parti politique?*

Réponse : Le radiodiffuseur, ou l'exploitant du réseau, doit, *dans les deux jours qui suivent la réception de cet avis*, consulter les représentants du parti ayant envoyé l'avis afin d'en arriver à une entente sur les demandes du parti. Comme on l'a vu plus haut, *pour satisfaire aux besoins des partis politiques, le radiodiffuseur peut être amené à évincer d'autres annonceurs.*

Une station affiliée à un réseau doit être prête à satisfaire à une demande initiale d'un parti politique relativement à du temps réseau même si, lorsqu'on ajoute le temps demandé au réseau lui-même, le temps d'émission demandé dépasse la durée du créneau global réservé à ce parti sur le réseau. L'idée est de faire en sorte que le parti puisse obtenir au bout du compte la totalité du temps d'émission auquel il a droit sur le réseau au cas où le réseau ne serait pas en mesure de répondre entièrement à ses besoins.

Question 21. *What happens if there is no agreement?*

Answer: If no agreement can be reached within two days, the matter is referred to the Broadcasting Arbitrator, who must decide upon the requests forthwith and notify the parties and the broadcaster. By virtue of subsection 344(6) of the Act, the decision of the Broadcasting Arbitrator is final and binding on the party and the broadcaster.

Question 22. *What does the Broadcasting Arbitrator take into consideration when making his decision?*

Answer: In making his decision, the Broadcasting Arbitrator must take into account the following principles set out in subsection 344(5) of the Act:

- (a) that each ... party should have the freedom and flexibility to determine the proportion of commercial time and program time to be made during which that time as so proportioned should be made available; and
- (b) that any broadcasting time to be made available to a ... party should be made available fairly throughout prime time.

Question 23. *How is the time actually booked?*

Answer: Once the broadcasting time periods to be made available to the political parties have been established, normal commercial practices, including five days' notice, should apply to the actual booking of time within those time periods. When networks are involved, network time should be booked first, and as early as possible, so that stations affiliated with networks can then more effectively respond to requests for the remaining amounts of station time.

Question 21. *Qu'arrive-t-il si les deux parties ne parviennent pas à s'entendre?*

Réponse : Si les parties ne parviennent pas à une entente dans les deux jours, la question est portée à l'attention de l'arbitre en matière de radiodiffusion, qui rend une décision sur les demandes présentées et notifie les intéressés en conséquence. En vertu du paragraphe 344(6) de la Loi, la décision de l'arbitre en matière de radiodiffusion est finale et exécutoire pour le parti politique et le radiodiffuseur.

Question 22. *De quoi l'arbitre en matière de radiodiffusion tient-il compte pour prendre sa décision?*

Réponse : Pour prendre sa décision, l'arbitre en matière de radiodiffusion tient compte des critères suivants, conformément au paragraphe 344(5) de la Loi :

- a) reconnaître à chaque parti [...] la liberté et la possibilité de déterminer la proportion de temps commercial et la durée des émissions à lui être libérées et les jours et les heures où ils doivent l'être;
- b) libérer équitablement le temps mis à la disposition de ces partis sur les heures de grande écoute.

Question 23. *Comment le temps est-il réservé?*

Réponse : Une fois que les périodes de temps d'émission destinées aux partis politiques ont été arrêtées, on se conforme aux pratiques commerciales normales, y compris le préavis de cinq jours, pour la réservation proprement dite de temps d'émission à l'intérieur de ces périodes. Lorsqu'un réseau est touché, c'est le temps réseau qui doit d'abord être réservé, le plus tôt possible, pour que les stations affiliées puissent ensuite répondre plus efficacement aux demandes relatives au temps station qui reste.

When purchasing time for the second week of the election period, the foregoing timelines must be abbreviated. If possible, parties should indicate that they wish to book time in that week when they send the notice of time preferences, to give as much notice to the broadcaster as possible.

Question 24. *How long should broadcasters hold time open for booking?*

Answer: Network and station operators must hold available time periods open for booking by the political parties up to November 17, 2000. After that date, they may substitute other equivalent broadcasting periods for those originally established.

En ce qui a trait au temps d'émission à acheter pendant la deuxième semaine de la campagne, il faut se rappeler que tous les délais se trouvent réduits. Dans la mesure du possible, les partis devraient signaler qu'ils souhaitent réserver du temps pendant cette semaine au moment où ils envoient leur avis sur leurs préférences de temps, de manière à donner au radiodiffuseur une certaine marge de manœuvre.

Question 24. *Pendant combien de temps les radiodiffuseurs doivent-ils laisser les périodes ouvertes aux réservations?*

Réponse : Les exploitants de réseau ou de station doivent laisser libres les périodes de temps disponibles pour les réservations des partis politiques jusqu'au 17 novembre 2000; après cette date, ils peuvent substituer d'autres périodes de diffusion équivalentes à celles établies au départ.

PART 3

Network Free Time

Question 25. *Is there an obligation on broadcasters to provide free time to the political parties?*

Answer: Yes, but this obligation only applies to certain networks, not to all broadcasters.

Question 26. *Which networks are required to provide free time?*

Answer: In addition to purchasable time, the following radio and television networks are required to allocate the following free time periods pursuant to section 345 of the Act.

<i>Radio</i>	<i>Minutes</i>
CBC Radio One	120
SRC Première chaîne	120
Radio-Média	62

Television

CBC-TV English	214
SRC-TV French	214
CTV	214
TVA	62
TQS	62

Question 27. *How is the network free time allocated?*

Answer: These network free time periods are allocated among political parties as follows.

PARTIE 3

Temps réseau gratuit

Question 25. *Les radiodiffuseurs sont-ils obligés d'accorder du temps gratuit aux partis politiques?*

Réponse : Oui, mais cette obligation ne s'applique qu'à certains réseaux, et non à tous les radiodiffuseurs.

Question 26. *Quels sont les réseaux tenus d'accorder du temps d'émission gratuit?*

Réponse : En plus du temps payant, les réseaux de radio et de télévision énumérés ci-dessous sont tenus, aux termes de l'article 345 de la Loi, de réserver les périodes de temps gratuit suivantes :

<i>Radio</i>	<i>Minutes</i>
CBC Radio One	120
SRC Première chaîne	120
Radio-Média	62

Télévision

Radio-Canada anglais	214
Radio-Canada français	214
CTV	214
TVA	62
TQS	62

Question 27. *Comment est réparti le temps réseau gratuit?*

Réponse : Les périodes de temps réseau gratuit sont réparties entre les partis politiques de la façon suivante :

NETWORK/RÉSEAU

	CBC-TV SRC-TV CTV	CBC Radio One SRC Première chaîne	TVA TQS Radio-Média
<i>Political Party/Parti politique</i>			
Liberal Party of Canada/ Parti libéral du Canada	62	35	18
Canadian Reform Conservative Alliance/ L'Alliance réformiste conservatrice canadienne	33	18	9
Progressive Conservative Party of Canada/ Parti progressiste-conservateur du Canada	26	15	8
Bloc Québécois	22	12	6
New Democratic Party/ Nouveau Parti Démocratique	22	12	6
Natural Law Party of Canada/ Parti de la loi naturelle du Canada	9	5	3
The Green Party of Canada/ Le Parti Vert du Canada	9	5	2
Christian Heritage Party of Canada/ Parti de l'Héritage Chrétien du Canada	8	4	2
Marxist-Leninist Party of Canada/ Parti Marxiste-Léniniste du Canada	8	4	2
Canadian Action Party/ Parti action canadienne	8	4	2
Communist Party of Canada/ Parti communiste du Canada	3	2	1
Marijuana Party/ Parti Marijuana	3	2	1
TOTAL NUMBER OF MINUTES (ROUNDED) NOMBRE TOTAL DE MINUTES (ARRONDI)	214	120	62

Question 28. *How is the free time to be made available?*

Answer: The above time must be made available at no cost to the political parties, for the transmission of political announcements and other programming produced by them or on their behalf. The scheduling of free time programming will likely vary from one network to another. There is no requirement that the free time be made available in prime time.

Question 29. *Can the free time entitlement be lost?*

Answer: Yes. If any of the parties listed above fail to nominate candidates in at least 50 electoral districts by the close of nominations on November 6, 2000, their free-time allocation lapses and will not be reallocated. Similarly, if any of a party's candidates fail to be confirmed and do not appear on the list of confirmed candidates published on November 8, 2000, thus placing the party below the 50-candidate threshold, their free-time allocation lapses on that date and will not be reallocated.

Question 28. *De quelle façon le temps gratuit doit-il être libéré?*

Réponse : Le temps d'émission précisé ci-dessus doit être accordé sans frais aux partis politiques pour la diffusion d'annonces politiques et d'autres émissions produites par ces derniers ou en leur nom. La programmation des émissions gratuites peut varier d'un réseau à l'autre. Il n'est pas nécessaire que le temps gratuit soit libéré durant les heures de grande écoute.

Question 29. *Est-il possible de perdre son droit à du temps d'émission gratuit?*

Réponse : Oui. Si un parti sur la liste ci-dessus n'a pas désigné de candidats dans au moins 50 circonscriptions à la clôture des candidatures le 6 novembre 2000, le temps d'émission gratuit qui lui revient se trouve annulé et n'est pas redistribué. De même, si la candidature de l'un des candidats d'un parti n'est pas confirmée et que le nom de ce candidat ne figure pas sur la liste des candidats confirmés publiée le 8 novembre 2000, faisant ainsi chuter le nombre de candidats parrainés par le parti sous le seuil de 50, le temps alloué au parti sera frappé de caducité à cette date et ne sera pas redistribué.

PART 4

Content and Identification of Paid and Free-Time Messages

Question 30. On what grounds can a broadcaster decline to carry a paid or free-time political message submitted to it by a party?

Answer: The paid and free-time obligations of broadcasters and network operators are subject to the applicable regulations under the *Broadcasting Act* and to the conditions of the licences of the broadcasters. This means that a broadcaster is entitled to refuse to broadcast a paid or free-time political message provided by a political party, if:

- the announcement is not in the language for which that broadcaster was licensed;
- the announcement contains any obscene or profane language or pictorial representation;
- the announcement contains any abusive comment or abusive pictorial representation that, when taken in context, tends to or is likely to expose an individual or a group or class of individuals to hatred or contempt on the basis of race, national or ethnic origin, colour, religion, sex, sexual orientation, age or mental or physical disability; or
- the broadcast of the announcement would otherwise be in contravention of the law.

PARTIE 4

Teneur et identification des messages payants et gratuits

Question 30. Pour quels motifs un radiodiffuseur peut-il refuser de diffuser un message politique payant ou gratuit présenté par un parti politique?

Réponse : Les obligations des radiodiffuseurs et des exploitants de réseau en ce qui a trait au temps d'émission payant et gratuit à accorder aux partis politiques sont régies par les règlements applicables de la *Loi sur la radiodiffusion* et par les conditions des licences des radiodiffuseurs. Par conséquent, le radiodiffuseur est en droit de refuser de diffuser un message politique payant ou gratuit émanant d'un parti politique dans les situations suivantes :

- l'annonce n'est pas dans la langue pour laquelle le radiodiffuseur détient sa licence;
- l'annonce contient des propos, des expressions ou des images obscènes ou vulgaires;
- l'annonce contient des propos offensants ou des images offensantes qui, mis dans leur contexte, risquent d'exposer une personne, un groupe de personnes ou une classe de personnes à la haine ou au mépris pour des motifs fondés sur la race, l'origine nationale ou ethnique, la couleur, la religion, le sexe, l'orientation sexuelle, l'âge ou la déficience physique ou mentale;
- la diffusion de l'annonce est contraire à la loi.

Question 31. *How much time should a broadcaster be given to review the political message?*

Answer: The actual ad should be sent to the broadcaster for review as soon as possible, but certainly no less than 48 hours before the time of the scheduled broadcast.

Question 32. *Can a broadcaster “censor” a political ad?*

Answer: Unless the political ad contravenes the regulations or the licence conditions, as noted above, a broadcaster is not entitled to censor the ad.

Question 33. *Do political messages have to identify the party that placed the message?*

Answer: Yes. Under section 320 of the *Canada Elections Act*, both paid and free-time messages must contain a clear identification of the party and a statement that the registered agent of the party authorized the message.

The party’s identification may be an audio and/or visual identifier at the beginning or end of the message. This could include a party logo that has been registered with the Chief Electoral Officer under paragraph 368(a) of the Act, or is being used consistently by the party. The logo or other identifier should be displayed in a clearly visible or legible manner for at least three seconds, either at the beginning or end of each television message.

Question 31. *De combien de temps doit disposer le radiodiffuseur pour passer le message politique en revue?*

Réponse : L’annonce à diffuser devrait être envoyée au radiodiffuseur pour examen le plus longtemps d’avance possible et, en tout cas, au moins 48 heures avant l’heure prévue pour sa diffusion.

Question 32. *Un radiodiffuseur peut-il « censurer » une annonce politique?*

Réponse : À moins que l’annonce politique contrevienne aux dispositions des règlements ou des licences, comme il a été noté plus haut, le radiodiffuseur n’est pas autorisé à censurer l’annonce.

Question 33. *Les messages politiques doivent-ils identifier le parti politique qui en a demandé la diffusion?*

Réponse : Oui. En vertu de l’article 320 de la *Loi électorale du Canada*, les messages payants ou gratuits doivent indiquer clairement le parti qui les a produits et comporter une déclaration selon laquelle le message est autorisé par l’agent enregistré du parti en question.

L’identification du parti peut se faire au moyen d’un identificateur audio et/ou visuel au début ou à la fin du message. L’identificateur peut comprendre le logo du parti déposé auprès du directeur général des élections en application de l’alinéa 368a) de la Loi ou utilisé régulièrement par le parti. Le logo ou tout autre identificateur doit être exposé de façon nettement visible ou lisible pendant au moins trois secondes, soit au début ou soit à la fin de chaque message télévisé.

PART 5

Other Matters

Question 34. *Is there a blackout period during which no political advertising is permitted to be aired?*

Answer: Yes. Political advertising cannot be aired after midnight on Sunday, November 26, 2000. That means that no political advertising can be broadcast on Monday, November 27, election day.

Question 35. *When can election results first be reported?*

Answer: Under section 329 of the *Canada Elections Act*, no person may transmit the result or purported result of the polling in any electoral district of Canada to the public in another electoral district, before the hour fixed for the closing of the polls in that other electoral district.

It should be noted that this prohibition applies not only to radio and television stations and networks, and to specialty programming services, but also to broadcasting distribution undertakings, including cable television systems, direct-to-home satellite services, and multipoint distribution systems. It may be noted that paragraph 7(b) of the *Broadcasting Distribution Regulations* specifically authorizes a BDU to alter or delete a programming service in the course of its distribution for the purpose of complying with this section of the *Canada Elections Act*.

PARTIE 5

Autres questions

Question 34. *Y a-t-il une période d'interdiction totale pendant laquelle aucune publicité politique ne peut être diffusée?*

Réponse : Oui. Il est interdit de diffuser de la publicité politique après minuit le dimanche 26 novembre 2000. On ne peut donc pas diffuser de publicité politique le lundi 27 novembre, jour du scrutin.

Question 35. *Quand les résultats du scrutin peuvent-ils être annoncés?*

Réponse : Aux termes de l'article 329 de la *Loi électorale du Canada*, nul ne peut communiquer le résultat ou le résultat supposé du scrutin d'une quelconque circonscription du Canada à la population d'une autre circonscription avant l'heure fixée pour la clôture du scrutin dans cette autre circonscription.

Il est à noter que cette interdiction ne s'applique pas seulement aux stations de radio et de télévision et aux réseaux, notamment aux services spécialisés, mais aussi aux entreprises de distribution, y compris aux systèmes de câblodistribution, aux services de diffusion directe par satellite et aux systèmes de distribution multipoint. Rappelons que l'alinéa 7b) du *Règlement sur la distribution de radiodiffusion* autorise expressément une EDR à modifier ou à supprimer un service de programmation au cours de sa distribution pour se conformer à cette disposition de la *Loi électorale du Canada*.

The prohibition also applies to the Internet, and persons should not post the results from any electoral district in any Web site available to the public until the polls have closed in all electoral districts across Canada.

Question 36. *At what time do the local polls close?*

Answer: The hours of polling for each electoral district vary depending on the time zone in which the electoral district is located.

Newfoundland, Atlantic or Central time zones

8:30 a.m. to 8:30 p.m.

Eastern time zone

9:30 a.m. to 9:30 p.m.

Saskatchewan*

7:30 a.m. to 7:30 p.m.

Mountain time zone

7:30 a.m. to 7:30 p.m.

Pacific time zone

7:00 a.m. to 7:00 p.m.

* subject to special provisions for selected electoral districts

Question 37. *Are there any restrictions on the broadcasting of opinion surveys during the election period?*

Answer: Yes. Under section 326 of the *Canada Elections Act*, the first person who transmits the results of an election survey – other than a survey that is not based on recognized statistical methods – to the public during an election period and any person who transmits

L'interdiction s'applique également à Internet, et nul n'est autorisé à afficher les résultats d'une quelconque circonscription sur un site Web accessible au public tant que le scrutin n'est pas terminé dans toutes les circonscriptions du Canada.

Question 36. *À quelle heure les bureaux de scrutin ferment-ils?*

Réponse : Les heures d'ouverture des bureaux de scrutin varient d'une circonscription à l'autre, selon le fuseau horaire dans lequel la circonscription se trouve.

Fuseau horaire de Terre-Neuve, de l'Atlantique ou du Centre

de 8 h 30 à 20 h 30

Fuseau horaire de l'Est

de 9 h 30 à 21 h 30

Fuseau horaire de la Saskatchewan*

de 7 h 30 à 19 h 30

Fuseau horaire des Rocheuses

de 7 h 30 à 19 h 30

Fuseau horaire du Pacifique

de 7 h à 19 h

* sous réserve de dispositions spéciales pour certaines circonscriptions.

Question 37. *La diffusion des résultats de sondages d'opinion fait-elle l'objet de restrictions pendant la période électorale?*

Réponse : Oui. Selon l'article 326 de la *Loi électorale du Canada*, la première personne qui transmet au public les résultats d'un sondage d'opinion – exception faite d'une enquête non fondée sur des méthodes statistiques reconnues – pendant une période électorale et toute

them within 24 hours after they are first transmitted to the public must also provide certain information about the survey.

In particular, if that person is a broadcaster, the following information must be provided: (a) the name of the sponsor of the survey; (b) the name of the person or organization that conducted the survey; (c) the date on which or the period during which the survey was conducted; (d) the population from which the sample of respondents was drawn; (e) the number of people who were contacted to participate in the survey; and (f) if applicable, the margin of error for the data.

If the person publishing the opinion survey is not a broadcaster, certain additional information must also be provided, namely, the wording of the survey questions, and the means by which a report on the survey may be obtained. Section 326 of the *Canada Elections Act* also requires the sponsor of an election survey, the results of which are transmitted to the public, to provide a copy of a written report on the results of the survey to anyone on request, for a fee not exceeding \$0.25 a page. That report must include all the information noted above plus additional details.

If the survey is “not based on recognized statistical methods,” the above does not apply. Instead, the first person who transmits the results to the public during an election period and any person who transmits them within 24 hours after they are first transmitted to the public must indicate that the survey was not based on recognized statistical methods.

personne qui les transmet dans les 24 heures suivantes doivent fournir au public certains renseignements sur le sondage.

En particulier, si cette personne est un radiodiffuseur, elle doit fournir les renseignements suivants : a) le nom du demandeur du sondage; b) le nom de la personne ou de l'organisation qui a procédé au sondage; c) la date à laquelle ou la période durant laquelle le sondage s'est fait; d) la population de référence; e) le nombre de personnes contactées; f) le cas échéant, la marge d'erreur applicable aux données.

Si la personne qui publie les résultats du sondage n'est pas un radiodiffuseur, elle doit fournir des renseignements supplémentaires, à savoir : le libellé des questions posées lors du sondage et la marche à suivre pour obtenir le rapport d'enquête. L'article 326 de la *Loi électorale du Canada* exige également que le commanditaire d'un sondage d'opinion électorale dont les résultats sont transmis au public fournisse un exemplaire du rapport écrit sur les résultats d'enquête à quiconque le demande contre des frais ne dépassant pas 0,25 \$ par page. Le rapport doit comporter tous les renseignements ci-dessus ainsi que d'autres détails.

Si le sondage ne s'appuie pas sur des « méthodes statistiques reconnues », les conditions ci-dessus ne s'appliquent pas. Dans ce cas, la première personne qui transmet les résultats au public pendant la période électorale et toute autre personne qui fait de même dans les 24 heures suivantes doivent préciser que l'enquête n'est pas fondée sur des méthodes statistiques reconnues.

What is the situation when the media receives election survey results without any knowledge of their methodology? While the Act does not specifically address this situation, it would be in keeping with the objectives of the statute that the media indicate that the methodology of the survey is not known, if they choose to report the results.

Question 38. *Are there any restrictions on the broadcasting of opinion surveys on election day?*

Answer: Yes. Subsection 328(2) of the Act states that “no person shall transmit to the public, in an electoral district on polling day, before the close of all of the polling stations in that electoral district, the results of an election survey that have not previously been transmitted to the public.”

Question 39. *Are there any restrictions on advertising placed by persons other than candidates or by political parties?*

Answer: Yes. So-called “third party” advertising is governed by sections 349 to 362 of the *Canada Elections Act*. Any third party that spends \$500 or more on election advertising is required to register with Elections Canada, and disclose their contributors. Third parties are prohibited from spending more than \$150 000 on election advertising during an election period, with a maximum of \$3 000 to be spent in a given electoral district.

Que se passe-t-il si les médias reçoivent les résultats d’un sondage électoral sans connaître la méthodologie utilisée? La Loi n’aborde pas spécifiquement cette question, mais il serait conforme à ses objectifs que les médias précisent que la méthodologie du sondage n’est pas connue s’ils décident de diffuser les résultats.

Question 38. *La diffusion de résultats de sondages d’opinion le jour du scrutin fait-elle l’objet de restrictions?*

Réponse : Oui. Le paragraphe 328(2) de la Loi stipule qu’il est « interdit à toute personne de diffuser dans une circonscription, le jour du scrutin avant la fermeture de tous les bureaux de scrutin de celle-ci, les résultats d’un sondage électoral qui n’ont pas été diffusés antérieurement ».

Question 39. *Les annonces placées par des personnes autres que les candidats ou les partis politiques font-elles l’objet de restrictions?*

Réponse : Oui. Les annonces de ceux qu’on appelle les « tiers » sont assujetties aux articles 349 à 362 de la *Loi électorale du Canada*. Tout tiers qui dépense 500 \$ ou plus en publicité électorale est tenu de s’enregistrer auprès d’Élections Canada et de révéler le nom de ses donateurs. Les tiers n’ont pas le droit de dépenser plus de 150 000 \$ en publicité électorale pendant une période électorale, avec un maximum de 3 000 \$ dans une même circonscription.

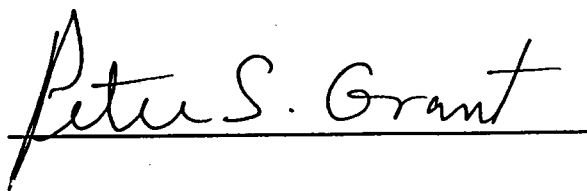
Broadcasters are free to accept and run third party advertising during an election, although they have no obligation to do so. If they choose to do so, however, they should ensure that such ads identify the third party, since section 352 of the *Canada Elections Act* states that “a third party shall identify itself in any election advertising placed by it and indicate that it has authorized the advertising.”

Toronto, October 22, 2000

Les radiodiffuseurs sont libres d’accepter et de diffuser de la publicité électorale de tiers pendant une période électorale, mais ils n’y sont pas tenus. Cependant, s’ils le font, ils doivent s’assurer que ces annonces identifient les tiers en question, puisque l’article 352 de la *Loi électorale du Canada* prévoit que « les tiers doivent mentionner leur nom dans toute publicité électorale et signaler le fait que celle-ci a été autorisée par eux ».

Toronto, le 22 octobre 2000

The Broadcasting Arbitrator

A handwritten signature in black ink that reads "Peter S. Grant". The signature is written in a cursive style and is positioned above a solid horizontal line.

L’arbitre en matière de radiodiffusion,
Peter S. Grant