



*BROADCASTING  
GUIDELINES*

*LIGNES DIRECTRICES  
EN MATIÈRE DE  
RADIODIFFUSION*

*FEDERAL GENERAL ELECTION  
OCTOBER 19, 2015*

*ÉLECTION GÉNÉRALE FÉDÉRALE  
LE 19 OCTOBRE 2015*

**ISSUED AUGUST 3, 2015**

**ÉMISES LE 3 AOÛT 2015**

## THE BROADCASTING ARBITRATOR

Suite 5300  
Toronto-Dominion Bank Tower  
Toronto, Ontario  
M5K 1E6

Tel: 416-601-7620  
Fax: 416-868-0673  
Cell: 647-588-7620



## L'ARBITRE EN MATIÈRE DE RADIODIFFUSION

Bureau 5300  
Tour de la Banque Toronto-Dominion  
Toronto (Ontario)  
M5K 1E6

Tél. : 416-601-7620  
Télec. : 416-868-0673  
Cell. : 647-588-7620

### INTRODUCTION

The following guidelines have been issued in conformity with section 346 of the *Canada Elections Act*, S.C. 2000, c. 9.

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 can be found on the Elections Canada Web site at [www.elections.ca](http://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 generally fall within the authority of the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (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 can be found on the CRTC's Web site at [www.crtc.gc.ca](http://www.crtc.gc.ca).

The Broadcasting Arbitrator is Mr. Peter S. Grant. He can be reached by telephone, cellphone or fax at the numbers listed above or by e-mail at [pgrant@mccarthy.ca](mailto:pgrant@mccarthy.ca).

### INTRODUCTION

Les présentes lignes directrices sont publiées conformément à l'article 346 de la *Loi électorale du Canada* (L.C. 2000, ch. 9).

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, à [www.elections.ca](http://www.elections.ca).

Ces lignes directrices n'abordent que sommairement le temps d'émission mis à la disposition des candidats et la radiodiffusion d'autres types de messages politiques. Ces questions relèvent généralement du Conseil de radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (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 son site Web, à [www.crtc.gc.ca](http://www.crtc.gc.ca).

L'arbitre en matière de radiodiffusion est M. Peter S. Grant. On peut le joindre aux numéros ci-dessus par téléphone, par téléphone cellulaire, par télécopieur ou par courriel à [pgrant@mccarthy.ca](mailto:pgrant@mccarthy.ca).

## PART 1

### Allocation of and Entitlement to Broadcasting Time

*Question 1. What is the obligation of broadcasters with 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 writs and ending at midnight on the day before election day.

The period within which political parties have a right to purchase such time, therefore, ends at midnight on Sunday, October 18, 2015. 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 specialty programming services as well as to radio and television stations? What about 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,

## 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 allant de la délivrance des brefs d'élection jusqu'à minuit le 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 dimanche 18 octobre 2015, 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 autorisés par une licence du CRTC et reliés par câble, par

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, 1990*.

**Question 3.** *Does this obligation apply to broadcasting services offered through mobile devices or over the Internet?*

Answer: No. The term “broadcaster” is defined in the *Canada Elections Act* to mean “a person who is licensed by the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission under the *Broadcasting Act* to carry on a programming undertaking.” The CRTC has exempted broadcasting undertakings from the requirement to obtain a licence when their broadcasting services are a) delivered and accessed over the Internet, or b) delivered using point-to-point technology and received by way of mobile devices. Hence, these undertakings are not obliged to make time available for purchase by political parties, although they are free to do so.

**Question 4.** *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, which include cable television systems.

satellite ou par systèmes de distribution multipoints. 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 de 1990 sur la télévision payante*, de diffuser des messages publicitaires.

**Question 3.** *Cette obligation s’applique-t-elle aux services de radiodiffusion offerts par l’intermédiaire des appareils mobiles ou d’Internet?*

Réponse : Non. Aux termes de la *Loi électorale du Canada*, un « radiodiffuseur » est le « titulaire d’une licence, attribuée par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes sous le régime de la *Loi sur la radiodiffusion*, l’autorisant à exploiter une entreprise de programmation ». Le CRTC a dispensé les entreprises de radiodiffusion de l’obligation d’obtenir une licence lorsque leurs services sont a) distribués et accessibles par Internet, ou b) distribués au moyen de la technologie point à point et captés par des appareils mobiles. Ces entreprises ne sont donc pas tenues de vendre du temps d’antenne aux partis politiques. Elles sont toutefois libres de le faire.

**Question 4.** *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 5.** What is “prime time” for the purposes of the Canada Elections Act?

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

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 6.** What rules apply to a broadcaster that 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 7.** How are the 390 minutes allocated among the parties?

Answer: By virtue of the order issued by the Broadcasting Arbitrator on June 23, 2015, the 390 minutes have been allocated as follows:

**Question 5.** 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 6.** 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 7.** Comment les 390 minutes sont-elles réparties entre les partis?

Réponse : En vertu du décret publié par l’arbitre en matière de radiodiffusion le 23 juin 2015, les 390 minutes ont été attribuées comme suit :

<b>Political Party</b>		<b>Parti politique</b>
<i>Number of Minutes:Seconds</i>	<i>min:sec</i>	<i>Nombre de minutes et de secondes</i>
Conservative Party of Canada	<b>107:00</b>	Parti conservateur du Canada
New Democratic Party	<b>78:30</b>	Nouveau Parti démocratique
Liberal Party of Canada	<b>45:30</b>	Parti libéral du Canada

Green Party of Canada	<b>20:30</b>	Le Parti Vert du Canada
Bloc Québécois	<b>16:30</b>	Bloc Québécois
Marxist-Leninist Party of Canada	<b>9:30</b>	Parti Marxiste-Léniniste du Canada
Christian Heritage Party of Canada	<b>8:30</b>	Parti de l'Héritage Chrétien du Canada
Libertarian Party of Canada	<b>8:00</b>	Parti Libertarien du Canada
Communist Party of Canada	<b>7:30</b>	Parti communiste du Canada
Rhinoceros Party	<b>7:30</b>	Parti Rhinocéros
Canadian Action Party	<b>7:30</b>	Parti action canadienne
Pirate Party of Canada	<b>7:30</b>	Parti Pirate du Canada
Progressive Canadian Party	<b>7:30</b>	Parti Progressiste Canadien
Animal Alliance Environment Voters Party of Canada	<b>7:30</b>	Animal Alliance Environment Voters Party of Canada
Marijuana Party	<b>7:00</b>	Parti Marijuana
United Party of Canada	<b>7:00</b>	Parti Uni du Canada
Party for Accountability, Competency and Transparency	<b>7:00</b>	Parti pour la Responsabilisation, la Compétence et la Transparence
Seniors Party of Canada	<b>6:00</b>	Parti des aînés du Canada
Democratic Advancement Party of Canada	<b>6:00</b>	Parti pour l'Avancement de la Démocratie au Canada
Forces et Démocratie	<b>6:00</b>	Forces et Démocratie
Canada Party	<b>6:00</b>	Parti Canada
Bridge Party of Canada	<b>6:00</b>	Parti pour nouer des liens entre Canadiens
<b>Total</b>	<b>390:00</b>	<b>Total</b>

***Question 8. Can a party lose its allocation?***

Answer: Yes. If a party listed above does not have an endorsed candidate in at least one electoral district listed on the list of confirmed candidates published on September 30, 2015, the time allocated to that party will lapse on that date and will not be reallocated.

***Question 9. Are there any limits on how much a broadcaster can charge a party or a candidate for the purchase of time?***

Answer: Yes. By virtue of paragraph 348(a) of the *Canada Elections Act*, the rates a broadcaster may charge a political party, a candidate or any person acting on their behalf 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 10. 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 8. Un parti peut-il perdre sa part de temps d'émission?***

Réponse : Oui. Cette répartition du temps d'émission ne s'appliquera pas à un parti susmentionné si ce parti n'a pas de candidat sur la liste des candidats confirmés, publiée le 30 septembre 2015.

***Question 9. Le prix du temps d'émission que le radiodiffuseur peut demander à un parti politique ou à un candidat est-il limité?***

Réponse : Oui. Aux termes de l'alinéa 348a) de la *Loi électorale du Canada*, le tarif qu'impose le radiodiffuseur à un parti politique, à un candidat ou à toute personne agissant en leur nom ne peut pas dépasser le tarif le plus bas qu'il fait payer pour une période équivalente à toute autre personne et à tout moment pendant cette période.

***Question 10. 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 11.** *What happens if a party wants to buy time from a station or network that is in excess of its entitlement, as listed above?*

Answer: The above allocation of time does not operate as a “cap” on the time that a party can purchase. 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:

- the broadcaster can choose to sell time over and above a party’s entitlement;
- 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 to the purchase of allocated time (see Question 19);
- the broadcaster can choose to sell time to a party outside prime time (see Question 5).

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.** *Qu’arrive-t-il si un parti politique désire acheter du temps d’une station ou d’un réseau en plus du créneau attribué, tel qu’indiqué ci-dessus?*

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 :

- 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 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 19);
- le radiodiffuseur est libre de vendre du temps à un parti en dehors des heures de grande écoute (voir la question 5).

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 non 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 12.** *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 equitable basis” applies, and a broadcaster cannot discriminate in favour of one party over another.

**Question 13.** *Does the allocation above apply to time purchased by individual candidates or groups of candidates?*

Answer: No. The 390 minutes allocated under the Act apply 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 14.** *Can a political party purchase time on an American radio or television station?*

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

**Question 12.** *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 radiodiffusion exigent que les radiodiffuseurs accordent du temps d'émission aux partis de façon « équitable », et un radiodiffuseur ne peut pas favoriser un parti au détriment d'un autre.

**Question 13.** *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 14.** *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'usage de stations de radiodiffusion à l'étranger pour faire de la publicité électorale.

## **PART 2**

### **Procedure for Booking Broadcasting Time**

***Question 15.** Who can purchase broadcast time for political parties?*

Answer: The allocated broadcasting time may only be purchased by the parties listed below, and only through their chief agent or other persons whom they have designated and whose names they have given to Elections Canada.

***Question 16.** Who are the parties' authorized agents?*

Answer: The parties' chief agents, or their authorized agents for the purchase of broadcasting time, as given to Elections Canada, are listed in the following table:

## **PARTIE 2**

### **Procédure de réservation de temps d'émission**

***Question 15.** 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 leur agent principal ou des autres personnes mentionnées à Élections Canada.

***Question 16.** Qui sont les agents autorisés des partis?*

Réponse : Les agents principaux des partis ou leurs agents autorisés à réserver du temps d'émission, dont le nom a été communiqué à Élections Canada, sont indiqués au tableau suivant :

**AGENTS AUTORISÉS POUR LA RÉSERVATION DU TEMPS D'ÉMISSION**  
**AUTHORIZED AGENTS FOR THE BOOKING OF BROADCASTING TIME**

<b>PARTI PARTY</b>	<b>SOCIÉTÉ COMPANY</b>	<b>CONTACT</b>	<b>ADRESSE ADDRESS</b>	<b>TÉLÉPHONE PHONE</b>	<b>COURRIEL EMAIL</b>
<i>Parti conservateur du Canada</i> Conservative Party of Canada	PHD Media	Fred Auchterlonie			
<i>Nouveau Parti démocratique</i> New Democratic Party	AMEN Création Inc.	Carl Grenier			
<i>Parti libéral du Canada</i> Liberal Party of Canada	M2 Universal  Bensimon Byrne	Sara Hill  Karen Reith  Thomas Shadoff  Alex Gillespie			
<i>Le Parti Vert du Canada</i> Green Party of Canada	Clear Media.tv Inc.	Ugis Zvilna			
<i>Bloc Québécois</i>		Maxime P- Charbonneau			

<b>PARTI PARTY</b>	<b>SOCIÉTÉ COMPANY</b>	<b>CONTACT</b>	<b>ADRESSE ADDRESS</b>	<b>TÉLÉPHONE PHONE</b>	<b>COURRIEL EMAIL</b>
<i>Parti Marxiste-Léniniste du Canada</i> Marxist-Leninist Party of Canada		Nick Lin			
<i>Parti de l'Héritage Chrétien du Canada</i> Christian Heritage Party of Canada		Peter Vogel			
<i>Parti Libertarien du Canada</i> Libertarian Party of Canada	Root & Branch	David Clement			
<i>Parti communiste du Canada</i> Communist Party of Canada		Johan Boyden			
<i>Parti Rhinocéros</i> Rhinoceros Party		Jean-Patrick Berthiaume			
<i>Parti action canadienne</i> Canadian Action Party		Heather Karl			
<i>Parti Pirate du Canada</i> Pirate Party of Canada	The Pirate Party of Canada Fund	Roderick (Ric) Lim James Phillips			

<b>PARTI PARTY</b>	<b>SOCIÉTÉ COMPANY</b>	<b>CONTACT</b>	<b>ADRESSE ADDRESS</b>	<b>TÉLÉPHONE PHONE</b>	<b>COURRIEL EMAIL</b>
<i>Parti progressiste Canadien</i> Progressive Canadian Party		Macdonald- Cartier PC Fund c/o Hon. Sinclair M. Stevens			
Animal Alliance Environment Voters Party of Canada		Stephen Best			
<i>Parti Marijuana</i> Marijuana Party		John Akpata			
<i>Parti Uni du Canada</i> United Party of Canada		Rod Morley			
<i>Parti pour la Responsabilisation, la Compétence et la Transparence</i> Party for Accountability, Competency and Transparency		Michael Nicula			

<b>PARTI PARTY</b>	<b>SOCIÉTÉ COMPANY</b>	<b>CONTACT</b>	<b>ADRESSE ADDRESS</b>	<b>TÉLÉPHONE PHONE</b>	<b>COURRIEL EMAIL</b>
<i>Parti des aînés du Canada</i> Seniors Party of Canada		James N. Fairbairn			
<i>Parti pour l'Avancement de la Démocratie au Canada</i> Democratic Advancement Party of Canada		Wayne Hopwood			
<i>Forces et Démocratie</i>		Catherine Lavoie			
<i>Parti Canada</i> Canada Party		Austin D. Thomas			
<i>Parti pour nouer des liens entre Canadiens</i> Bridge Party of Canada		Ken C. Finkleman			

**Question 17.** *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 August 12, 2015, and subject to the five-day rule described in the response to Question 19, 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 as well as the days and hours when that time, so proportioned, is to be made available.

**Question 18.** *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 subsection 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 to count as commercials for the purpose of its limitation of commercial time on radio and television stations. Messages longer than two minutes did not count as commercials.

**Question 17.** *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 des brefs d’élection, soit jusqu’au 12 août 2015, et sous réserve de la règle des cinq jours exposée en réponse à la question 19, pour présenter un avis écrit à chacun des radiodiffuseurs et à chacun des réseaux 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.

**Question 18.** *Qu’entend-on par « temps commercial » et « durée de l’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 paragraphe définit la « durée de l’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.

In 2009, the CRTC removed all restrictions on advertising time limits for conventional television broadcasters. Thus, the distinction between commercial time and program time is no longer relevant for CRTC purposes.

**Question 19.** *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.” This means that if a party wants to purchase broadcast time for August 7, 2015, as a matter of entitlement, it must ensure that the station or network receives its notice at least five days before that date, i.e. on August 2, 2015, the date on which the writs were issued.

Thus, even if a party sends its notice to broadcasters within ten days of the issue of the writs, as required by subsection 344(2), it will have lost its entitlement to purchase time in the period up to August 17, 2015, 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 11. However, the sale of such broadcasting time cannot be compelled.

En 2009, le CRTC a aboli les restrictions relatives aux limites publicitaires pour les diffuseurs de télévision conventionnelle. Ainsi, la distinction entre le temps commercial et la durée de l’émission ne compte plus, aux fins du CRTC.

**Question 19.** *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 7 août 2015, il doit veiller à ce que la station ou le réseau reçoive son avis au moins cinq jours avant cette date, c’est-à-dire au plus tard le 2 août 2015, le jour de la délivrance des brevets.

Il s’ensuit que même si un parti envoie son avis dans les dix jours suivant la délivrance des brevets, conformément au paragraphe 344(2), il perdra son droit d’acheter du temps d’émission pendant la période se terminant le 17 août 2015, 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 11. Toutefois, la vente de tel temps d’émission n’est en rien obligatoire.



**Question 20.** *Can a party send more than one notice to a broadcaster, stating its time preference?*

Answer: The best approach is to send a single notice to the broadcaster that indicates all the party's time preferences for the entire election campaign. However, if the party seeks advertising time at the beginning of the campaign, the only way to observe the five-day rule is to ensure that the broadcaster receives the notice five days before the date requested 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:

- the party could send a notice to be received on August 4, 2015, i.e. within two days of the date the writs were issued, seeking to purchase time in the period from August 9 to August 16, 2015; the notice would fully comply with the five-day rule for this time;
- the party could then send a second notice in which it indicated its time preferences for the period from August 17 to October 18, 2015. As long as that second notice was sent on or before August 12, 2015, 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.

**Question 21.** *What does a broadcaster do when it receives a notice from a party, stating its time preferences?*

Answer: Every broadcaster or network operator must, within two days of receiving

**Question 20.** *Un parti peut-il envoyer plus d'un avis à un radiodiffuseur pour signaler ses préférences?*

Réponse : La meilleure méthode est 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 le radiodiffuseur a reçu l'avis 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 :

- envoyer aux radiodiffuseurs un premier avis de sorte qu'ils le reçoivent au plus tard le 4 août 2015, c'est-à-dire dans les deux jours suivant la date de délivrance des brefs, pour acheter du temps d'émission entre le 9 août et le 16 août 2015. L'avis serait tout à fait conforme aux exigences de la règle des cinq jours pour cette période;
- envoyer ensuite un deuxième avis, dans lequel ses préférences sont indiquées pour la période du 17 août au 18 octobre 2015. Du moment que cet avis est envoyé au plus tard le 12 août 2015 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 21.** *Que doit faire le radiodiffuseur lorsqu'il reçoit un avis indiquant les préférences de temps du parti politique?*

Réponse : Tout radiodiffuseur ou exploitant du réseau doit, dans les deux jours qui suivent la

such a notice, consult with representatives of that party to reach an agreement on its requests. As noted earlier, 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 22.** *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 on the requests immediately 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 23.** *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

réception de cet avis, consulter les représentants du parti 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 déplacer 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 22.** *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 doit immédiatement rendre 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 23.** *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

freedom and flexibility to determine the proportion of commercial time and program time to be made available to it and the days on which and the hours 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 24.** *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.

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

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 24.** *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.

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 décrits ci-dessus 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 25.** *How long should broadcasters hold time open for booking?*

Answer: Network and station operators should hold available time periods open for booking by the political parties up to October 13, 2015. After this date, they may substitute other equivalent broadcasting periods for those originally established.

### **PART 3**

#### **Network Free Time**

**Question 26.** *Do broadcasters have an obligation to provide free time to the political parties?*

Answer: Yes, but this obligation applies only to certain networks, not to all broadcasters. This is in addition to purchasable time.

**Question 27.** *Which networks are required to provide free time?*

Answer: Under section 345 of the Act, the following radio and television networks are required to allocate the following free time periods:

<b>Radio</b>	<b>Minutes</b>
CBC Radio One	120
SRC Première Chaîne	120

**Question 25.** *Pendant combien de temps les radiodiffuseurs doivent-ils laisser les périodes ouvertes aux réservations?*

Réponse : Les exploitants de réseau ou de station devraient laisser libres les périodes de temps disponibles pour les réservations des partis politiques jusqu'au 13 octobre 2015; après cette date, ils peuvent substituer d'autres périodes de diffusion équivalentes à celles établies au départ.

### **PARTIE 3**

#### **Temps réseau gratuit**

**Question 26.** *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. Le temps gratuit s'ajoute au temps d'antenne payant.

**Question 27.** *Quels sont les réseaux tenus d'accorder du temps d'émission gratuit?*

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

<b>Radio</b>	<b>Minutes</b>
CBC Radio One	120
SRC Première Chaîne	120

<b>Television</b>	<b>Minutes</b>	<b>Télévision</b>	<b>Minutes</b>
CBC TV (English)	214	CBC-TV (anglais)	214
SRC-TV (French)	214	SRC-TV (français)	214
TVA	62	TVA	62
V Télé	62	V Télé	62

**Question 28.** *How is the network free time allocated?*

Answer: The network free time is allocated among political parties proportionally to their paid time allocation as follows:

**Question 28.** *Comment est réparti le temps réseau gratuit?*

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

	<b>CBC-TV SRC-TV</b>	<b>CBC Radio One SRC Première chaîne</b>	<b>TVA V Télé</b>
<b>Political Party / Parti politique</b>	<i>min:sec</i>	<i>min:sec</i>	<i>min:sec</i>
Conservative Party of Canada / <i>Parti conservateur du Canada</i>	58:30	33:00	17:00
New Democratic Party / <i>Nouveau Parti démocratique</i>	43:00	24:00	12:30
Liberal Party of Canada / <i>Parti libéral du Canada</i>	25:00	14:00	7:30
Green Party of Canada / <i>Le Parti Vert du Canada</i>	11:00	6:30	3:30
<i>Bloc Québécois</i>	9:00	5:00	3 :00
Marxist-Leninist Party of Canada / <i>Parti Marxiste-Léniniste du Canada</i>	5:00	3:00	1:30
Christian Heritage Party of Canada / <i>Parti de l'Héritage Chrétien du Canada</i>	4:30	2:30	1:30
Libertarian Party of Canada / <i>Parti Libertarien du Canada</i>	4:30	2:30	1:30
Communist Party of Canada / <i>Parti communiste du Canada</i>	4:00	2:30	1:00
Rhinoceros Party / <i>Parti Rhinocéros</i>	4:00	2:30	1:00
Canadian Action Party / <i>Parti action canadienne</i>	4:00	2:30	1:00
Pirate Party of Canada / <i>Parti Pirate du Canada</i>	4:00	2:00	1:00
Progressive Canadian Party / <i>Parti Progressiste Canadien</i>	4:00	2:00	1:00
Animal Alliance Environment Voters Party of Canada	4:00	2:00	1:00
Marijuana Party / <i>Parti Marijuana</i>	4:00	2:00	1:00
United Party of Canada / <i>Parti Uni du Canada</i>	4:00	2:00	1:00

Party for Accountability, Competency and Transparency / <i>Parti pour la Responsabilisation, la Compétence et la Transparence</i>	4:00	2:00	1:00
Seniors Party of Canada / <i>Parti des aînés du Canada</i>	3:30	2:00	1:00
Democratic Advancement Party of Canada / <i>Parti pour l'Avancement de la Démocratie au Canada</i>	3:30	2:00	1:00
<i>Forces et Démocratie</i>	3:30	2:00	1:00
Canada Party / <i>Parti Canada</i>	3:30	2:00	1:00
Bridge Party of Canada / <i>Parti pour nouer des liens entre Canadiens</i>	3:30	2:00	1:00
<b>Total</b>	<b>214:00</b>	<b>120:00</b>	<b>62:00</b>

**Question 29.** *How is the free time to be made available?*

Answer: The above time must be made available, at no cost to the political parties, to broadcast 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 during prime time.

**Question 30.** *Can the free-time entitlement be lost?*

Answer: Yes. If any of the parties listed above fails to nominate at least one candidate by the close of nominations on September 28, 2015, their free-time allocation lapses and will not be reallocated. Similarly, if all of the party's candidates fail to be confirmed and do not appear on the list of confirmed candidates published on September 30, 2015, thus placing the party below the candidate threshold, their free-time allocation lapses on that date and will not be reallocated.

**Question 29.** *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 30.** *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 à la clôture des candidatures le 28 septembre 2015, le temps d'émission gratuit qui lui revient se trouve annulé et n'est pas redistribué. De même, si la candidature 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 30 septembre 2015, 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 31. On what grounds can a broadcaster decline to carry a paid or free-time political message submitted 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 broadcasters' licences. 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 31. 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 dépendent aussi des règlements en vertu de la Loi sur la radiodiffusion et des conditions de leurs licences. Par conséquent, un radiodiffuseur peut 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, situés en 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 32.** *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 33.** *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 34.** *Can a political ad contain a “news clip” without the approval of the broadcaster?*

Answer: Prior to the election period, broadcasters can decline to run a political ad on any grounds they choose, provided they treat all parties on an equitable basis. However, during the election period, they are not entitled to decline an ad unless the broadcast would be in contravention of the law. If a news clip is relatively short and is not a substantial part of the audiovisual work from which it was taken, the broadcast of the news clip in a political ad would not infringe the copyright of the owner of the audiovisual work and would not require the permission of that owner to be broadcast. Accordingly, during the election period, broadcasters are not entitled to refuse to broadcast a political ad containing a news clip that is not a substantial part of the original broadcast.

**Question 32.** *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 rapidement possible, mais au moins 48 heures avant l’heure prévue pour sa diffusion.

**Question 33.** *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 est indiqué ci-dessus, le radiodiffuseur ne peut pas la censurer.

**Question 34.** *Peut-on inclure une « séquence d’actualités » dans une publicité électorale sans l’approbation du radiodiffuseur?*

Réponse : Avant la période électorale, les radiodiffuseurs peuvent refuser de diffuser une publicité électorale pour quelque motif que ce soit, pourvu qu’ils traitent tous les partis équitablement. Cependant, en période électorale, ils n’ont pas le droit de refuser une publicité, à moins que sa diffusion soit contraire à la loi. Si une « séquence d’actualités » est relativement courte et qu’elle ne représente pas une part importante de l’œuvre audiovisuelle dont elle est extraite, son intégration dans une publicité électorale ne porterait pas atteinte aux droits d’auteur et ne nécessiterait pas l’autorisation de l’auteur aux fins de diffusion. Par conséquent, en période électorale, les radiodiffuseurs n’ont pas le droit de refuser de diffuser une publicité électorale comprenant une séquence d’actualités, si cette dernière ne constitue pas une part importante de l’émission originale.



**Question 35.** *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. In the case of a television message, 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 the end of the message.

## **PART 5**

### **Other Matters**

**Question 36.** *Is there a blackout period during which no political advertising is permitted to be aired?*

Answer: Yes. By virtue of section 323 of the *Canada Elections Act*, election advertising cannot be aired after midnight on Sunday, October 18, 2015. This means that no political advertising can be broadcast Monday, October 19, 2015, election day.

**Question 37.** *Does the blackout period apply to messages posted on the Internet before polling day and that are still on a Web site on polling day?*

**Question 35.** *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 contenir une déclaration indiquant que le message est autorisé par l'agent enregistré du parti.

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. Dans le cas d'un message télévisé, 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.

## **PARTIE 5**

### **Autres questions**

**Question 36.** *Y a-t-il une période d'interdiction totale pendant laquelle aucune publicité politique ne peut être diffusée?*

Réponse : Oui. En vertu de l'article 323 de la *Loi électorale du Canada*, il est interdit de diffuser de la publicité électorale après minuit le dimanche 18 octobre 2015. On ne peut donc pas diffuser de publicité politique le lundi 19 octobre 2015, jour du scrutin.

**Question 37.** *La période d'interdiction de publicité s'applique-t-elle aux messages diffusés sur Internet avant le jour d'élection et qui sont toujours affichés sur un site Web le jour d'élection?*

Answer: No. Section 324 of the *Canada Elections Act* provides that the blackout provisions do not apply to messages that were transmitted on the Internet before the blackout period and were not changed during the blackout period.

**Question 38.** *When can election results first be reported?*

Answer: Prior to 2014, section 329 of the *Canada Elections Act* stipulated that no person could transmit the result or purported result of the vote in any electoral district of Canada to the public in another electoral district before the close of polls in that other electoral district. However, this section was repealed on June 19, 2014, by the coming into force of section 73 of the *Fair Elections Act*, S.C. 2014, c. 12. Therefore, there is no longer any restriction on when election results can be reported.

**Question 39.** *At what time do 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, Central Time  
(other than Saskatchewan)

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

Eastern Time

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

Saskatchewan Time

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

Mountain Time

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

Pacific Time

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

Réponse : Non. L'article 324 de la *Loi électorale du Canada* précise que les dispositions sur la période d'interdiction de publicité ne s'appliquent pas aux messages diffusés sur Internet avant le début de la période d'interdiction et non modifiés durant celle-ci.

**Question 38.** *Quand les résultats du scrutin peuvent-ils être annoncés?*

Réponse : Avant 2014, l'article 329 de la *Loi électorale du Canada* stipulait qu'il était interdit de diffuser le résultat ou ce qui semble être le résultat du scrutin d'une circonscription dans une autre circonscription avant la fermeture de tous les bureaux de scrutin de cette dernière. Toutefois, cet article a été abrogé le 19 juin 2014 par suite de l'entrée en vigueur de l'article 73 de la *Loi sur l'intégrité des élections*, L.C. 2014, ch. 12. Il n'y a donc plus de restriction quant au moment où les résultats du scrutin peuvent être diffusés.

**Question 39.** *À quelle heure les bureaux de scrutin ferment-ils?*

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

Fuseau horaire de Terre-Neuve, de l'Atlantique  
ou du Centre (autre que la Saskatchewan)

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

**Question 40.** *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 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, that person must also provide certain additional information, namely, the wording of the survey questions and the means by which a report on the survey may be obtained. Section 326 of the 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. Any fee must not exceed \$0.25 a page.

If the survey is not based on recognized statistical methods, the above guideline does not apply. Instead, the first person who transmits the results to the public during an election period, and any person who

**Question 40.** *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'un sondage non fondé sur des méthodes statistiques reconnues – pendant une période électorale, et toute personne qui les transmet dans les 24 heures suivantes doivent aussi 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 le diffuseur du sondage n'est pas un radiodiffuseur, cette personne doit, en sus des renseignements ci-dessus mentionnés, fournir le libellé des questions posées lors du sondage et la marche à suivre pour obtenir le compte rendu des résultats. En vertu de l'article 326 de la Loi, le demandeur du sondage électorale dont les résultats sont transmis au public doit fournir à quiconque en fait la demande un exemplaire du compte rendu des résultats, moyennant des frais ne dépassant pas 0,25 \$ par page.

Si le sondage ne s'appuie pas sur des méthodes statistiques reconnues, les règles 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

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.

**Question 41.** *What is the situation when the media receives election survey results without any knowledge of the methodology used?*

The Act does not specifically address this situation. However, it would be in keeping with the objectives of the statute that if the media chooses to report the results, it should indicate that it does not know the methodology used for the survey.

**Question 42.** *Are there any restrictions on the broadcasting of opinion surveys on election day?*

Answer: Yes. Subsection 328(2) of the Act states, “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 43.** *Are there any restrictions on advertising placed by persons other than candidates or political parties?*

Answer: Yes. Sections 349 to 362 of the *Canada Elections Act* govern third-party advertising. Any third party that spends \$500 or more on election advertising is required to register with Elections Canada and disclose its contributors.

Third parties are subject to election advertising expenses limits for general

personne qui fait de même dans les 24 heures suivantes doivent préciser que le sondage n’est pas fondé sur des méthodes statistiques reconnues.

**Question 41.** *Que se passe-t-il lorsque les médias reçoivent les résultats d’un sondage électoral sans connaître la méthodologie utilisée?*

La Loi n’aborde pas cette question expressément, mais l’intention de la législation est préservée si les médias précisent que la méthodologie n’est pas connue au moment de publier les résultats du sondage.

**Question 42.** *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 43.** *Les annonces placées par des personnes autres que les candidats ou les partis politiques font-elles l’objet de restrictions?*

Réponse : Oui. La publicité par des tiers est assujettie 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 sont assujettis à des plafonds de dépenses de publicité électorale pour les

elections and by-elections. The base limit for a general election with a 37-day election period is \$150,000. Of that amount, no more than a base limit of \$3,000 can be incurred to promote or oppose the election of one or more candidates in a particular electoral district. Base limits are multiplied by the inflation adjustment factor in effect on the date the writs are issued. The inflation adjustment factor in effect from April 1, 2015 to March 31, 2016 is 1.372. If the election period is longer than 37 days, the limits are also increased by 1/37th for each day in excess of 37 days. For this election period, which will last 79 days, the general limit will be \$439,410.81 and the local limit will be \$8,788.22.

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

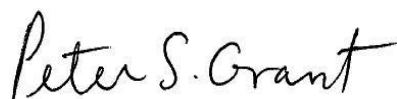
Toronto, August 3, 2015

élections générales et partielles. Le plafond de base pour une élection générale dont la période électorale est de 37 jours est établi à 150 000 \$. De ce montant, des dépenses d'au plus 3 000 \$ peuvent être engagées pour favoriser l'élection d'un ou de plusieurs candidats ou s'opposer à l'élection d'un ou de plusieurs candidats dans une circonscription donnée. Les plafonds de base sont multipliés par le facteur d'ajustement à l'inflation en vigueur à la date de délivrance des brefs. Le facteur d'ajustement à l'inflation en vigueur du 1er avril 2015 au 31 mars 2016 est de 1,372. Si la période électorale dure plus de 37 jours, les plafonds sont aussi augmentés de 1/37e pour chaque jour excédentaire. Pour cette période électorale qui durera 79 jours, le plafond général est établi à 439 410.81 \$, et le plafond par circonscription à 8 788.22 \$.

Les radiodiffuseurs sont libres d'accepter et de diffuser de la publicité électorale de tiers pendant une période électorale. 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 3 août 2015

L'arbitre en matière de radiodiffusion,



Peter S. Grant  
The Broadcasting Arbitrator