

LE PROGRAMME : LES TIERS ET LA PUBLICITÉ POLITIQUE

Publié le 28 avril, 2022

Catégories: [Perspectives](#), [Publications](#)

Élections provinciales ontariennes 2022

Le discours public et la participation civique prennent des formes diverses pendant une élection : don à un parti politique, campagnes publicitaires de tiers, pressions d'organisations de base pour convaincre les candidats et les partis politiques d'adopter les positions qu'elles privilégient. En Ontario, ces activités et les interactions entre les entités politiques et les intéressés – particuliers ou organisations – sont rigoureusement encadrées.

Cet article s'inscrit dans la couverture de McMillan des élections provinciales ontariennes; on y traite de la *Loi sur le financement des élections*, des organisations tiers et des règles encadrant la publicité politique avant, pendant et après les élections. Les élections ontariennes devraient avoir lieu le 2 juin 2022. La période électorale commence à 0 h 1 le jour de l'émission du décret de convocation des électeurs et se termine le jour du scrutin.

Les tiers

Pour influencer l'opinion et les politiques publiques, des tiers participent fréquemment au processus politique. Par conséquent, les tiers qui participent au discours public sont assujettis à certaines règles et exigences devant assurer la transparence et l'équité de notre système démocratique.

Le terme « tiers » désigne des personnes ou des entités autres qu'un candidat inscrit, une association de circonscription inscrite ou un parti inscrit^[1], ce qui comprend autant les organisations de base que les grandes entreprises, avec tout ce qu'il y a entre les deux.

Les contributions aux tiers

Pour financer leurs activités politiques, les tiers recueillent des contributions. Les contributions aux tiers sont encadrées moins rigoureusement que celles aux partis politiques et aux candidats. Les tiers peuvent recueillir des contributions de particuliers qui résident ordinairement en Ontario, de personnes morales qui exercent des activités en Ontario et qui ne sont pas des organismes de bienfaisance enregistrés ou de syndicats^[2].

Aucun plafond, monétaire ou autre, ne s'applique aux contributions aux tiers. Cela dit, les contributions ne peuvent pas être anonymes^[3], et celles de plus de 100 \$ doivent être signalées à Élections Ontario et publiées

par la suite[4].

La publicité politique

Il va sans dire que les tiers qui recueillent des contributions vont les utiliser pour financer des activités politiques. Le plus souvent, les tiers utilisent les fonds recueillis pour acheter de la publicité en vue d'influencer le résultat des élections. Qu'est-ce qui constitue de la publicité politique?

La publicité politique s'entend de toute annonce publicitaire (radiodiffusée, imprimée, électronique ou autre) pour faire valoir un parti inscrit, son chef ou un candidat inscrit ou pour s'y opposer[5]. Certains pourraient donc être surpris d'apprendre que la publicité politique ne se limite pas qu'aux messages partisans et à la promotion explicite d'entités politiques. En effet, elle englobe également la publicité qui prend position sur une question (publicité de préconisation) pouvant raisonnablement être considérée comme étroitement associée à un parti, un candidat ou un chef[6].

Sur le plan juridique, la publicité de préconisation est un terrain glissant. Par exemple, un tiers peut diffuser des publicités portant sur des questions qui n'ont d'emblée aucun lien avec une campagne, jusqu'à ce qu'un parti ou un candidat politique s'en saisisse pour l'intégrer à sa plateforme. C'est ainsi qu'une publicité non partisane devient politique, et le directeur général des élections peut déterminer, au cas par cas, si une publicité est de nature politique[7]. Il est donc important d'obtenir les conseils d'un spécialiste pour savoir si les activités de votre organisation peuvent tomber sous la définition de la publicité politique.

Dans toute publicité politique, le nom du tiers qui l'a autorisée doit être indiqué pour que le public sache d'où vient l'information qui lui est fournie[8]. De plus, les fournisseurs doivent conserver un registre des publicités politiques deux ans après leur diffusion; ceux qui ne respectent pas cette règle s'exposent à des amendes ou à des pénalités[9].

Les plafonds de dépenses en publicité politique

En Ontario, les dépenses des tiers en publicité politique sont encadrées rigoureusement.

Les plafonds des dépenses de tiers en publicité politique se fondent sur la date des élections (fixe ou non). Dans le cas d'élections générales à date fixe, notamment les élections provinciales ontariennes 2022, un tiers ne peut pas dépenser :

plus de 654 600 \$ au total en dehors de la période électorale (les 12 mois précédant l'émission du décret de convocation des électeurs) à des fins de publicité politique;

plus de 109 100 \$ au total pendant la période électorale (de l'émission du décret de convocation des électeurs au jour du scrutin) à des fins de publicité politique;

plus de 26 184 \$ au total par circonscription en dehors de la période électorale à des fins de publicité politique;
plus de 4 364 \$ au total par circonscription pendant la période électorale à des fins de publicité politique.

Les tiers doivent respecter ces plafonds scrupuleusement, et il est formellement interdit de tenter de contourner la loi par la collusion ou par un échange illicite d'information avec des entités politiques, des fournisseurs externes ou d'autres tiers. Il est aussi interdit aux tiers de se scinder en entités distinctes pour pouvoir dépasser les plafonds fixés^[10].

Les dépenses en publicité électorale comprennent non seulement les paiements en argent aux fournisseurs externes, mais aussi aux ressources internes destinées à faciliter la publicité politique par des tiers. Par conséquent, les tiers doivent surveiller rigoureusement les activités et dépenses supplémentaires qui soutiennent la publicité politique.

Il est important de noter, compte tenu des changements apportés à la *Loi sur le financement des élections*, qu'il incombe aux fournisseurs de publicité politique de faire en sorte que les tiers ne dépassent pas les limites de leur budget^[11]. Plus particulièrement, les entreprises médiatiques et éditeurs devraient obtenir les conseils de spécialistes quand ils vendent de la publicité politique à des tiers.

Exigences en matière d'inscription

Les tiers doivent s'inscrire à Élections Ontario dès qu'ils dépensent 500 \$ en publicité pendant la période électorale ou dans les 12 mois précédant une élection générale^[12]. Pour ce faire, les tiers doivent nommer un chef des finances, un auditeur si le tiers dépense, ou entend dépenser, plus de 5 000 \$ en publicité politique^[13] et soumettre le formulaire de demande requis^[14].

Il y a de nombreux facteurs à considérer avant de participer à une élection, que ce soit comme particulier, lobbyiste, tiers ou entité politique. Ces facteurs sont d'autant plus complexes quand il s'agit de tiers et publicité politique. Il est important de rester conformes et de travailler avec des spécialistes qualifiés pour que vous et votre organisme respectiez les lois applicables en matière de lobbying et de financement des élections.

Le contenu du présent document ne fournit qu'un aperçu du sujet et ne saurait en aucun cas être interprété comme des conseils juridiques. Le lecteur ne doit pas se fonder uniquement sur ce document pour prendre une décision, mais devrait plutôt obtenir des conseils juridiques précis.

[1][ps2id id='1' target='/'] *Loi sur le financement des élections*, art. 1(1)

[2][ps2id id='2' target='/'] *Loi sur le financement des élections*, art. 37.10(1)

[3][ps2id id='3' target='/'] *Loi sur le financement des élections*, art. 37.10(2)

[4][ps2id id='4' target='/'] *Loi sur le financement des élections*, art. 31.12(4)

[5][ps2id id='5' target=''] *Loi sur le financement des élections*, art. 1(1)

[6][ps2id id='6' target=''] *Loi sur le financement des élections*, art. 1(1)

[7][ps2id id='7' target=''] *Loi sur le financement des élections*, art. 37.0.1

[8][ps2id id='8' target=''] *Guide à l'intention des radiodiffuseurs et des éditeurs de publicité politique*, p. 9

[9][ps2id id='9' target=''] *Loi sur le financement des élections*, par 45.1(5)

[10][ps2id id='10' target=''] *Loi sur le financement des élections*, art. 37.10.1(3)

[11][ps2id id='11' target=''] *Loi sur le financement des élections*, art. 37.10.2(5)

[12][ps2id id='12' target=''] *Loi sur le financement des élections*, art. 37.5(1)

[13][ps2id id='13' target=''] *Loi sur le financement des élections*, art. 37.7(1)

[14][ps2id id='14' target=''] *Loi sur le financement des élections*, art. 37.5(2)

Par [Timothy Cullen](#) et [Jeremiah Kopp](#)

Mise en garde

Le contenu du présent document ne fournit qu'un aperçu du sujet et ne saurait en aucun cas être interprété comme des conseils juridiques. Le lecteur ne doit pas se fonder uniquement sur ce document pour prendre une décision, mais devrait plutôt obtenir des conseils juridiques précis.

© McMillan S.E.N.C.R.L., s.r.l. 2022