

THE BROADCASTING
ARBITRATOR



L'ARBITRE EN MATIÈRE DE
RADIODIFFUSION

*BROADCASTING
GUIDELINES*

*LIGNES DIRECTRICES
EN MATIÈRE DE
RADIODIFFUSION*

*FEDERAL GENERAL ELECTION
JANUARY 23, 2006*

*ÉLECTION GÉNÉRALE FÉDÉRALE
le 23 janvier 2006*

ISSUED NOVEMBER 30, 2005
AMENDED DECEMBER 8, 2005

ÉMISES LE 30 NOVEMBRE 2005
MODIFIÉES LE 8 DÉCEMBRE 2005

**THE BROADCASTING
ARBITRATOR**



**L'ARBITRE EN MATIÈRE DE
RADIODIFFUSION**

**Suite 4700
Toronto-Dominion Bank Tower
Toronto, Ontario
M5K 1E6**

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

**Bureau 4700
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 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 by telephone at (416) 601-7620, by cell

INTRODUCTION

Les lignes directrices qui suivent 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 (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

phone at (647) 588-7620, by fax at (416) 868-0673, or by e-mail at 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, 408 minutes of broadcasting time, during prime time, in the period beginning with the issuance of the writ 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 on Sunday, January 22, 2006, at midnight. If the broadcaster is affiliated with a network, the 408-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

téléphone cellulaire au (647) 588-7620, par télécopieur au (416) 868-0673 ou par courriel à pgrant@mccarthy.ca.

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, 408 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 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 22 janvier 2006 à minuit. Si le radiodiffuseur est affilié à un réseau, l'obligation relative aux 408 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.

they are prohibited from carrying advertising material by paragraph 3(2)(d) of the *Pay Television Regulations*.

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 408 minutes*

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. *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 408 minutes*

allocated among the parties?

Answer: By virtue of an order issued by the Broadcasting Arbitrator on April 8, 2005 and by virtue of section 339 of the Act, the 408 minutes have been allocated as follows:

Political Party Number of Minutes: Seconds		Parti politique Nombre de minutes et de secondes
Liberal Party of Canada	105:00	Parti libéral du Canada
Conservative Party of Canada	85:00	Parti conservateur du Canada
Bloc Québécois	44:30	Bloc Québécois
New Democratic Party	43:30	Nouveau Parti Démocratique
Green Party of Canada	25:00	Le Parti Vert du Canada
Marijuana Party	13:30	Parti Marijuana
Marxist-Leninist Party of Canada	13:30	Parti Marxiste-Léniniste du Canada
Christian Heritage Party	13:00	Parti de l'Héritage Chrétien
Canadian Action Party	12:30	Parti action canadienne
Communist Party of Canada	12:00	Parti communiste du Canada
Progressive Canadian Party	11:30	Parti Progressiste Canadien
Libertarian Party of Canada	11:00	Parti Libertarien du Canada
Western Block Party	6:00	Western Block Party
Animal Alliance Environment Voters Party of Canada	6:00	Animal Alliance Environment Voters Party of Canada
First Peoples National Party of Canada	6:00	First Peoples National Party of Canada
TOTAL	408 :00	TOTAL

Question 7. *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 January 4, 2006, the time allocated to that

sont elles réparties entre les partis?

Réponse : En vertu d'un décret publié par l'arbitre en matière de radiodiffusion le 8 avril 2005 et de l'application de l'article 339 de la Loi, les 408 minutes ont été attribuées comme suite :

Question 7. *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 4 janvier 2006.

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:

- 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

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 :

- 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

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).

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 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 408 minutes allocated under the Act applies to political parties only. Time purchased by a candidate for

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).

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 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 408 minutes attribuées en vertu de la Loi ne s'appliquent qu'aux partis politiques. Le

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.

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 chief 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 following chart.

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.

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 principaux et des autres personnes mentionnées à Élections Canada.

Question 15. *Qui sont les agents principaux 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 suivant.

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

PARTI PARTY	SOCIÉTÉ COMPANY	CONTACT	ADRESSE ADDRESS	TÉLÉPHONE PHONE	TÉLÉCOPIEUR FAX	COURRIER ÉLECTRONIQUE EMAIL
Parti libéral du Canada Liberal Party of Canada	ZenithOptimedia Inc	Debbie King	111 Queen Street East Suite 200 Toronto, ON M5C 1S2	(416) 925-9988 x 2001	(416) 975-8208	dking@zenithoptimedia.ca
Parti conservateur du Canada Conservative Party of Canada	RMI (Retail Media Inc.)	Andrew Kumpf	150 Bloor St W Suite 705 Toronto, ON M5S 2X9	(416) 961-6300	(416) 967-8040	akumpf@rmi.ca
Bloc Québécois	Touché! Média- Marketing inc.	Paul Guité	3575, boul. St-Laurent, bureau 400 Montréal (QC) H2X 2Y7	(514) 286-9000	(514) 286-9900	paul.guite@touchemedia.com
Nouveau Parti Démocratique New Democratic Party	NOW Communications	Maya Russell; and Michele Della Mattia - or - Carrie Ann Barlow; Samantha Richardson; and Caroline Park	710 - 750 West Pender Vancouver, BC V6V 2T7 302-267 W. Esplanade North Vancouver, BC V7M 1A5	(604) 682-5441 (604) 987-4838	(604) 681-4834 (604) 987-7929	maya@nowgroup.com michele@nowgroup.com carrie@barlowmedia.com sam@barlowmedia.com caroline@barlowmedia.com
Le Parti Vert du Canada The Green Party of Canada		Matt Takach Dermond Travis	300-396 Cooper Street Ottawa ON K2P 2H7 PO/CP 997 Station B Ottawa, ON K1P 5R1	(613) 526-4916 1 866 868-3447	(613) 482-4632	matt.takach@greenparty.ca dermond.travis@greenparty.ca

PARTI PARTY	SOCIÉTÉ COMPANY	CONTACT	ADRESSE ADDRESS	TÉLÉPHONE PHONE	TÉLÉCOPIEUR FAX	COURRIER ÉLECTRONIQUE EMAIL
Parti Marijuana Marijuana Party		Sonja Kleiman	4224, de Bullion Montréal (QC) H2W 3E7	(514) 282-7611 (514) 842-4900		sonjakleiman@yahoo.com
Parti Marxiste-Léniniste du Canada Marxist-Leninist Party of Canada		Anna DiCarlo	1867, rue Amherst Montréal (QC) H2L 3L7	(416) 727-1612	(514) 522-5872	media@mlpc.ca
Parti de l'Héritage Chrétien Christian Heritage Party		Stephen Downey - or - Leslie Bartley	PO Box 4958 Station E Ottawa, ON K1S 5J1 444 Lee Ave Woodstock, ON N4S 6Y3	(819) 281-6686 1 800 868 3247 (519) 537-5322	(819) 281-7174	edchp@qc.aira.com NationalVP@chp.ca
Parti action canadienne Canadian Action Party		Don B. Rogers	92 Bagot St Kingston, ON K7L 3E5	(613) 542-8386		donrogers@primus.ca
Parti communiste du Canada Communist Party of Canada		David Rigby	290A Danforth Ave. Toronto, ON M4K 1N6	(416) 469-2446	(416) 469-4063	info@cpc-pcc.ca
Parti progressiste Canadien Progressive Canadian Party		Greg Moors	PO Box 708 264 Queen's Quay W . Toronto, ON M5J 1B5	(416) 238-1536	(902) 408-1051	gmoors@sympatico.ca
Parti Libertarien Libertarian Party		Jean-Serge Brisson	2052, rue Ste. Marie Embrun (ON) K0A 1W0	(613) 443-5423	(613) 443-5423*	ep523@freenet.carleton.ca

PARTI PARTY	SOCIÉTÉ COMPANY	CONTACT	ADRESSE ADDRESS	TÉLÉPHONE PHONE	TÉLÉCOPIEUR FAX	COURRIER ÉLECTRONIQUE EMAIL
Western Block Party		Ms. Keltie Zubko	810 Courtney Street Victoria, BC V8W 1C4	(250) 385-1022	(250) 479-3294	kzubko@shaw.ca
Animal Alliance Environment Voters Party of Canada		Ms. Liz White - or - Mr. Stephen D. Best	101-221 Broadview Avenue Toronto, ON M4M 2G3 P.O. Box 988 Shelburne, ON L0N 1S0	(416) 462-9541 (519) 925-3440	(416) 462-9647 (519) 925-3440	liz@animalalliance.ca sbest@sympatico.ca
First Peoples National Party of Canada		Ms. Barbara Wardlaw	74 Panoramic Dr. Sault Ste. Marie, ON P6B 5V6	(705) 945-8134		bwardlaw@fpnpoc.ca

* Call first so that the fax machine can be switched on.

* Appelez d'abord pour que le télécopieur soit allumé.

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 December 9, 2005, 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.

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

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 9 décembre 2005, 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.

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

any length outside the normal 12-minute-per-hour limitation on advertising material applicable to conventional television stations. The same policy applies to specialty programming services who have conditions on their licence to this respect. 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 Sunday, December 4, 2005 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 Tuesday, November 29, 2005, 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 December 14, 2005, 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*

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 traditionnelle. La même politique s’applique aux services d’émissions spécialisées dont la licence prévoit des conditions à cet égard. 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 dimanche 4 décembre 2005, 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 mardi 29 novembre 2005, 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 14 décembre 2005, 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

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.

- The party could send a notice that is received on December 1, 2005, i.e. within two days of the date the writ was issued, seeking to purchase time in the period from December 6 to December 13, 2005; 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 December 14, 2005 to January 22, 2006; as long as that second notice was sent on or before December 9, 2005, and received by the broadcasters no later than five

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 :

- Envoyer aux radiodiffuseurs un premier avis de sorte qu'ils le reçoivent au plus tard le 1 décembre 2005, c'est-à-dire dans les deux jours suivant la date de délivrance du bref, pour acheter du temps d'émission entre le 6 décembre et le 13 décembre 2005. 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 14 décembre 2005 au 22 janvier 2006. Du moment que cet avis est envoyé au plus tard le 9 décembre 2005 et qu'il est reçu par le radiodiffuseur au plus tard cinq jours avant la date à laquelle le parti

days before the date of the contemplated broadcast, the party would be in compliance with the Act.

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 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.

aimerait diffuser son premier message, les dispositions de la Loi seraient respectées.

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. *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

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.

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.

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.

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. *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 January 17, 2006. After that date, they may substitute other equivalent broadcasting periods for those originally established.

Question 24. *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 17 janvier 2006; 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
Réseau Corus Québec	62

<i>Television</i>	<i>Minutes</i>
CBC-TV English	214
SRC-TV French	214
TVA	62
TQS	62

**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
Réseau Corus Québec	62

<i>Télévision</i>	<i>Minutes</i>
SRC-TV (français)	214
CBC-TV (anglais)	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.

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 :

	SRC-TV CBC-TV	SRC Première chaîne CBC Radio One	TVA TQS Réseau Corus Québec
<i>Political Party/Parti Politique</i>			
Liberal Party of Canada/ Parti libéral du Canada	55	31	16
Conservative Party of Canada/ Parti conservateur du Canada	44:30	25	13
Bloc Québécois	23:30	13	7
New Democratic Party/ Nouveau Parti Démocratique	23	13	6:30
Green Party of Canada/ Le Parti Vert du Canada	13	7	3:30
Marijuana Party / Parti Marijuana	7	4	2
Marxist-Leninist Party of Canada/ Parti Marxiste-Léniniste du Canada	7	4	2
Christian Heritage Party / Parti de l'Héritage Chrétien	7	4	2
Canadian Action Party/ Parti action canadienne	7	4	2
Communist Party of Canada/ Parti communiste du Canada	6	3	2
Progressive Canadian Party/ Parti Progressiste Canadien	6	3	1:30
Libertarian Party of Canada/ Parti Libertarien du Canada	6	3	1:30
Western Block Party	3	2	1
Animal Alliance Environment Voters Party of Canada	3	2	1

First Peoples National Party of Canada	3	2	1
TOTAL	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 at least one candidate by the close of nominations on January 2, 2006, their free-time allocation lapses and will not be reallocated. Similarly, if none of the party's candidates are confirmed and none appear on the list of confirmed candidates published on January 4, 2006, thus placing the party below the candidate threshold, their free-time allocation lapses on that date and will not be reallocated.

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

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 à la clôture des candidatures le 2 janvier 2006, le temps d'émission gratuit qui lui revient se trouve annulé et n'est pas redistribué. De même, si la candidature d'aucun candidat d'un parti est confirmée et qu'aucun nom d'un candidat pour ce parti figure sur la liste des candidats confirmés publiée le 4 janvier 2006, le temps alloué au parti sera frappé de caducité à cette date et ne sera pas redistribué.

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

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.

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.

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. *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. *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.

PART 5 Other Matters

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

Answer: Yes. By virtue of section 343 of the *Canada Elections Act*, Political advertising cannot be aired after midnight on Sunday, January 22, 2006. That means that no political advertising can be

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.

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. Aux termes de l’article 343 de la *Loi électorale du Canada*, il est interdit de diffuser de la publicité politique après minuit le dimanche 22 janvier 2006. On ne peut donc pas

broadcast on Monday, January 23, election day.

Question 35. *Does the blackout period apply to messages posted on the Internet prior to polling day, that are still on a website on polling day?*

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 where the message is not changed during the blackout period.

Question 36. *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*.

(It should also be noted that this provision was upheld by the British Columbia

diffuser de publicité politique le lundi 23 janvier, jour du scrutin.

Question 35. *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?*

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 36. *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*.

(Il est également à noter que dans l'affaire *Bryan c. Regina et al.* (2005), 253 D.L.R.

Court of Appeal in *Bryan v. Regina et al.* (2005), 253 D.L.R. (4th) 137, 196 C.C.C. (3d) 369, 2005 BCCA 285, rev'g (2003), 233 D.L.R. (4th) 745, 112 C.R.R. (2d) 189, 2003 BCSC 1499. However, the case is currently under appeal to the Supreme Court of Canada.)

(4th) 137, 196 C.C.C. (3d) 369, 2005 BCCA 285, infirmant (2003), 233 D.L.R. (4th) 745, 112 C.R.R. (2d) 189, 2003 BCSC 1499, le Cour d'appel du Colombie-Britannique a confirmé cette provision de la *Loi électorale du Canada*. L'affaire a cependant été portée en appel au Cour suprême du Canada.)

Question 37. *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.

Mountain time zone

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

Pacific time zone

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

Question 38. *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

Question 37. *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 des Rocheuses

de 7 h 30 à 19 h 30

Fuseau horaire du Pacifique

de 7 h à 19 h

Question 38. *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

En particulier, si cette personne est un

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.

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

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.

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

that the media indicate that the methodology of the survey is not known, if they choose to report the results.

Question 39. *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 40. *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.

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.”

méthodologie du sondage n’est pas connue s’ils décident de diffuser les résultats.

Question 39. *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 40. *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.

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, November 30, 2005

Toronto, le 30 novembre 2005

Amended December 8, 2005

Modifiées le 8 décembre 2005

L'arbitre en matière de radiodiffusion,

**Original signed by/Original signé par
Peter Grant**

Peter S. Grant
The Broadcasting Arbitrator