



Avis écrits, lignes directrices et notes d'interprétation

En vertu de l'article 16.1 de la Loi électorale du Canada, le directeur général des élections établit des lignes directrices et des notes d'interprétation concernant l'application de la Loi aux partis enregistrés, aux associations enregistrées, aux candidats à l'investiture, aux candidats et aux candidats à la direction. Avant d'établir une ligne directrice ou une note d'interprétation, il consulte les partis politiques fédéraux enregistrés et le commissaire aux élections fédérales, et les invite à formuler des commentaires sur l'ébauche. Les lignes directrices et les notes d'interprétation donnent des indications et favorisent une interprétation et une application uniformes de la Loi. Toutefois, elles ne sont fournies qu'à titre d'information et ne remplacent pas les dispositions de la Loi.

Note d'interprétation : 2018-04 (octobre 2018)

Contenu Web préexistant des partis enregistrés lors d'une élection

Question

Les partis enregistrés utilisent souvent leur site Web comme outil de promotion lors des élections. Ainsi, une partie des coûts de conception, d'hébergement et d'entretien du site Web constitue une dépense électorale. Habituellement, les coûts de production et de diffusion de contenu Web sont également des dépenses électorales si le contenu a été publié pour la première fois en période électorale, pour favoriser ou contrecarrer un parti ou son chef. Mais qu'en est-il du contenu Web préexistant d'un parti enregistré, qui peut comprendre du contenu créé pour des scrutins antérieurs ou sans lien avec une élection?

La présente note vise à préciser les circonstances dans lesquelles les coûts de production et de diffusion de contenu Web préexistant constituent des dépenses électorales et la façon de calculer les dépenses électorales découlant des sites Web en tant que tels.

Interprétation

- (1) Si le site Web préexistant d'un parti enregistré demeure en ligne au cours d'une élection générale ou partielle à laquelle le parti soutient un candidat, le parti doit déclarer une dépense électorale pour son site Web.
- Pour une élection générale, la dépense électorale correspond à la somme de ce qui suit :
 - la valeur commerciale de la conception d'un site Web équivalent (ou le montant des dépenses réelles engagées pour produire le site Web, selon le montant le plus bas);
 - les coûts d'hébergement et d'entretien du site Web calculés au prorata.
 - Pour une élection partielle, la dépense électorale correspond à la somme de ce qui suit :
 - la valeur commerciale de la conception de pages équivalentes à celles où l'on trouve du contenu pour l'élection partielle (ou le montant des dépenses réelles engagées pour produire ces pages, selon le montant le plus bas);
 - les coûts d'hébergement et d'entretien de ces pages calculés au prorata.
 - Dans les deux cas, les frais de l'arrière-plan des pages de contributions et des boutiques en ligne sont exclus, car les dépenses engagées pour une activité de financement à des fins autres que la promotion ne constituent pas des dépenses électorales.

- (2) Les coûts de production et de diffusion de contenu Web préexistant qui demeure en ligne lors d'une élection, que ce soit sur le site Web ou les pages de médias sociaux d'un parti enregistré, constituent une dépense électorale dans l'un ou l'autre des cas suivants :
- le parti a engagé une dépense pour la production du contenu aux fins de l'élection;
 - le parti a fait la promotion du contenu pendant la période électorale.
- (3) Lorsqu'il est question de contenu Web préexistant, on entend par « promotion » le fait de diffuser du contenu ou d'attirer l'attention sur du contenu par quelque moyen que ce soit, comme par de la publicité, des courriels de masse, des publications dans les médias sociaux, une rediffusion du contenu ou une promotion concertée faite par une autre entité, une autre personne ou un autre groupe.
- (4) Néanmoins, il n'y a aucune dépense électorale à déclarer si le parti peut démontrer que le contenu a de toute évidence été promu exclusivement pour une activité ou une raison autre que l'élection, comme un congrès à la direction ou un congrès d'orientation.
- (5) Si le contenu Web préexistant n'a pas été produit pour l'élection et a été hébergé sur le site Web ou les pages de médias sociaux du parti sans être promu pendant la période électorale, les coûts de production et de diffusion de ce contenu ne constituent pas des dépenses électorales.

Cadre législatif

Les dispositions de la Loi électorale du Canada (LEC) les plus pertinentes dans le contexte de la présente note d'interprétation sont les suivantes :

- Les dépenses électorales s'entendent :
 - des frais engagés par un parti enregistré ou un candidat et des contributions non monétaires qui leur sont apportées, dans la mesure où les biens ou les services faisant l'objet des dépenses ou des contributions servent à favoriser ou à contrecarrer directement un parti enregistré, son chef ou un candidat pendant une période électorale;
 - de l'acceptation par un parti enregistré ou un candidat de la fourniture de produits ou de services, dans la mesure où les biens ou les services servent à favoriser ou à contrecarrer directement un parti enregistré, son chef ou un candidat pendant une période électorale. (par. 376(1))
- Les dépenses engagées pour l'organisation d'une activité de financement ne constituent pas des dépenses électorales. (par. 376(2))
- Il existe deux exceptions à la règle précédente : les dépenses engagées pour la production de matériel publicitaire ou promotionnel lié à une activité de financement, ainsi que les dépenses engagées pour la distribution, la diffusion ou la publication de ce matériel pendant la période électorale constituent des dépenses électorales. (al. 376(3)a) et b))
- S'entend de la valeur commerciale, en ce qui concerne la fourniture de biens ou de services ou l'usage de biens ou d'argent, le prix le plus bas exigé pour une même quantité de biens ou de services de la même nature ou pour le même usage de biens ou d'argent, au moment de leur fourniture, par :
 - leur fournisseur, dans le cas où il exploite une entreprise qui les fournit;
 - une autre personne qui les fournit sur une échelle commerciale dans la région où ils ont été fournis, dans le cas où le fournisseur n'exploite pas une telle entreprise. (par. 2(1))

Analyse et discussion

Historique des directives d'Élections Canada

Les directives d'Élections Canada sur les dépenses associées aux sites Web et au contenu Web se sont élargies au cours des dernières années, les communications en ligne des entités politiques s'étant accrues et diversifiées avec l'arrivée de nouvelles technologies.

En 2013, les manuels exigeaient les partis et les candidats à « déclarer à titre de dépense électorale toute dépense liée à la conception, à la réalisation et à la distribution [...] d'un site Web pendant une élection. La totalité de ces dépenses doivent être déclarées, et pas seulement les frais de modification, aux fins de l'élection, d'un site existant¹. »

En prévision de l'élection générale de 2015, la précision suivante a été ajoutée sur la façon d'établir les coûts du contenu qui demeure en ligne : « Si le contenu accessible en ligne (comme une vidéo, un site Web ou une page Facebook) demeure en ligne pendant la période électorale, il doit être déclaré comme dépense électorale. Sinon, le parti peut enlever tout le contenu accessible en ligne avant la période électorale². »

En 2016, une autre précision a été ajoutée pour mieux harmoniser l'établissement des coûts d'un site Web existant avec l'objectif de la LEC d'assurer des règles du jeu équitables : « Élections Canada acceptera la valeur commerciale actuelle d'un site Web équivalent comme valeur commerciale d'un site Web existant³. »

Enfin, vers la fin de 2017, Élections Canada a adopté la position provisoire suivante pour les élections partielles, au moment où la rédaction de la présente note d'interprétation débutait :

Tout contenu Web préexistant qui demeure en ligne pendant une élection partielle, comme une vidéo présentant le chef d'un parti, est une dépense électorale seulement si le parti enregistré a produit ce contenu ou en a fait la promotion pour l'élection partielle. Les coûts de production et de distribution font partie des dépenses électorales. (Cette directive fait l'objet d'un examen et pourrait être modifiée dans la prochaine version du manuel.)⁴

Implications pratiques et juridiques de la prise en compte de tous les coûts

Selon le World Wide Web Consortium, il faut entendre par contenu Web l'« information et [l']expérience sensorielle à communiquer à l'utilisateur »⁵. En d'autres termes, Élections Canada considère qu'il s'agit du contenu textuel, audio, visuel et vidéo ainsi que des applications promotionnelles d'un site Web, que ce soit le site Web du parti enregistré ou l'un de ses comptes de médias sociaux. Le contenu Web se distingue du site Web, ce dernier n'étant que le code et l'infrastructure qui permettent de faire l'expérience du contenu Web. Ensemble, ils constituent la présence Web du parti.

Dans les rapports des partis présentés pour l'exercice financier 2016, au cours duquel s'est déroulée une élection partielle, la plupart des partis qui y ont soutenu un candidat n'ont déclaré aucune dépense électorale pour leur présence Web, et ce, même si leur site Web et leurs pages de médias sociaux sont

¹ *Manuel sur le financement politique des partis enregistrés et des agents principaux*, juin 2013, p. 31.

² *Ibid.*, juillet 2015, p. 38.

³ *Manuel sur le financement politique des candidats et des agents officiels*, juin 2016, p. 60.

⁴ *Manuel sur le financement politique des partis enregistrés et des agents principaux*, octobre 2017, p. 68.

⁵ « Glossaire », *Règles pour l'accessibilité des contenus Web (WCAG) 2.0*, septembre 2018.

demeurés en ligne pendant la période électorale. Un seul parti a déclaré un nombre restreint de dépenses pour son site et son contenu Web préexistants.

L'expérience a révélé les limites de la position d'Élections Canada voulant que tous les coûts soient pris en compte. Comme les plafonds des dépenses sont moins élevés pour une élection partielle⁶, si un parti ayant une présence Web établie de longue date déclarait les coûts de production et de diffusion de tout le contenu de son site Web et de ses comptes de médias sociaux, il dépasserait facilement le plafond des dépenses électorales dès la délivrance du bref, avant même d'avoir entrepris la moindre activité de campagne. Ce serait aussi le cas, mais dans une moindre mesure, lors des élections générales, où tout le contenu Web accumulé par un parti enregistré amputerait son plafond d'une somme toujours plus importante d'un cycle électoral à l'autre.

Cette position est problématique à d'autres égards. Concrètement, même si un parti enregistré peut supprimer du contenu de son site Web et de ses comptes de médias sociaux, il ne peut pas le supprimer de la mémoire cache des moteurs de recherche et des comptes de médias sociaux ou des sites sur lesquels il n'a aucun pouvoir. Par ailleurs, il n'est pas dans l'intérêt public de demander aux partis de supprimer temporairement leurs publications antérieures au moment où la surveillance des citoyens et des médias est à son comble, et c'est sans compter que les publications supprimées des médias sociaux pourraient disparaître définitivement.

Par-dessus tout, la position voulant que tous les coûts soient pris en compte, quoique facile à comprendre, pourrait donner une représentation inadéquate des dépenses engagées pour un site Web lors d'une élection donnée et ne pas cadrer avec l'objectif de la loi, qui est essentiellement d'assurer des règles du jeu équitables lors d'une élection. Il est possible qu'une partie du contenu existant n'ait pas été créée pour une élection à venir. Par exemple, un parti pourrait avoir des vidéos datant d'une élection précédente, qui montrent un ancien chef du parti, expliquent une ancienne position prise à l'égard d'un enjeu ou traitent d'un congrès du parti. Si le contenu préexistant n'a pas été créé ou utilisé pour l'élection, ses coûts de production ne constituent pas une dépense électorale aux termes de l'article 376 de la LEC.

Déterminer si du contenu Web préexistant constitue une dépense électorale

En tant qu'entité permanente, il est attendu qu'un parti utilise des biens et des services à d'autres fins qu'une élection donnée. Par conséquent, les biens et les services utilisés lors d'une élection ne le sont pas nécessairement pour favoriser le parti ou contrecarrer un autre parti participant à cette élection.

Par exemple, si un parti enregistré garde un bureau ouvert toute l'année, l'agent principal doit déterminer si les coûts du bureau constituent des dépenses électorales lors d'une élection donnée. Pour ce faire, il doit tenir compte de l'objectif de chacune des activités menées par le bureau pour déterminer si les dépenses engagées pour réaliser une activité constituent des dépenses électorales⁷. Une répartition raisonnable du loyer ou des impôts fonciers et des coûts des services publics, entre autres, doivent également être déclarées comme dépenses électorales.

Autrement dit, l'agent principal doit déterminer si certaines activités du bureau (p. ex. faire des appels téléphoniques, mettre à jour des systèmes informatiques, préparer des envois postaux) sont menées pour l'élection. Si oui, les coûts associés à ces activités doivent être déclarés comme des dépenses électorales.

⁶ Selon les plafonds estimatifs des dépenses des partis, calculés en novembre 2017, le plafond de base moyen est de 79 420 \$ par circonscription. Le plafond le plus bas est de 18 713 \$ (Nunavut), tandis que le plus élevé est de 112 797 \$ (Edmonton–Wetaskiwin).

⁷ *Manuel sur le financement politique des partis enregistrés et des agents principaux*, février 2018, p. 67.

On peut déterminer de façon semblable si les coûts du contenu préexistant du site Web et des pages de médias sociaux d'un parti constituent des dépenses électorales pour une élection donnée. Pour déterminer si du contenu est utilisé pour une élection, il faut tenir compte à la fois de l'intention du parti enregistré au moment de produire le contenu et de ses actions à l'égard de celui-ci lors de l'élection.

À l'instar de chaque activité d'un bureau permanent, chaque élément du contenu Web préexistant doit être examiné individuellement lors d'une élection. Le parti enregistré devrait se poser les questions suivantes pour chaque élément, afin de déterminer si les coûts du contenu Web préexistant qui demeure accessible lors d'une élection constituent une dépense électorale :

- Le parti a-t-il engagé une dépense pour la production du contenu aux fins de l'élection? Il faut tenir compte de l'ensemble des circonstances, y compris de toute mention de l'élection, du vote ou d'un enjeu qui présente un intérêt particulier pour l'élection, et de la proximité de la publication du contenu avec l'élection.
- Le parti a-t-il fait la promotion du contenu de quelque façon que ce soit pendant la période électorale?

Si la réponse aux **deux** questions est « non », il n'y a aucune dépense électorale à déclarer pour ce contenu.

Si la réponse à **l'une ou l'autre** des questions est « oui », les coûts de production et de diffusion du contenu constituent une dépense électorale, sauf si le parti peut démontrer, pour la deuxième question, que le contenu a de toute évidence été promu exclusivement pour une activité ou une raison autre que l'élection, comme un congrès à la direction ou un congrès d'orientation.

Enfin, si le contenu Web préexistant n'a pas été produit pour l'élection et a été hébergé sur le site Web ou les pages de médias sociaux du parti sans être promu pendant la période électorale, ce contenu n'a pas servi à favoriser ou à contrecarrer un parti participant à l'élection, et ses coûts de production et de diffusion ne constituent donc pas une dépense électorale.

Application du critère

Signification du verbe « promouvoir »

Pour répondre à la deuxième question posée ci-dessus, un parti doit disposer d'une définition claire du verbe « promouvoir » dans ce contexte. Le verbe « promouvoir » signifie ordinairement « mettre quelque chose en avant, préconiser quelque chose en essayant de le faire adopter, d'en favoriser le développement » ou « essayer d'accroître la vente d'un produit par divers moyens commerciaux et publicitaires »⁸.

Selon ces définitions, la promotion est semblable à la publicité, mais son sens est plus large parce qu'elle n'entraîne pas nécessairement des frais de placement et ne requiert pas une diffusion auprès du public⁹. Le paragraphe 376(3) de la LEC fait aussi une distinction entre le matériel publicitaire et le matériel promotionnel.

⁸ Définitions du verbe « promouvoir » tirées du dictionnaire [Larousse](#) en ligne, consulté en mai 2018.

⁹ Élections Canada a examiné la définition de « publicité » dans la note d'interprétation n° 2015-11, *Application des règles sur la publicité électorale aux appels téléphoniques*.

Selon cette analyse, la promotion peut être considérée comme le fait de diffuser du contenu ou d'attirer l'attention sur celui-ci par quelque moyen que ce soit, comme par :

- de la publicité;
- des courriels de masse;
- des publications dans les médias sociaux;
- une rediffusion du contenu;
- de la promotion concertée faite par une autre entité, une autre personne ou un autre groupe.

Il est entendu que :

- Si un parti dirige les utilisateurs vers la page d'accueil de son site Web ou de ses comptes de médias sociaux (p. ex. « Visitez-nous en ligne à [parti.ca](#) ou à [facebook.com/parti](#) »), seul le contenu de la page produit pour l'élection constitue une dépense électorale.
- En revanche, si le parti dirige les utilisateurs vers une page de son site Web ou la page d'accueil d'un compte de média social sur laquelle on trouve uniquement des vidéos (p. ex. « Visitez-nous en ligne à [parti.ca/vidéos](#) ou à [youtube.com/parti](#) »), toutes les vidéos qui se trouvent sur la page vers laquelle pointe le lien constituent des dépenses électorales. En fournissant un tel lien vers ses vidéos, le parti en fait activement la promotion pour l'élection. Les pages de vidéos méritent ce traitement spécial, en raison des coûts généralement élevés de production du contenu et de l'importance de pouvoir appliquer efficacement les règles.
- Pour limiter le nombre de vidéos qui compteront comme les dépenses électorales, le parti pourrait créer une page distincte pour les vidéos qu'il a l'intention de promouvoir (p. ex. en créant une liste de lecture dans YouTube ou en créant une page [parti.ca/videoselection](#) sur son site Web), puis diriger les utilisateurs vers cette page.
- Les icônes de médias sociaux qui figurent dans une communication (p. ex. à la fin d'un courriel) ne sont pas considérées comme un moyen de promotion, même si elles contiennent un lien vers la page d'accueil du compte.
- Une promotion concertée comprend une entente ou toute autre forme de concertation – écrite ou autre, expresse ou tacite – en vertu de laquelle une autre entité, une autre personne ou un autre groupe promeut du contenu Web préexistant d'un parti (p. ex. en acceptant de diffuser des liens vers ce contenu), qui n'est pas promu autrement par le parti.

Il importe de noter que, contrairement à la publicité électorale, les frais de placement ne sont pas requis pour déterminer s'il y a promotion ou non.

Exception pour le contenu sans lien avec une élection

En règle générale, si du nouveau contenu est ajouté ou que du contenu Web préexistant est promu pendant une élection, le contenu est réputé avoir servi pour l'élection. Toutefois, il est possible que du contenu soit ajouté ou promu indépendamment de l'élection et qu'il ne constitue pas une dépense électorale au sens de l'article 376 de la LEC.

Pour que cette exception s'applique, le parti doit être en mesure de démontrer que le contenu a de toute évidence été ajouté ou promu exclusivement pour une activité ou une raison autre que l'élection. Par exemple, cette exception pourrait s'appliquer si le parti affiche une offre d'emploi qui ne concerne pas expressément l'élection.

Calcul des dépenses associées au contenu Web et aux sites Web préexistants

À des fins de déclaration, les partis enregistrés voudront peut-être classer les coûts associés à leur contenu Web et à leur site Web préexistants en deux grandes catégories : conception, hébergement et entretien du site Web, ainsi que production et diffusion de contenu sur le site Web et les pages de médias sociaux.

Conception, hébergement et entretien d'un site Web

Si le site Web préexistant d'un parti enregistré demeure en ligne au cours d'une élection générale ou partielle à laquelle le parti soutient un candidat, le parti doit déclarer une dépense électorale pour son site Web.

Pour une élection générale, le montant de la dépense électorale correspond à la somme de ce qui suit :

- la valeur commerciale de la conception d'un site Web équivalent (ou le montant des dépenses réelles engagées pour produire le site Web, selon le montant le plus bas);
- les coûts d'hébergement et d'entretien du site Web, calculés au prorata de la durée de la période électorale.

Pour une élection partielle, le montant de la dépense électorale correspond à la somme de ce qui suit :

- la valeur commerciale de la conception de pages équivalentes à celles où l'on trouve du contenu pour l'élection partielle (ou le montant des dépenses réelles engagées pour produire ces pages, selon le montant le plus bas);
- les coûts d'hébergement et d'entretien de ces pages, calculés au prorata de la durée de la période électorale.

Les frais de l'arrière-plan des pages de contributions et des boutiques en ligne en sont exclus conformément à l'article 376 de la LEC, car les dépenses engagées pour une activité de financement à des fins autres que la promotion ne constituent pas des dépenses électorales. Par conséquent, les frais de programmation Web et les frais de traitement des paiements pour ces pages ne font pas partie des dépenses électorales.

Production et diffusion de contenu

Les coûts de production et de diffusion de chaque élément du contenu Web préexistant doivent être inclus dans les dépenses électorales si le contenu répond au critère expliqué précédemment.

Le contenu Web inclut le contenu textuel, audio, visuel et vidéo ainsi que les applications promotionnelles. La présente note met l'accent sur le calcul des dépenses associées aux vidéos, car celles-ci peuvent représenter une plus grande part du plafond des dépenses électorales.

Pour ce qui est de la production, le coût total de la création et du montage de la vidéo complète doit être déclaré, même si certains segments sont repris de vidéos précédentes. Si un segment revient dans plusieurs vidéos utilisées lors de la même élection, le coût de production de ce segment ne compte qu'une seule fois. Si une séquence a été obtenue gratuitement et est aussi offerte gratuitement à tous les autres partis enregistrés, il ne faut pas en tenir compte dans le calcul.

Si le contenu a été produit en tout ou en partie par des bénévoles, seules les dépenses réelles engagées par le parti constituent une dépense électorale, par exemple, la location d'équipement, le travail rémunéré ou tout autre matériel.

Pour ce qui est de la diffusion, le coût de publication du contenu sur un site Web sera généralement compris dans les frais généraux d'hébergement et d'entretien. Si d'autres moyens de diffusion sont utilisés, comme l'envoi de courriels de masse par un fournisseur de services, les coûts de diffusion du contenu doivent être inclus dans la dépense électorale.

Applications pratiques

Cette section explique, à l'aide d'exemples, comment l'interprétation s'applique à du contenu et à des sites Web préexistants lors d'une élection générale ou partielle.

Conception, hébergement et entretien d'un site Web préexistant

Élection générale

Un parti enregistré laisse son site Web en ligne lors d'une élection générale. Les coûts de conception, d'hébergement et d'entretien du site Web doivent être déclarés en tant que dépenses électorales. L'agent principal calcule le montant de la dépense en trois étapes :

- comme le parti a payé la production du site Web il y a plusieurs années, l'agent principal détermine la valeur commerciale de la conception d'un site Web équivalent et en fait le montant de base du calcul de la dépense électorale;
- il en soustrait les frais de l'arrière-plan des pages de contributions et de la boutique en ligne;
- il y additionne les coûts d'hébergement et d'entretien du site Web, calculés au prorata de la durée de la période électorale.

L'agent principal calcule séparément la dépense électorale occasionnée par le contenu préexistant du site Web et des pages de médias sociaux du parti.

Élection partielle

Un parti enregistré laisse son site Web en ligne lors d'une élection partielle à laquelle il soutient un candidat. Une partie des coûts de conception, d'hébergement et d'entretien du site Web doivent être déclarés en tant que dépenses électorales. L'agent principal calcule le montant de la dépense en trois étapes :

- comme le parti a payé la production du site Web il y a plusieurs années, il détermine la valeur commerciale de la conception de pages Web équivalentes à celles où l'on trouve du contenu ajouté ou promu pour l'élection partielle;
- il en soustrait les frais de l'arrière-plan des pages de contributions et de la boutique en ligne;
- il y additionne les coûts d'hébergement et d'entretien des pages Web où l'on trouve du contenu lié à l'élection partielle, calculés au prorata de la durée de la période électorale.

L'agent principal calcule séparément la dépense électorale occasionnée par le contenu préexistant du site Web et des pages de médias sociaux du parti.

Contenu Web préexistant : vidéos

Élection générale

À la fin d'une élection générale, un parti enregistré compte 200 vidéos sur son site Web et ses comptes de médias sociaux, dont 180 ont été mises en ligne avant la période électorale. L'agente principale doit déterminer lesquelles de ces vidéos préexistantes constituent des dépenses électorales.

Tout d'abord, elle détermine lesquelles des 180 vidéos ont été promues pendant l'élection. Le parti a partagé des liens vers des vidéos préexistantes de diverses façons :

- il a fourni des liens vers sa liste de lecture YouTube pour l'élection dans des courriels et dans des messages publiés sur les médias sociaux – la liste de lecture comptait 10 vidéos préexistantes;
- il a intégré 5 autres vidéos préexistantes à des publications Facebook et Twitter;
- il a publié sur Twitter des liens vers 6 autres vidéos préexistantes sur son site Web;
- il a ajouté des icônes de médias sociaux au bas de ses communications électroniques, ce qui n'est pas considéré comme de la promotion de contenu Web préexistant.

Ainsi, 21 des 180 vidéos préexistantes ont été promues lors de l'élection et constituent probablement des dépenses électorales. L'agente principale n'exclut aucune vidéo qui aurait de toute évidence été promue exclusivement pour une activité ou une raison autre que l'élection.

Ensuite, en analysant l'ensemble des circonstances, l'agente principale détermine lesquelles des 159 autres vidéos préexistantes ont été produites pour l'élection :

- Parmi les 159 vidéos, 40 ont été mises en ligne dans les 12 mois précédant l'élection générale, au moment où le parti a commencé à intensifier ses activités pour l'élection.
- Après avoir regardé ces 40 vidéos, l'agente principale constate que 30 d'entre elles n'ont pas été produites pour l'élection (il s'agit de discours prononcés lors d'une course à la direction, de messages du temps des Fêtes qui datent de l'année dernière, etc.).
- L'agente principale établit que les 10 autres vidéos constituent des dépenses électorales, parce qu'elles parlent du vote à la prochaine élection ou que ce sont des vidéos d'orientation mises en ligne peu de temps avant l'élection.

Par conséquent, l'agente principale déclare les coûts de production et de diffusion de 31 vidéos préexistantes en tant que dépenses électorales.

Élection partielle

À la fin d'une élection partielle, un parti enregistré compte 200 vidéos sur son site Web et ses comptes de médias sociaux, dont 190 ont été mises en ligne avant la période électorale. L'agente principale doit déterminer lesquelles de ces vidéos préexistantes constituent des dépenses électorales.

Tout d'abord, elle détermine lesquelles des 190 vidéos ont été promues pendant l'élection partielle. Le parti a partagé des liens vers des vidéos préexistantes de diverses façons :

- il a envoyé à tous ses partisans un courriel comprenant un lien vers deux vidéos préexistantes;
- il a intégré 3 autres vidéos préexistantes à des publications Facebook et Twitter;
- il a ajouté des icônes de médias sociaux au bas de ses communications électroniques, ce qui n'est pas considéré comme de la promotion de contenu Web préexistant.

Ainsi, 5 des 190 vidéos préexistantes ont été promues lors de l'élection partielle et pourraient constituer des dépenses électorales. L'agente principale exclut trois vidéos, qui ont été promues exclusivement pour des activités ou des raisons autres que l'élection partielle, comme un congrès à la direction et une campagne de publicité nationale prévue deux mois avant le déclenchement de l'élection partielle. Ainsi, seulement deux vidéos sont des dépenses électorales.

Ensuite, en analysant l'ensemble des circonstances, l'agente principale détermine lesquelles des 185 autres vidéos préexistantes ont été produites pour l'élection :

- Parmi les 185 vidéos, 6 ont été mises en ligne au cours du mois précédant l'élection partielle, au moment où le parti a commencé à intensifier ses activités pour l'élection.
- Après avoir regardé ces 6 vidéos, l'agente principale constate qu'aucune d'entre elles n'a été produite pour l'élection – ce sont des déclarations de principes sans intérêt particulier pour la circonscription dans laquelle se tient l'élection partielle, des vidéos d'une série récurrente qui ne traitent ni des élections partielles ni du vote, des messages du temps des Fêtes, etc.

Par conséquent, l'agente principale déclare les coûts de production et de diffusion de 2 vidéos préexistantes en tant que dépenses électorales.