



*BROADCASTING
GUIDELINES*

*45th FEDERAL GENERAL
ELECTION
APRIL 28, 2025*

ISSUED MARCH 24, 2025

*LIGNES DIRECTRICES
EN MATIÈRE DE
RADIODIFFUSION*

*45^e ÉLECTION GÉNÉRALE
FÉDÉRALE
LE 28 AVRIL 2025*

ÉMISES LE 24 MARS 2025

THE BROADCASTING ARBITRATOR



L'ARBITRE EN MATIÈRE DE RADIODIFFUSION

99 Bank Street
Suite 1420
Ottawa, Ontario
K1P 1H4

Tel: 613-783-9698
email monica.song@dentons.com

Ottawa, March 24, 2025

99, rue Bank
Bureau 1420
Ottawa (Ontario)
K1P 1H4

Tél : 613-783-9698
Courriel : monica.song@dentons.com

Ottawa, le 24 mars 2025

INTRODUCTION

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

2. These guidelines are intended to clarify the responsibilities of broadcasters in allocating time to federal political parties for partisan political broadcasts in the period beginning with the issue of the writs on March 23, 2025 and ending at midnight on the day before polling day, April 28, 2025, namely March 23, 2025 to midnight of April 27, 2025.

3. A copy of these guidelines can be found on the Elections Canada Web site at www.elections.ca.

4. These guidelines deal only in passing with broadcasting time made available to candidates and with other kinds of political broadcasting. Those matters generally fall within the authority of the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), as are questions about the political broadcasting requirements of the *Broadcasting Act* and regulations. A copy of the CRTC guidelines regarding the federal election can be found on the CRTC's Web site at www.crtc.gc.ca.

INTRODUCTION

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

2. 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 la période commençant à la délivrance du bref le 23 mars 2025 et se terminant à minuit la veille du jour du scrutin, le 28 avril 2025, à savoir du 23 mars 2025 à minuit le 27 avril 2025.

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

4. Ces lignes directrices n'abordent que sommairement le temps d'émission mis à la disposition des candidats et la radiodiffusion d'autres types de messages politiques. Ces questions relèvent généralement du Conseil de radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), de même que les questions renvoyant aux exigences de la *Loi sur la radiodiffusion* et de ses règlements en matière d'émissions politiques. On peut trouver un exemplaire des lignes directrices du CRTC

5. The Broadcasting Arbitrator is Ms. Y. Monica Song. She can be reached by telephone at the numbers listed above or by e-mail at monica.song@dentons.com.

PART 1

Allocation of and Entitlement to Broadcasting Time

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

6. Sections 335, 339 and 343 of the *Canada Elections Act*, taken in combination, require that each broadcaster must make available, for purchase by registered and new political parties, 390 minutes of broadcasting time, during prime time, in an election period.

7. The period within which political parties have a right to purchase such time ends at midnight on Sunday, April 27, 2025. If the broadcaster is affiliated with a network, the 390-minute obligation is shared in accordance with the agreement between the broadcaster and its network.

Question 2. Does this obligation apply to discretionary programming services as well as to radio and television stations?

8. This obligation applies not only to AM and FM radio stations and to television stations, but also to discretionary television services licensed by the CRTC and carried by cable, satellite and IPTV systems.

9. Prior to September 1, 2017, the obligation did not apply to pay television services, but on that day, the CRTC lifted the prohibition against

concernant l'élection fédérale sur son site Web, à www.crtc.gc.ca.

5. L'arbitre en matière de radiodiffusion est Mme Y. Monica Song. On peut la joindre au numéro ci-dessus par téléphone ou par courriel à monica.song@dentons.com.

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?

6. 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, pour achat, 390 minutes de temps d'émission, aux heures de grande écoute, pour la période de l'élection.

7. La période au cours de laquelle les partis ont le droit d'acheter du temps d'émission se termine le dimanche, le 27 avril 2025, à minuit. Si le radiodiffuseur est affilié à un réseau, l'obligation relative aux 390 minutes est partagée par entente entre les intéressés.

Question 2. Cette obligation s'applique-t-elle aux services d'émissions facultatives ainsi qu'aux stations de radio et de télévision?

8. L'obligation s'applique non seulement aux stations de radio AM et FM et aux stations de télévision, mais aussi aux services de télévision facultative autorisés par une licence du CRTC et reliés par câble, par satellite ou par système de télévision sur protocole Internet.

9. Préalablement au 1^{er} septembre 2017, l'obligation ne s'appliquait pas aux services de télévision payante mais, lors de cette journée, le CRTC a levé l'interdiction visant les publicités

commercial advertising that had previously applied to those services.

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

10. No. The term “broadcaster” is defined in the *Canada Elections Act* to mean “a person who is licensed by the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (the “CRTC”) under the *Broadcasting Act* to carry on a programming undertaking.”

11. Pursuant to amendments to the *Broadcasting Act* that came into force on April 27, 2023, undertakings for the transmission or retransmission of programs over the Internet for reception by the public by means of broadcasting receiving apparatus (“online undertakings”) must, subject to certain exemption thresholds, register with the Commission but do not require a licence to carry on a broadcasting undertaking in Canada.

12. Online undertakings are not obliged to make time available for purchase by political parties, although they are free to do so.

Question 4. *Does this obligation apply to the community channels offered by cable television systems?*

13. No. The obligation applies only to programming undertakings, not to distribution undertakings, which include cable television systems.

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

14. “Prime time” is defined in section 319 of the *Canada Elections Act* as:

Radio: 6:00 a.m. to 9:00 a.m.

commerciales qui s’appliquait auparavant à ces services.

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

10. Non. Aux termes de la *Loi électorale du Canada*, un « radiodiffuseur » est le « titulaire d’une licence, attribuée par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (the « CRTC ») sous le régime de la *Loi sur la radiodiffusion*, l’autorisant à exploiter une entreprise de programmation ».

11. En vertu des modifications à la *Loi sur la radiodiffusion* entrées en vigueur le 27 avril 2023, les entreprises de transmission ou de retransmission d’émissions par Internet destinées à être reçues par le public à l’aide d’un récepteur (« entreprises en ligne ») ont l’obligation, sous réserve de certains seuils d’exemption, de s’inscrire auprès du CRTC mais ont le droit d’exploiter une entreprise de radiodiffusion sans devoir obtenir une licence délivrée par le CRTC.

12. Les entreprises en ligne ne sont donc pas tenues de vendre du temps d’antenne aux partis politiques. Elles sont toutefois libres de le faire.

Question 4. *Cette obligation s’applique-t-elle aux canaux communautaires dont le signal est transmis par câblodistribution?*

13. Non. L’obligation ne s’applique qu’aux entreprises de programmation, par opposition aux entreprises de distribution, dont les câblodistributeur.

Question 5. *Quelle est la définition d’« heures de grande écoute » au sens de la Loi électorale du Canada?*

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

Radio : de 6 h à 9 h

Noon to 2:00 p.m.
4:00 p.m. to 7:00 p.m.

de 12 h à 14 h
de 16 h à 19 h

Television: 6:00 p.m. to midnight

Télévision : de 18 h à minuit

Question 6. *What rules apply to a broadcaster that serves more than one time zone?*

15. Almost all of the discretionary 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 local time in the easternmost locality served to local time in the westernmost locality served. As an example, for television services that serve more than one time zone, prime time should be interpreted as extending from 6:00 p.m. (local time) in the easternmost locality served to midnight (local time) in the westernmost locality served.

Question 7. *How are the 390 minutes to be allocated among the parties?*

16. By virtue of the order issued by the Broadcasting Arbitrator on March 14, 2025, the 390 minutes to be made available by each broadcaster that is subject thereto have been allocated as follows:

Question 6. *Quelles sont les directives auxquelles doit se conformer le radiodiffuseur qui émet sur plusieurs fuseaux horaires?*

15. Presque tous les services de télévision facultative 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 l'heure locale de la localité située le plus à l'est, à l'heure locale de la localité située le plus à l'ouest. À titre d'exemple, en ce qui concerne les services de télévision qui émettent sur plusieurs fuseaux horaires, les heures de grande écoute doivent être interprétées comme la période allant de 18h, heure locale de la localité située le plus à l'est, à minuit, heure locale de la localité située le plus à l'ouest.

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

16. En vertu de l'ordonnance publiée par l'arbitre en matière de radiodiffusion le 14 mars 2025, les 390 minutes à libérer pour chaque radiodiffuseur ont été attribuées comme suit :

Table 1. Current Allocation of Paid Broadcasting Time by the Broadcasting Arbitrator / Répartition actuelle du temps d'émission par l'arbitre en matière de radiodiffusion

Political Party	Number of Minutes: Seconds / Nombre de minutes et de secondes	Parti politique
1. Liberal Party of Canada	83:00	1. Parti libéral du Canada
2. Conservative Party of Canada	74:00	2. Parti conservateur du Canada
3. New Democratic Party	39:00	3. Nouveau Parti démocratique
4. Bloc Québécois	27:30	4. Bloc Québécois
5. Green Party of Canada	19:30	5. Le Parti Vert du Canada
6. People's Party of Canada	22:00	6. Parti populaire du Canada
7. Christian Heritage Party of Canada	13:00	7. Parti de l'Héritage Chrétien du Canada
8. Parti Rhinocéros Party	13:00	8. Parti Rhinocéros Party
9. Libertarian Party of Canada	12:30	9. Parti Libertarien du Canada
10. Animal Protection Party of Canada	12:30	10. Parti pour la Protection des Animaux du Canada
11. Marxist-Leninist Party of Canada	13:00	11. Parti Marxiste-Léniniste du Canada
12. Communist Party of Canada	13:00	12. Parti communiste du Canada
13. Marijuana Party	12:00	13. Parti Marijuana
14. Centrist Party of Canada	12:00	14. Parti Centriste du Canada
15. United Party of Canada	12:00	15. Parti Uni du Canada
16. Canadian Future Party	12:00	16. Parti Avenir Canadien
Total	390:00	Total

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

17. Yes. If any of the parties listed above fails to nominate at least one candidate by the close of nominations on April 7, 2025, their paid time allocation lapses and will not be reallocated. Similarly, if all of the party's candidates fail to be confirmed and do not appear on the list of confirmed candidates published on April 9, 2025, their time

Question 8. *Un parti peut-il perdre sa part de temps d'émission?*

17. Oui. Si un parti sur la liste ci-dessus n'a pas désigné de candidats à la clôture des candidatures le 7 avril 2025, le temps d'émission payant qui lui revient se trouve annulé et n'est pas redistribué. De même, si la candidature des candidats d'un parti n'est pas confirmée et qu'aucun candidat du parti ne figure pas sur la liste des candidats confirmés publiée le 9 avril 2025, le temps

allocation lapses on that date and will not be reallocated.

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

18. Yes. By virtue of paragraph 348(a) of the *Canada Elections Act*, the rates a broadcaster may charge a political party, a candidate or any person acting on their behalf must not exceed the lowest rates charged for equal amounts of equivalent time made available to any other persons at any time within the same advertising period.

Question 10. *What happens if a party wants to buy time in a particular program, but the broadcaster says that it is already sold out in that time period?*

19. 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 in priority.

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

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

- (a) time over and above a party's entitlement;
- (b) time to a party in the first week of the election before the end of the five-day notice period that applies to the purchase of allocated time (see Question 19);

alloué au parti sera frappé de caducité à cette date et ne sera pas redistribué.

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

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

Question 10. *Qu'arrive-t-il si un parti désire acheter du temps pour une émission donnée alors que le radiodiffuseur a déjà tout vendu le temps disponible pendant cette émission?*

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

Question 11. *Qu'arrive-t-il si un parti politique désire acheter du temps d'une station ou d'un réseau en plus du créneau attribué, tel qu'indiqué ci-dessus?*

20. 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:

- (a) du temps additionnel à un parti, en sus de l'allocation qui lui a été impartie;
- (b) du temps à un parti durant la première semaine de l'élection, avant la fin de la période de préavis de cinq jours qui

(c) time to a party outside prime time (see Question 5).

21. In each of these cases, the time falls outside the paid broadcasting time entitlement pursuant to the *Canada Elections Act*, 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 12. *Can a broadcaster sell extra time to one party but refuse to sell it to another?*

22. No. In the situations listed in paragraph 20 above, it is at the discretion of the broadcaster whether to sell such time to a party. However, it cannot sell extra time to one party and refuse to sell it to other parties, if asked. In this case, the requirement in the broadcasting regulations that broadcasters allocate time to the parties "on an equitable basis" applies, and a broadcaster cannot discriminate in favour of one party over another.

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

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

s'applique à l'achat du temps attribué (voir la question 19);

(c) du temps à un parti en dehors des heures de grande écoute (voir la question 5).

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

Question 12. *Un radiodiffuseur peut-il vendre du temps additionnel à un parti mais refuser d'en faire autant pour un autre parti?*

22. Non. Dans les situations mentionnées ci-dessus au paragraphe 20, le radiodiffuseur a le choix de vendre du temps additionnel à un parti. Cependant, il ne peut pas vendre du temps additionnel à un parti et refuser d'en vendre à un autre parti qui lui en fait la demande. Dans ce cas, les règlements de la radiodiffusion exigent que les radiodiffuseurs accordent du temps d'émission aux partis de façon « équitable », et un radiodiffuseur ne peut pas favoriser un parti au détriment d'un autre.

Question 13. *La répartition précisée ci-dessus s'applique-t-elle à des candidats à titre individuel ou à des groupes de candidats?*

23. Non. Les 390 minutes attribuées en vertu de la *Loi électorale du Canada* ne s'appliquent qu'aux partis politiques. Le temps d'émission acheté par un candidat à des fins personnelles n'est pas régi par les parties 1, 2 et 3 des présentes lignes

directrices et n'est pas compté dans le créneau attribué.

Question 14. *Can a political party purchase time on an American radio or television station?*

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

Question 14. *Un parti politique peut-il acheter du temps d'émission à une station de radio ou de télévision américaine?*

24. Non. L'article 330 de la *Loi électorale du Canada* interdit la diffusion d'annonces politiques par l'entremise de stations de radiodiffusion à l'étranger.

PART 2

Procedure for Booking Broadcasting Time

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

25. The allocated broadcasting time may only be purchased by the parties listed in Table 2 below, and only through their chief agent or other persons whom they have designated and whose names they have given to Elections Canada.

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

26. The parties' chief agents, or their authorized agents for the purchase of broadcasting time, as given to Elections Canada, are listed in Table 2 below:

PARTIE 2

Procédure de réservation de temps d'émission

Question 15. *Quelles sont les personnes autorisées à acheter du temps d'émission pour les partis politiques?*

25. Le temps d'émission pour les partis politiques ne peut être acheté que par les partis figurant dans la liste présentée ci-dessous, par l'intermédiaire uniquement de leur agent principal ou des autres personnes qu'ils ont désignés et dont le nom a été communiqué à Élections Canada.

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

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

**Table 2. Authorized Agents for Booking of Broadcasting Time /
Agents autorisés pour la réservation du temps d'émission**

PARTY <i>PARTI</i>	CONTACT	ADDRESS <i>ADRESSE</i>	PHONE <i>TÉLÉPHONE</i>	EMAIL <i>COURRIEL</i>
1. Animal Protection Party of Canada <i>Parti pour la Protection des Animaux du Canada</i>	Ugis Zvilna, Clear Media Group Inc.			
2. Bloc Québécois	Josée Beaudin Lucas Medernach			
3. Canadian Future Party <i>Parti Avenir Canadien</i>	Julia Smith (Executive Director)			
4. Centrist Party of Canada <i>Parti Centriste du Canada</i>	Khalid Qureshi Khalid M. Rao			
5. Christian Heritage Party of Canada <i>Parti de l'Héritage Chrétien du Canada</i>	Vicki Gunn Stephen Plamondon			

PARTY PARTI	CONTACT	ADDRESS ADRESSE	PHONE TÉLÉPHONE	EMAIL COURRIEL
6. Communist Party of Canada/ <i>Parti communiste du Canada</i>	Drew Garvie			
7. Conservative Party of Canada/ <i>Parti conservateur du Canada</i>	Max Robert Ryan Guptill			
8. Green Party of Canada <i>Le Parti Vert du Canada</i>	Audrey-Ann Turcot- Brochu, Directrice des communications			
9. Liberal Party of Canada <i>Parti libéral du Canada</i>	Kate Guest, m5 Jane Harrington, m5			
10. Libertarian Party of Canada <i>Parti Libertarien du Canada</i>	Jacques Y Boudreau			
11. Marijuana Party <i>Parti Marijuana</i>	Danny Légaré			
12. Marxist-Leninist Party of Canada <i>Parti Marxiste-Léniniste du Canada</i>	Manuel Couto			
13. New Democratic Party <i>Nouveau Parti démocratique</i>	Jesse Streaan Calvert			

PARTY PARTI	CONTACT	ADDRESS ADRESSE	PHONE TÉLÉPHONE	EMAIL COURRIEL
14. People's Party of Canada <i>Parti populaire du Canada</i>	Nathan McMillan, directeur general Christian Roy, agent official			
15. Parti Rhinocéros Party	Donovan Eckstrom Sébastien CoRhino			
16. United Party of Canada <i>Parti Uni du Canada</i>	Kim Driedger Grant Abraham Violet Stockton			

Question 17. *What is the deadline for the political parties to give notice to broadcasters of their purchase preferences?*

27. No later than ten days after the issuance of the writs, *i.e.* no later than April 2, 2025, and subject to the five-day rule described in the response to Question 19, each political party must submit a notice in writing to each broadcaster and each network from which it intends to purchase time. The notice sets out the proportion of commercial time and program time the party prefers as well as the days and hours when that time, so proportioned, is to be made available.

Question 18. *What is meant by “commercial time” and “program time”?*

28. Subsection 344(1) of the *Canada Elections Act* defines “commercial time” as periods of two minutes or less during which a broadcaster normally presents commercial messages, public service announcements, or station or network identification. The same subsection defines “program time” as periods longer than two minutes during which the above types of messages are not normally presented.

29. The distinction between commercial time and program time arose in the past because the CRTC considered political messages of two minutes or less to count as commercials for the purpose of its limitation of commercial time on radio and television stations. Messages longer than two minutes did not count as commercials.

Question 17. *Quels sont les délais dont disposent les partis politiques pour aviser les radiodiffuseurs de leurs préférences d’achat?*

27. Les partis disposent de dix jours, au maximum, après la délivrance des brevets d’élection, soit jusqu’au 2 avril 2025, et sous réserve de la règle des cinq jours exposée en réponse à la question 19, pour présenter un avis écrit à chacun des radiodiffuseurs et à chacun des réseaux à qui ils souhaitent acheter du temps d’émission, en indiquant leurs préférences à l’égard de la proportion de temps commercial et de durée d’émission à obtenir ainsi que les jours et les heures pendant lesquels le temps ainsi accordé doit être rendu disponible.

Question 18. *Qu’entend-on par « temps commercial » et « durée de l’émission »?*

28. Le paragraphe 344(1) de la *Loi électorale du Canada* définit le « temps commercial » comme les périodes de deux minutes ou moins, pendant lesquelles les radiodiffuseurs présentent ordinairement des annonces publicitaires, des messages d’intérêt public ou des indicatifs de réseau ou de station. Le même paragraphe définit la « durée de l’émission » comme les périodes d’une durée de plus de deux minutes pendant lesquelles les radiodiffuseurs ne présentent pas normalement d’annonces de ce genre.

29. 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.

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

31. However, subsection 344(2) of the *Canada Elections Act* still requires that the notice sent to each broadcaster and each network set out the proportion of commercial time and program time the party prefers.

Question 19. *What is the five-day rule, and how does it apply?*

32. Under subsection 344(2) of the *Canada Elections Act*, a party cannot obtain the broadcasting time that is allocated to it “before the fifth day after the notice is received by the broadcaster or network operator.” This means that if a party wants to purchase broadcast time for March 28, 2025, 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 March 23, 2025, the date on which the writs were issued.

33. 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 April 7, 2025, 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.

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

31. Cependant, le paragraphe 344(2) de la *Loi électorale du Canada* prévoit toujours que l’avis écrit envoyé à chacun des radiodiffuseurs et à chacun des réseaux indique la préférence du parti à l’égard de la proportion de temps commercial et de la durée des émissions.

Question 19. *Qu’est-ce que la règle des cinq jours et comment s’applique-t-elle?*

32. 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 28 mars 2025, 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 23 mars 2025, le jour de la délivrance des brefs.

33. Il s’ensuit que même si un parti envoie son avis dans les dix jours suivant la délivrance des brefs, conformément au paragraphe 344(2), il perdra son droit d’acheter du temps d’émission pendant la période se terminant le 7 avril 2025, à moins que son avis ne soit reçu par le radiodiffuseur au moins cinq jours avant les dates de diffusion voulues pendant cette période.

34. These notice provisions apply only to the party's *entitlement* to allocated time. A party can always buy time without regard to these notice periods (*e.g.* before the end of the five-day notice period) *if the broadcaster agrees*, as discussed above in Question 11. However, the sale of such broadcasting time cannot be compelled.

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

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

36. The *Canada Elections Act* does not preclude a party from sending two or more notices. For example, a party might proceed as follows:

- (a) the party could send a first notice to be received on March 25, 2025, *i.e.* within two days of the date the writs were issued, seeking to purchase time in the period from March 30 to April 6, 2025; the notice would fully comply with the five-day rule for this period;
- (b) the party could then send a second notice in which it indicated its time preferences for the period from April 7 to April 27, 2025. As long as that second notice was sent on or before April 2, 2025, and received by the broadcasters no later than five days before the date of the

34. Ces dispositions relatives aux préavis s'appliquent uniquement à l'allocation de temps d'émission qui lui revient de *droit*. Un parti est toujours libre d'acheter du temps sans tenir compte des périodes de préavis (avant la fin de la période de préavis de cinq jours, par exemple) *si le radiodiffuseur y consent*, comme l'explique la réponse à la question 11. Toutefois, la vente d'un tel temps d'émission n'est en rien obligatoire.

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

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

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

- (a) envoyer aux radiodiffuseurs un premier avis de sorte qu'ils le reçoivent au plus tard le 25 mars 2025, c'est-à-dire dans les deux jours suivant la date de délivrance des brefs, pour acheter du temps d'émission entre le 30 mars et le 6 avril 2025. L'avis serait tout à fait conforme aux exigences de la règle des cinq jours pour cette période;
- (b) envoyer ensuite un deuxième avis, dans lequel ses préférences sont indiquées pour la période du 7 avril 27 avril 2025. Du moment que cet avis est envoyé au plus tard le 2 avril 2025, et qu'il est reçu par le radiodiffuseur au plus tard cinq jours avant la date à laquelle le parti aimerait diffuser

contemplated broadcast, the party would comply with the Act.

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

37. Every broadcaster or network operator must, within two (2) days of receiving such a notice, consult with representatives of that party to reach an agreement on its requests. As noted earlier, to satisfy the needs of political parties, the broadcaster may have to pre-empt other advertisers.

38. 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 network if the network cannot fully accommodate its requirements.

Question 22. *What happens if there is no agreement?*

39. If no agreement can be reached within two days, the matter is referred to the Broadcasting Arbitrator, who must decide on the requests immediately and notify all the parties involved. By virtue of subsection 344(6) of the *Canada Elections Act*, the decision of the Broadcasting Arbitrator is final and binding on the party and the broadcaster or the network operator.

son message, les dispositions de la Loi seraient respectées.

Question 21. *Que doit faire le radiodiffuseur lorsqu'il reçoit un avis indiquant les préférences de temps du parti politique?*

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

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

Question 22. *Qu'arrive-t-il si les deux parties ne parviennent pas à s'entendre?*

39. Si les parties ne parviennent pas à une entente dans les deux jours, la question est portée à l'attention de l'arbitre en matière de radiodiffusion, qui doit immédiatement rendre une décision sur les demandes présentées et notifier les parties intéressées. En vertu du paragraphe 344(6) de la Loi, la décision de l'arbitre en matière de radiodiffusion est finale et exécutoire pour le parti politique et le radiodiffuseur ou l'exploitant de réseau.

Question 23. *What does the Broadcasting Arbitrator take into consideration when making her decision?*

40. In making her decision, the Broadcasting Arbitrator must take into account the following principles set out in subsection 344(5) of the *Canada Elections Act*:

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

Question 24. *How is the time actually booked?*

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

Question 23. *De quoi l'arbitre en matière de radiodiffusion tient-elle compte pour prendre sa décision?*

40. 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 24. *Comment le temps est-il réservé?*

41. 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 impliqué, 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.

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

Question 25. How long should broadcasters hold time open for booking?

43. Broadcasters and network and station operators should hold available time periods open for booking by the political parties up to April 22, 2025. After this date, they may substitute other equivalent broadcasting periods for those originally established.

PART 3 Network Free Time

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

44. Yes. Pursuant to section 345 of the *Canada Elections Act*, every network operator is required to make available free broadcasting time in the period beginning on the issue of the writs for a general election and ending at midnight on the day before polling day to registered parties and eligible parties.

45. This obligation applies only to certain networks, not to all broadcasters. This is in addition to the allocation of paid time, which is addressed in Part 2 above.

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

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

43. Les radiodiffuseurs et exploitants de réseau ou de station devraient laisser libres les périodes de temps disponibles pour les réservations des partis politiques jusqu'au 22 avril 2025; après cette date, ils peuvent substituer d'autres périodes de diffusion équivalentes à celles établies au départ.

PARTIE 3 Temps réseau gratuit

Question 26. Les radiodiffuseurs sont-ils obligés d'accorder du temps gratuit aux partis politiques?

44. Oui. Conformément à l'article 345 de la Loi, chaque exploitant de réseau doit libérer à titre gratuit, pour les partis enregistrés et les partis admissibles, du temps d'émission pendant la période commençant à la délivrance des brefs d'une élection générale et se terminant à minuit la veille du jour du scrutin.

45. Cette obligation ne s'applique qu'à certains réseaux, et non à tous les radiodiffuseurs. Le temps gratuit s'ajoute au temps d'antenne payant couvert à la partie 2 qui précède.

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

46. In accordance with section 345 of the *Canada Elections Act*, the following radio and television networks are required to allocate free broadcasting time as set out below to political parties during the election period:

Radio	Minutes
CBC Radio One	120
Radio-Canada Première	120
Television	Minutes
CBC TV (English)	214
ICI Radio-Canada Télé (French)	214
TVA	62
NOOVO	62

Question 28. Who is the contact person from each network in regards to the parties' free time entitlement?

47. The names and coordinates of the contact people for networks that are subject to the obligation to provide free broadcasting time to political parties during the election period are as follows:

(a) **CBC TV and CBC Radio One (English)**

Laura McIsaac
Bob Campbell

(b) **ICI RC Télé (French)**

Josée Garneau

(c) **ICI RC Première (French)**

Noémie-Andréa Botbol

(d) **TVA**

Marie-Pierre Coles

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

46. En vertu de l'article 345 de la *Loi électorale du Canada*, les réseaux de radio et de télévision énumérés ci-dessous sont tenus d'allouer le temps d'émission gratuit suivant aux partis politiques durant la période électorale :

Radio	Minutes
CBC Radio One	120
ICI Radio-Canada première	120
Télévision	Minutes
CBC TV (anglais)	214
ICI Radio-Canada Télé (français)	214
TVA	62
NOOVO	62

Question 28. Quelle est la personne à contacter pour les partis au sein de chacun des réseaux relativement à leur droit au temps d'émission gratuit?

47. Voici les noms et les coordonnées des responsables pour chaque réseau tenu de fournir du temps d'émission gratuit aux partis politiques durant la période de l'élection :

(a) **CBC TV et CBC Radio One (anglais)**

Laura McIsaac
Bob Campbell

(b) **ICI RC Télé (français)**

Josée Garneau

(c) **ICI RC Première (français)**

Noémie-Andréa Botbol

(d) **TVA**

Marie-Pierre Coles

(e) **NOOVO**
Isabelle Royal

Question 29. How is the network free time allocated?

48. The network free time is allocated among political parties in proportion to their respective paid time allocation as set out in Table 3 below:

(e) **NOOVO**
Isabelle Royal

Question 29. Comment est réparti le temps réseau gratuit?

48. Les périodes de temps réseau gratuit sont réparties entre les partis politiques en proportion de leur répartition de temps payant respectif de la façon établie au Tableau 3 ci-dessous :

Table 3. Allocation of Free Time
Tableau 3. Répartition du temps d'émission gratuit

Political Party / <i>Parti politique</i>	CBC TV	ICI RC Télé	CBC Radio One	ICI RC Première	TVA	NOOVO
	<i>min:sec</i>					
1. Liberal Party of Canada <i>Parti libéral du Canada</i>	45:30	45:30	25:30	25:30	13:00	13:00
2. Conservative Party of Canada <i>Parti conservateur du Canada</i>	41:00	41:00	23:00	23:00	12:00	12:00
3. New Democratic Party <i>Nouveau Parti démocratique</i>	21:30	21:30	12:00	12:00	6:00	6:00
4. Bloc Québécois	15:00	15:00	8:30	8:30	4:30	4:30
5. Green Party of Canada <i>Le Parti Vert du Canada</i>	11:00	11:00	6:00	6:00	3:00	3:00
6. People's Party of Canada <i>Parti populaire du Canada</i>	12:00	12:00	7:00	7:00	3:30	3:30
7. Christian Heritage Party of Canada <i>Parti de l'Héritage Chrétien du Canada</i>	7:00	7:00	4:00	4 :00	2:00	2:00
8. Parti Rhinocéros Party	7:00	7:00	4:00	4:00	2:00	2:00
9. Libertarian Party of Canada <i>Parti Libertarien du Canada</i>	7:00	7:00	4:00	4:00	2:00	2:00
10. Animal Protection Party of Canada <i>Parti pour la Protection des Animaux du Canada</i>	7:00	7:00	4:00	4:00	2:00	2:00
11. Marxist-Leninist Party of Canada <i>Parti Marxiste-Léniniste du Canada</i>	7:00	7:00	4:00	4:00	2:00	2:00
12. Communist Party of Canada <i>Parti communiste du Canada</i>	7:00	7:00	4:00	4:00	2:00	2:00
13. Marijuana Party	6:30	6:30	3:30	3:30	2:00	2:00

<i>Parti Marijuana</i>						
14. Centrist Party of Canada <i>Parti Centriste du Canada</i>	6:30	6:30	3:30	3:30	2:00	2:00
15. United Party of Canada <i>Parti Uni du Canada</i>	6:30	6:30	3:30	3:30	2:00	2:00
16. Canadian Future Party <i>Parti Avenir Canadien</i>	6:30	6:30	3:30	3:30	2:00	2:00
TOTAL	214:00	214:00	120:00	120:00	62:00	62:00

Question 30. *How is the free time to be made available?*

49. Broadcasting free time must be made available, at no cost to the political parties, to broadcast political announcements and other programming produced by them or on their behalf. The scheduling of free-time programming may vary from one network to another. There is no requirement that the free time be made available during prime time.

Question 31. *Can the free-time entitlement be lost?*

50. Yes. If any of the parties listed above fails to nominate at least one candidate by the close of nominations on April 7, 2025, their free-time allocation lapses and will not be reallocated.

51. Similarly, if all of the party's candidates fail to be confirmed and do not appear on the list of confirmed candidates published on April 9, 2025, their free-time allocation lapses on that date and will not be reallocated.

Question 30. *De quelle façon le temps gratuit doit-il être libéré?*

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

50. Oui. Si un parti sur la liste ci-dessus n'a pas désigné de candidats à la clôture des candidatures le 7 avril 2025, le temps d'émission gratuit qui lui revient se trouve annulé et n'est pas redistribué.

51. De même, si la candidature des candidats d'un parti n'est pas confirmée et qu'aucun candidat du parti ne figure pas sur la liste des candidats confirmés publiée le 9 avril 2025, le temps alloué au parti sera frappé de caducité à cette date et ne sera pas redistribué.

PART 4
**Content and Identification of Paid
and Free-Time Messages**

Question 32. On what grounds can a broadcaster decline to carry a paid or free-time political message submitted by a party?

52. Prior to the election period, broadcasters can decline to run a political ad on any grounds, provided they deal with all parties on an equitable basis. However, during the election period, they are not entitled to decline a political ad unless the broadcast would contravene regulations made under the *Broadcasting Act* or conditions of service pursuant to section 9.1 of the *Broadcasting Act*.

53. This means that a broadcaster is entitled to refuse to broadcast a paid or free-time political message provided by a political party if:

- (a) the announcement is not in the language for which the broadcaster was licensed;
- (b) the announcement contains any obscene or profane language or pictorial representation;
- (c) 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
- (d) the broadcast of the announcement would otherwise be in contravention of the law.

PARTIE 4
**Teneur et identification des
messages payants et gratuits**

Question 32. Pour quels motifs un radiodiffuseur peut-il refuser de diffuser un message politique payant ou gratuit présenté par un parti politique?

52. Avant la période électorale, les radiodiffuseurs peuvent refuser de diffuser une publicité électorale pour quelque motif que ce soit, pourvu qu'ils traitent tous les partis équitablement. Cependant, en période électorale, ils n'ont pas le droit de refuser une publicité électorale, à moins que sa diffusion ne contrevienne aux règlements pris en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* ou aux conditions imposées par l'article 9.1 de cette loi.

53. Par conséquent, un radiodiffuseur peut refuser de diffuser un message politique payant ou gratuit émanant d'un parti politique dans les situations suivantes :

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

54. Certain disputes concerning the content of a political ad during the election period that the parties are unable to resolve to their mutual satisfaction may need to be submitted for resolution to a court of competent jurisdiction.

Question 33. *How much time should a broadcaster be given to review the political message?*

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

Question 34. *Can a broadcaster “censor” a political ad?*

56. Unless the political ad contravenes the regulations or the conditions of service pursuant to section 9.1 of the *Broadcasting Act*, a broadcaster is not entitled to censor the ad.

Question 35. *Do political messages have to identify the party that placed the message?*

57. Yes. Pursuant to section 320 of the *Canada Elections Act*, all election advertising conducted by a party, or by another entity on its behalf, must be authorized by the chief agent or another registered agent of the party. This authorization must be mentioned in or on all messages (including paid and free-time messages) — for example, “Authorized by the registered agent of the XYZ Party of Canada.”

54. Certains différends concernant le contenu d'une annonce politique en période électorale que les parties ne parviennent pas à résoudre à leur satisfaction mutuelle peuvent devoir être soumis pour résolution devant une cour compétente en matière de juridiction.

Question 33. *De combien de temps doit disposer le radiodiffuseur pour passer le message politique en revue?*

55. L'annonce à diffuser devrait être envoyée au radiodiffuseur pour examen le plus rapidement possible, mais au moins 48 heures avant l'heure prévue pour sa diffusion.

Question 34. *Un radiodiffuseur peut-il « censurer » une annonce politique?*

56. À moins que l'annonce politique ne contrevienne aux dispositions des règlements ou des conditions imposées par l'article 9.1 de la *Loi sur la radiodiffusion*, le radiodiffuseur ne peut pas la censurer.

Question 35. *Les messages politiques doivent-ils identifier le parti politique qui en a demandé la diffusion?*

57. Oui. En vertu de l'article 320 de la *Loi électorale du Canada*, toute publicité électorale produite par un parti, ou par une autre entité en son nom, doit être autorisée par l'agent principal ou un autre agent enregistré du parti. Cette autorisation doit figurer dans la publicité (que ce soit des messages payants ou gratuits), par exemple : « Autorisée par l'agent enregistré du Parti XYZ du Canada ».

PART 5
Other Matters

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

58. Yes. By virtue of section 323 of the *Canada Elections Act*, election advertising cannot be transmitted after midnight on Sunday, April 27, 2025. This means that no political advertising can be broadcast Monday, April 28, 2025, polling day.

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

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

Question 38. When can election results first be reported?

60. Prior to 2014, section 329 of the *Canada Elections Act* stipulated that no person could transmit the result or purported result of the vote in any electoral district of Canada to the public in another electoral district before the close of polls in that other electoral district. However, this section was repealed in 2014 and there is no longer any restriction on when election results can be reported.

PARTIE 5
Autres questions

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

58. Oui. En vertu de l'article 323 de la *Loi électorale du Canada*, il est interdit de diffuser de la publicité électorale après minuit dimanche, le 27 avril 2025. On ne peut donc pas diffuser de publicité politique lundi, le 28 avril 2025, jour du scrutin.

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

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

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

60. Avant 2014, l'article 329 de la *Loi électorale du Canada* stipulait qu'il était interdit de diffuser le résultat ou ce qui semble être le résultat du scrutin d'une circonscription dans une autre circonscription avant la fermeture de tous les bureaux de scrutin de cette dernière. Toutefois, cet article a été abrogé en 2014 et il n'y a donc plus de restriction quant au moment où les résultats du scrutin peuvent être diffusés.

Question 39. *At what time do local polls close on polling day?*

61. The hours of polling stations vary depending on the time zone in which the electoral district is located:

- (a) Newfoundland, Atlantic, Central Time
(other than Saskatchewan)
8:30 a.m. to 8:30 p.m.
- (b) Eastern Time
9:30 a.m. to 9:30 p.m.
- (c) Saskatchewan Time
7:30 a.m. to 7:30 p.m.
- (d) Mountain Time
7:30 a.m. to 7:30 p.m.
- (e) Pacific Time
7:00 a.m. to 7:00 p.m.

Question 40. *Are there any restrictions on the broadcasting of opinion surveys during the election period?*

62. Yes. Pursuant to 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.

63. In particular, if that person is a broadcaster, the following information must be provided:

- (a) the name of the sponsor of the survey;
- (b) the name of the person or organization that conducted the survey;

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

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

- (a) Fuseau horaire de Terre-Neuve, de l'Atlantique ou du Centre (autre que la Saskatchewan)
de 8 h 30 à 20 h 30
- (b) Fuseau horaire de l'Est
de 9 h 30 à 21 h 30
- (c) Fuseau horaire de la Saskatchewan
de 7 h 30 à 19 h 30
- (d) Fuseau horaire des Rocheuses
de 7 h 30 à 19 h 30
- (e) Fuseau horaire du Pacifique
de 7 h à 19 h

Question 40. *La diffusion des résultats de sondages d'opinion fait-elle l'objet de restrictions pendant la période électorale?*

62. Oui. Selon l'article 326 de la *Loi électorale du Canada*, la première personne qui transmet au public les résultats d'un sondage d'opinion – exception faite d'un sondage non fondé sur des méthodes statistiques reconnues – pendant une période électorale, et toute personne qui les transmet dans les 24 heures suivantes doivent aussi fournir au public certains renseignements sur le sondage.

63. En particulier, si cette personne est un radiodiffuseur, elle doit fournir les renseignements suivants :

- (a) le nom du demandeur du sondage;
- (b) le nom de la personne ou de l'organisation qui a procédé au sondage;

- (c) 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;
- (f) if applicable, the margin of error for the data; and
- (g) the address of the Internet site on which the report on the results of the survey is published.

64. If the person publishing the opinion survey is not a broadcaster, that person must also provide the wording of the survey questions. Subsection 326(3) of the *Canada Elections Act* requires the sponsor of an election survey to ensure that a report on the results of the survey is published and remains on an Internet site that is available to the public for the remainder of the election period.

65. Lastly, subsection 326(2.1) requires that the first person who transmits the results of an election survey to the public, if that person is not the sponsor of the survey, must ensure that the sponsor of the survey has been notified, before the transmission, of the date on which the results are to be transmitted.

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

- (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;
- (g) l'adresse du site Internet où est publié le compte rendu des résultats du sondage.

64. Si le diffuseur du sondage n'est pas un radiodiffuseur, cette personne doit, en sus des renseignements ci-dessus mentionnés, fournir le libellé des questions posées lors du sondage. En vertu du paragraphe 326(3) de la Loi, le demandeur du sondage électoral doit veiller à ce qu'un compte rendu des résultats soit publié sur un site Internet accessible au public et y demeure pour le reste de la période électorale.

65. En dernier lieu, le paragraphe 326(2.1) prévoit que la personne qui est la première à diffuser les résultats d'un sondage électoral doit veiller, si elle n'est pas le demandeur du sondage, à ce que celui-ci soit avisé, avant la diffusion des résultats, de la date où celle-ci aura lieu.

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

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

67. The *Canada Elections Act* does not specifically address this situation. However, it would be in keeping with the objectives of the statute if the media indicates that it does not know the methodology used for the survey.

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

68. Yes. Subsection 328(2) of the Act states that “[n]o person shall transmit to the public, in an electoral district on polling day before the close of all of the polling stations in that electoral district, the results of an election survey that have not previously been transmitted to the public.”

Question 43. *Are there any restrictions on advertising placed by persons other than candidates or political parties?*

69. Yes. Part 17 of the *Canada Elections Act* governs third-party advertising, partisan activities and election surveys. Any third party that spends \$500 or more on election advertising is required to register with Elections Canada.

70. Broadcasters are free to accept and run third-party election advertising during an election. They have no obligation to do so, but if they choose to, they should ensure that such ads identify the third party. Section 352 of the *Canada Elections Act* states that a third party “shall include—in a manner that is clearly visible or otherwise accessible—in any election advertising message placed by it its name, its telephone number, either its civic or its Internet address and an indication in or on

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

67. La *Loi électorale du Canada* n’aborde pas cette question expressément, mais l’objectif de la loi est préservé si les médias précisent que la méthodologie n’est pas connue au moment de publier les résultats du sondage.

Question 42. *La diffusion de résultats de sondages d’opinion le jour du scrutin fait-elle l’objet de restrictions?*

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

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

69. Oui. La publicité, les activités partisanes et les sondages électoraux des tiers sont assujettis à la Partie 17 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.

70. Les radiodiffuseurs sont libres d’accepter et de diffuser de la publicité électorale de tiers pendant une période électorale. Cependant, s’ils le font, ils doivent s’assurer que ces annonces identifient les tiers en question, puisque l’article 352 de la *Loi électorale du Canada* prévoit que les tiers « doivent mentionner leur nom dans tout message de publicité électorale, ainsi que leur numéro de téléphone et leur adresse municipale ou leur adresse Internet d’une façon qui soit clairement visible ou autrement

the message that it has authorized its transmission.”

Question 44. *Are there new requirements for political advertising on online platforms during a federal election?*

71. Yes. Certain owners and operators of an online platform are required to maintain and publish a registry of election advertising messages from political entities and third parties that appeared on their platform during an election period.

72. Regulated platforms include internet sites or applications that, directly or indirectly, sell advertising and that were visited or used in Canada on average per month:

- (a) at least 3,000,000 times if content mainly in English
- (b) at least 1,000,000 times if content mainly in French
- (c) at least 100,000 times if content mainly in a non-official language.

73. Covered owners and operators must include in the registry an electronic copy of the message and the name of the person who authorized its publication on the first day that the message is displayed. In the case of a political party, it is the name of the registered agent that should be added into the registry. The electronic copy of the message and the name of the person must be kept in the registry for a period of two years following the end of the election period.

74. Political parties also have obligations under this regime. Political parties that buy advertising space on regulated online platforms must provide all the information

accessible, et y indiquer que sa diffusion a été autorisée par eux ».

Question 44. *La publicité politique sur les plateformes en ligne au cours d'une élection fédérale fait-elle l'objet de nouvelles exigences?*

71. Oui. Certains propriétaires et exploitants d'une plateforme en ligne doivent maintenir et publier un registre des messages de publicité électorale provenant d'entités politiques et de tiers diffusés sur leur plateforme au cours d'une période électorale.

72. Les plateformes réglementées comprennent les sites et les applications Internet qui, directement ou indirectement, vendent de la publicité et qui ont été visitées ou utilisées au Canada, en moyenne, par mois:

- (a) au moins trois millions de fois si contenu principalement en anglais.
- (b) au moins un million de fois si contenu principalement en français.
- (c) au moins cent mille fois si contenu principalement dans une langue non officielle.

73. Les propriétaires et exploitants visés doivent inclure dans le registre une copie électronique du message ainsi que le nom de la personne qui a autorisé sa publication dès le premier jour de la diffusion du message. Dans le cas d'un parti politique, c'est le nom de l'agent enregistré qui doit être inscrit au registre. La copie électronique du message et le nom de la personne doivent être maintenus au registre pour une période de deux ans suivant la fin de la période électorale.

74. Les partis politiques ont aussi des obligations en vertu de ce régime. Les partis politiques qui achètent de l'espace publicitaire sur les plateformes en ligne

needed for the owner or operator to comply with the registry requirements.

75. The registry requirements only apply to internet advertising. They are not applicable to television or radio advertising.

Question 45. Does the Broadcasting Arbitrator have any role in regard to leaders' debates?

76. No. Broadcasting rules relating to leaders' debates are governed by a CRTC policy set out in Public Notice CRTC 1995-44 dated March 15, 1995.

77. The Leaders' Debates Commission is a newly formed, independent entity, with a mandate to organize two leaders debates in federal general elections: one in French and one in English. More information about the Commission can be found on their website: [Leaders' Debates Commission \(debates-debats.ca\)](http://Leaders'DebatesCommission(debates-debats.ca)).

réglementées doivent fournir au propriétaire ou à l'exploitant tous les renseignements dont il a besoin pour se conformer aux exigences liées au registre.

75. Les exigences liées au registre s'appliquent uniquement à la publicité sur Internet. Elles ne s'appliquent pas à la publicité à la télévision ou à la radio.

Question 45. Est-ce que l'arbitre en matière de radiodiffusion a un rôle à jouer à l'égard des débats des chefs?

76. Non. Les règles de radiodiffusion relatives aux débats des chefs sont régies par une politique du CRTC prévue dans l'Avis public CRTC 1995-44 du 15 mars 1995.

77. La Commission des débats des chefs est une entité indépendante qui a été récemment créée afin d'organiser deux débats pendant des élections générales fédérales : un en français et un en anglais. Pour plus d'information sur la Commission, veuillez consulter leur site web : [Commission des débats des chefs \(debates-debats.ca\)](http://Commissiondesdebatsdebats.ca).

L'arbitre en matière de radiodiffusion,



Y. Monica Song
The Broadcasting Arbitrator