Guide 2026 à l'intention des tiers annonceurs

Élections municipales et scolaires en Ontario

Ontario

Guide 2026 à l'intention des tiers annonceurs – élections municipales et scolaires en Ontario

Renseignez-vous sur la façon de vous inscrire à titre de tiers annonceur au cours des élections municipales et scolaires en Ontario, et sur les règles que vous devez respecter aux termes de la *Loi de 1996 sur les élections municipales*.

Le présent guide s'adresse aux personnes et aux entités qui désirent s'inscrire comme tiers annonceurs pour les élections municipales et scolaires de 2026. Les renseignements fournis s'appliquent également aux élections partielles tenues au cours du mandat 2026-2030 des conseils municipaux et scolaires.

Ce guide ne remplace pas les lois provinciales. Il fournit des renseignements généraux sur les règles prévues dans la *Loi de 1996 sur les élections municipales* et dans d'autres lois et règlements, notamment :

- *Loi de 2001 sur les municipalités*
- *Loi de 2006 sur la cité de Toronto*
- *Loi sur l'éducation*

Renseignements généraux

La *Loi de 1996 sur les élections municipales* établit le cadre réglementaire s'appliquant à la publicité de tiers.

Le présent guide explique quelles personnes et entités peuvent s'inscrire comme tiers annonceurs, ce que l'inscription leur permet de faire et les règles que doivent suivre les tiers inscrits.

Nous joindre

Si vous avez des questions ou souhaitez formuler des commentaires sur le présent guide, veuillez nous écrire à mea.info@ontario.ca.

Vous pouvez aussi communiquer avec votre bureau régional des services aux municipalités du ministère des Affaires municipales et du Logement.

Secrétaire de la municipalité

Chaque municipalité a un ou une secrétaire responsable de la tenue des élections.

Le ou la secrétaire de la municipalité est le principal point de contact pour les tiers annonceurs et les personnes et entités qui veulent s'inscrire.

Les tiers annonceurs doivent déposer les formulaires relatifs aux élections, par exemple le formulaire d'inscription et les états financiers de la campagne, au bureau du ou de la secrétaire.

Le ou la secrétaire a aussi comme fonction de fournir aux tiers des renseignements sur le montant maximal des dépenses et les dates limites de dépôt des documents.

Si votre municipalité n'a pas de site Web, rendez-vous ou téléphonez à ses bureaux pour obtenir plus de renseignements.

Votre municipalité peut avoir adopté des règles particulières s'appliquant à diverses questions, notamment pour préciser où et quand les affiches électorales peuvent être posées et si des activités publicitaires de tiers peuvent être tenues dans des lieux appartenant à la municipalité.

Pour toute question concernant les élections dans votre municipalité, veuillez communiquer avec le ou la secrétaire.

Déclaration de situation d'urgence par le ou la secrétaire

Si le ou la secrétaire de la municipalité est d'avis que certaines circonstances pourraient perturber le déroulement normal de l'élection conformément à la *Loi de 1996 sur les élections municipales*, il ou elle peut déclarer une situation d'urgence. Cette déclaration concerne uniquement l'élection et est distincte des autres situations d'urgence pouvant être déclarées par la municipalité ou la province.

Une fois que le ou la secrétaire a déclaré la situation d'urgence, il ou elle peut déterminer les dispositions nécessaires pour assurer le bon déroulement de l'élection. Ces dispositions dépendront de la nature de la situation d'urgence.

Dans l'éventualité où une situation d'urgence en lien avec une élection ou une élection partielle est déclarée dans votre municipalité, vous devez communiquer avec le ou la secrétaire pour connaître les mesures mises en place et leurs répercussions possibles sur la publicité de tiers.

Table des matières

Publicité de tiers 1

Inscription 3

Responsabilités des tiers annonceurs inscrits 6

Règles relatives au financement 8

Conformité et exécution 22

Comment remplir l'état financier 24

Où trouver les formulaires mentionnés dans ce guide 31

Publicité de tiers

La publicité de tiers est la publicité qui a pour but de favoriser ou de soutenir un candidat ou une candidate, ou de s'y opposer, ou de prendre une position favorable ou défavorable à l'égard d'une question inscrite sur le bulletin de vote. Un tiers dans ce contexte est une personne ou une entité qui n'est pas un candidat ou une candidate.

La publicité de tiers est distincte de la campagne d'un candidat ou d'une candidate et doit être faite de façon indépendante du candidat ou de la candidate. La publicité ou le matériel créé et diffusé par un candidat ou une candidate, ou selon ses directives, fait partie de sa campagne.

La publicité de tiers est une façon pour ceux et celles qui ne font pas partie de la campagne d'un candidat ou d'une candidate d'exprimer leur soutien ou leur opposition envers des candidats et candidates (ou de prendre une position favorable ou défavorable à l'égard d'une question inscrite sur le bulletin de vote) et d'essayer de convaincre les électeurs et électrices de voter d'une certaine façon.

Une publicité de tiers est une publicité qui est diffusée par les médias imprimés, électroniques ou autres, y compris la radiodiffusion, et qui favorise ou soutient un candidat ou une candidate, ou s'y oppose, ou prend une position favorable ou défavorable à l'égard d'une question inscrite sur le bulletin de vote. La publicité peut comprendre les annonces traditionnelles et le matériel, comme des dépliants ou des affiches.

Publicité de tiers

Les activités qui n'engagent pas de dépenses, comme le débat ou l'expression d'opinions au sujet d'un candidat ou d'une candidate (ou d'une question figurant sur le bulletin de vote), ne constituent pas de la publicité de tiers. À titre d'exemple :

- parler avec des amis ou des voisins;
- publier quelque chose sur les médias sociaux (X, Facebook, Instagram, etc.);
- envoyer un courriel à un groupe ou à une liste d'envoi.

Les communications internes entre un employeur et les membres de son personnel, une personne morale et ses actionnaires, administrateurs, membres ou employés, ou un syndicat et ses membres ou employés ne constituent pas de la publicité de tiers.

La publicité qui porte sur une question d'intérêt plutôt que sur un candidat ou une candidate ou une position favorable ou défavorable à l'égard d'une question inscrite sur le bulletin de vote ne constitue pas non plus de la publicité de tiers. Par exemple, des affiches où figure le message « Soutenez les entreprises locales » ou « Gardez le secteur riverain propre » ne constituent pas de la publicité de tiers, même si un candidat ou une candidate aborde ces questions dans sa campagne.

Période publicitaire

La *Loi de 1996 sur les élections municipales* fixe une période de restriction pour la publicité de tiers. La période de restriction commence le 1er mai de l'année de l'élection et prend fin à la clôture du scrutin le jour du scrutin. Pour les élections de 2026, la période de restriction commence le 1er mai 2026 et se termine à la clôture du scrutin le 26 octobre 2026.

Les candidats et candidates peuvent commencer à déposer leur déclaration de candidature le 1er mai. Si une personne ou une entité veut dépenser de l'argent avant le 1er mai pour de la publicité appuyant quelqu'un qui désire se porter candidat ou qu'elle souhaite voir se porter candidat, les règles sur la publicité de tiers ne s'appliqueraient pas. Cependant, une fois que la période de restriction commence le 1er mai, toutes les affiches doivent être enlevées et la publicité cesser.

Qui peut être un tiers annonceur

Seules les personnes et entités qui se sont inscrites peuvent engager des dépenses pour de la publicité de tiers. Les personnes et entités suivantes peuvent s'inscrire comme tiers annonceur :

- personnes qui résident en Ontario;
- personnes morales qui exercent des activités en Ontario;
- syndicats qui sont titulaires de droits de négociation pour le compte d'employés en Ontario.

Deux personnes morales ou plus sont considérées comme une seule entité si la même personne ou le même groupe en est propriétaire ou les contrôle, ou si l'une des personnes

morales contrôle les autres. Dans ce cas, une seule des personnes morales peut s'inscrire comme tiers dans une municipalité.

Les membres de la famille ou du personnel de campagne d'un candidat ou d'une candidate peuvent s'inscrire comme tiers qui font diffuser de la publicité de tiers. Cependant, la publicité de tiers ne doit pas être faite selon les directives d'un candidat ou d'une candidate. Toute personne qui a des liens étroits avec un candidat ou une candidate et qui souhaite s'inscrire devrait se demander comment ses activités seront perçues par le public et comment elle pourra montrer qu'elle ne travaillait pas en coordination avec le candidat ou la candidate.

Qui ne peut pas être un tiers annonceur

Les personnes qui déposent une déclaration de candidature à un poste au sein d'un conseil municipal ou scolaire ne peuvent pas s'inscrire comme tiers annonceurs dans une municipalité quelconque.

Les groupes, associations et entreprises qui ne sont pas des personnes morales n'ont pas le droit de s'inscrire et ne peuvent pas engager de dépenses pour de la publicité de tiers dans des élections municipales. Par exemple, les associations de quartier, les clubs ou les regroupements professionnels qui ne sont pas des personnes morales ne peuvent pas s'inscrire comme tiers ni faire de contributions à des tiers annonceurs. Toutefois, les membres de ces entités peuvent s'inscrire comme tiers annonceurs individuels et peuvent également faire des contributions à titre de particuliers.

Les partis fédéraux et provinciaux ne peuvent pas s'inscrire comme tiers annonceurs. Il est interdit aux partis politiques de participer financièrement à des élections municipales.

Inscription

Pour être un tiers annonceur dans une municipalité, un particulier, une personne morale ou un syndicat doit s'inscrire auprès du ou de la secrétaire de la municipalité. Les tiers annonceurs peuvent s'inscrire dans toute municipalité de palier inférieur ou à palier unique (ville, canton, etc.), mais pas dans une municipalité de palier supérieur (région ou comté).

Le tiers annonceur inscrit dans une municipalité a le droit de faire diffuser de la publicité destinée aux électeurs et électrices dans cette municipalité. Il peut faire diffuser de la publicité favorable ou défavorable à l'égard de n'importe lesquels des candidats et

candidates qui se présentent dans la municipalité, que ce soit pour briguer un poste au sein du conseil local ou scolaire ou au sein du conseil d'une municipalité de palier supérieur.

Les tiers annonceurs ne sont pas tenus de décider avant leur inscription quels candidats et candidates ils veulent appuyer ou auxquels ils veulent s'opposer. Ils n'ont pas non plus à informer le ou la secrétaire de leurs intentions à cet égard.

Un tiers annonceur peut uniquement faire diffuser de la publicité à l'intention des électeurs et électrices dans la municipalité où il est inscrit. Il n'y a pas de limite au nombre de municipalités où ce tiers peut s'inscrire. Si un tiers veut faire diffuser de la publicité aux électeurs et électrices dans plus d'une municipalité, il doit s'inscrire dans chaque municipalité visée.

Par exemple, si un tiers veut faire diffuser de la publicité favorable ou défavorable à un candidat ou à une candidate qui se présente à un poste pour lequel votent les électeurs et électrices de plus d'une municipalité, comme un poste de conseiller ou de conseillère scolaire, il doit s'inscrire dans chaque municipalité.

Date limite d'inscription

Un particulier, une personne morale ou un syndicat peut s'inscrire comme tiers annonceur à compter du 1er mai 2026 jusqu' à la fermeture des bureaux le vendredi 23 octobre 2026.

Où s'inscrire

Les secrétaires peuvent décider d'autoriser le dépôt électronique des avis d'inscription. Si votre municipalité autorise le dépôt électronique, communiquez avec le ou la secrétaire pour en savoir plus sur la marche à suivre.

Si le dépôt électronique n'est pas autorisé dans votre municipalité, un particulier, une personne morale ou un syndicat doit déposer un avis d'inscription (Formulaire 7) comportant une signature originale auprès du ou de la secrétaire de la municipalité en personne ou par l'intermédiaire d'un représentant. Vous ne pouvez pas déposer une copie de l'avis ni le numériser et l'envoyer par voie électronique. Il n'y a pas de droits d'inscription à payer.

Pour certifier l'avis d'inscription, le ou la secrétaire doit avoir la conviction que le particulier, la personne morale ou le syndicat est admissible. Il peut exiger qu'une preuve d'identité ou d'autres documents soient présentés.

La personne qui dépose un avis d'inscription pour le compte d'une personne morale ou d'un syndicat doit pouvoir fournir la preuve qu'elle est autorisée à le faire par la personne morale ou le syndicat.

Votre inscription doit être certifiée par le ou la secrétaire avant de pouvoir amorcer votre campagne de tiers annonceur.

Changement d'avis

Retirer l'inscription

Si vous souhaitez mettre fin à votre campagne de publicité avant le jour du scrutin, vous pouvez retirer votre inscription en avisant le ou la secrétaire par écrit. Les échéances pour retirer votre inscription sont les suivantes :

- le vendredi qui précède le jour du scrutin dans le cas d'une élection ordinaire;
- le dernier jour d'ouverture du bureau du ou de la secrétaire avant le jour du scrutin dans le cas d'une élection partielle.

Devenir candidat ou candidate

Si vous êtes un tiers annonceur inscrit et que vous décidez plutôt de devenir candidat ou candidate, votre campagne de publicité de tiers prend fin automatiquement lorsque le ou la secrétaire reçoit votre déclaration de candidature.

Vous devez garder votre campagne de publicité séparée de votre campagne de candidature. Cela veut dire que :

- vous ne pouvez pas transférer les contributions ni les dépenses de votre campagne de publicité à votre campagne de candidature;
- vous devez déposer un état financier relatif à votre campagne de publicité;
- vous devez déposer un état financier distinct relatif à votre campagne de candidature.

Pour en savoir plus sur la candidature à une élection, consultez le guide à l'intention des candidats et candidates.

Inscription dans plus d’une municipalité

Si un tiers annonceur s’inscrit dans plus d’une municipalité, on considère que chacune des inscriptions vise une campagne publicitaire distincte. Le tiers doit mener des campagnes publicitaires distinctes et suivre les règles dans chaque municipalité où il est inscrit :

- Les renseignements exigés sur les affiches, dans les publicités et sur le matériel doivent indiquer que le tiers annonceur est inscrit dans cette municipalité.
- Un compte bancaire distinct doit être ouvert pour chaque campagne.
- Les contributions ne peuvent être partagées entre les campagnes publicitaires. Si une personne a donné de l’argent pour la campagne publicitaire dans la municipalité A, cet argent ne peut pas servir à payer des dépenses dans la municipalité B.
- Si le tiers annonceur veut utiliser les mêmes affiches ou la même publicité dans plus d’une municipalité, les campagnes publicitaires distinctes peuvent produire une publicité « commune ». La publicité doit alors indiquer que le tiers est inscrit dans la municipalité A et la municipalité B, et chaque campagne publicitaire doit payer sa part des dépenses à l’égard de la publicité.
- Le tiers annonceur doit déposer un état financier distinct dans chaque municipalité où il était inscrit. L’état financier doit rendre compte des activités financières relatives à la publicité dans cette municipalité.

Responsabilités des tiers annonceurs inscrits

Les tiers annonceurs doivent en grande partie suivre les mêmes règles sur le financement et les rapports que celles qui s’appliquent aux candidats et candidates.

Contrairement aux candidats et candidates, les tiers ne peuvent pas nommer des représentants chargés d’observer le déroulement du vote ou d’être présents au moment du dépouillement du scrutin.

Renseignements à fournir dans la publicité

Un tiers annonceur doit inclure dans toutes ses publicités, sur ses affiches et son matériel les renseignements qui suivent :

- le nom officiel du tiers inscrit (si le tiers est une personne morale ou un syndicat, le nom de la personne morale ou du syndicat doit figurer, pas le nom du représentant qui a déposé l'avis d'inscription);
- la municipalité où le tiers est inscrit;
- le numéro de téléphone et l'adresse postale ou de courriel où le tiers peut être joint.

Un particulier inscrit ne peut agir pour le compte d'un groupe ou d'un organisme qui n'a pas le droit de s'inscrire comme tiers annonceur. Par exemple, si Christiane Tremblay est la présidente d'une association d'aménagement commercial (AAC), les affiches et le matériel doivent indiquer que Christiane est la personne responsable de la publicité, non l'AAC.

Si une annonce doit être radiodiffusée ou publiée (par exemple, à la radio ou dans un journal), elle doit inclure les renseignements susmentionnés, et le tiers annonceur doit également fournir au radiodiffuseur ou à l'éditeur les renseignements qui suivent :

- le nom du tiers annonceur inscrit;
- le nom, l'adresse et le numéro de téléphone d'affaires du particulier qui traite avec le radiodiffuseur ou l'éditeur selon les directives du tiers inscrit;
- la municipalité où le tiers annonceur est inscrit.

Le reste du contenu des affiches n'est pas réglementé par la loi.

Règlements municipaux sur les affiches

Une municipalité peut avoir établi des règles qui dictent quand des affiches peuvent être posées et comment elles peuvent être placées dans des endroits publics et privés.

Si vous prévoyez réutiliser les affiches de la dernière élection, vous devez vous informer sur les règles applicables à l'utilisation des biens d'une campagne précédente.

Le tiers annonceur est responsable de l'enlèvement de ses affiches après le jour du scrutin conformément aux règlements municipaux. La municipalité peut demander le versement d'un dépôt pour les affiches ou imposer une amende si elles ne sont pas enlevées. Veuillez communiquer avec le ou la secrétaire de la municipalité pour obtenir des précisions à cet égard.

Publicité le jour du scrutin

La *Loi de 1996 sur les élections municipales* n'interdit pas la poursuite d'une campagne électorale ou de la publicité le jour du scrutin. Il existe une période d'interdiction de publicité pour les élections provinciales et fédérales le jour du scrutin, mais pas pour les élections municipales et scolaires.

Cette même loi interdit toute publicité électorale dans un bureau de vote. Un « bureau de vote » peut comprendre non seulement l'immeuble où se situe le bureau de vote proprement dit, mais les terrains qui l'entourent, y compris le stationnement. Il est interdit à un tiers annonceur d'exposer des dépliants, macarons, affiches ou tout autre matériel publicitaire dans un bureau de vote.

Conclusion de la campagne publicitaire

Après le jour du scrutin, le tiers annonceur doit enlever toutes les affiches et autres publicités conformément aux règlements municipaux.

La campagne publicitaire doit prendre fin le 31 décembre 2026, sauf si elle accuse un déficit et que le tiers annonceur informe par écrit le ou la secrétaire de la municipalité de son intention de la prolonger. Une fois la campagne terminée, le tiers doit en fermer le compte bancaire et préparer l'état financier.

La date limite de dépôt des états financiers est le dernier vendredi du mois de mars. Dans la mesure où le 26 mars 2027 est le Vendredi saint et que le 29 mars est le lundi de Pâques, les états financiers **peuvent être déposés auprès du ou de la secrétaire jusqu'à 14 h le mardi 30 mars 2027**.

Règles relatives au financement

Campagne publicitaire des tiers

Les activités liées à la publicité de tiers sont désignées par le terme « campagne publicitaire » dans le présent guide.

Tenue des dossiers

Chaque tiers annonceur doit tenir des dossiers relatifs à sa campagne publicitaire. La *Loi de 1996 sur les élections municipales* n'impose pas de système de comptabilité particulier

aux tiers annonceurs. Il est recommandé aux tiers de consulter un vérificateur ou un comptable afin d'utiliser un système de comptabilité et de tenue des livres qui correspond à leurs besoins.

Il est également recommandé aux tiers de prendre connaissance de l'état financier (Formulaire 8) qu'ils devront déposer afin de s'assurer de conserver toute l'information dont ils auront besoin pour remplir ce formulaire.

Chaque tiers annonceur doit conserver ces dossiers jusqu'au 15 novembre 2030, jour où le prochain conseil municipal ou scolaire entrera en fonction.

Les dossiers du tiers doivent comprendre les renseignements suivants :

- les reçus délivrés pour chaque contribution, indiquant quand la contribution a été acceptée et la date à laquelle le reçu a été délivré (des reçus doivent aussi être délivrés au tiers pour les contributions qu'il a faites à sa propre campagne publicitaire);
- la valeur de chaque contribution, si elle a été faite sous forme d'argent, de biens ou de services, ainsi que le nom et l'adresse de la personne qui a fait le don en question;
- toutes les dépenses, y compris les reçus obtenus pour celles-ci;
- toute demande de paiement d'une dépense que le tiers annonceur conteste ou refuse de payer;
- le montant des fonds recueillis et des dépenses engagées dans le cadre de chaque activité de financement;
- les conditions de tout prêt obtenu d'une banque ou d'un autre établissement de crédit reconnu.

Période de campagne publicitaire

Un tiers annonceur inscrit peut seulement accepter des contributions ou engager des dépenses liées à la campagne pendant sa période de campagne publicitaire.

La campagne publicitaire commence le jour où le ou la secrétaire certifie l'inscription d'un particulier, d'une personne morale ou d'une organisation syndicale à titre de tiers annonceur. Les tiers peuvent s'inscrire à partir du 1er mai 2026 jusqu'à la fermeture des bureaux le vendredi 23 octobre 2026.

Étant donné que la publicité a pour but d'influer sur les électeurs et électrices, il n'est guère utile de diffuser de la publicité après le jour du scrutin. Cependant, la période de campagne publicitaire se termine le 31 décembre 2026. Ce délai supplémentaire peut servir à accepter d'autres contributions si toutes les dépenses de la campagne publicitaire n'ont pas été payées.

Si un tiers annonceur est certain qu'il n'y aura aucune autre activité financière après le jour du scrutin, il peut mettre fin à sa campagne publicitaire à n'importe quel moment entre le jour du scrutin et le 31 décembre 2026.

Compte bancaire

Chaque tiers annonceur doit ouvrir un compte bancaire exclusivement aux fins de sa campagne publicitaire.

Un particulier ne peut pas utiliser un compte bancaire personnel existant pour les opérations financières de la campagne publicitaire, même s'il prévoit faire une campagne de très petite envergure. Une personne morale ou un syndicat ne peut pas non plus utiliser un compte existant.

Toutes les contributions – y compris celles que le tiers annonceur fait lui-même à sa campagne– doivent être déposées dans le compte de la campagne publicitaire du tiers.

Toutes les dépenses liées à la campagne doivent être réglées à partir de ce compte.

Contributions et recettes de la campagne publicitaire

Contributions

On entend par contributions les sommes, les biens et les services qui sont fournis au tiers annonceur pour la campagne publicitaire, y compris les sommes et les biens que le tiers fournit lui-même.

Si un tiers annonceur vend des billets d'admission à une activité de financement, le prix du billet constitue une contribution.

Si un tiers annonceur obtient un prêt d'une banque ou d'un autre établissement de crédit reconnu, garantit le prêt et que la campagne publicitaire est ensuite incapable de rembourser la totalité du prêt, tout solde impayé est considéré comme une contribution de

la part du tiers qui a garanti le prêt. Si le tiers est un particulier, lui-même ou son conjoint ou sa conjointe peut garantir un prêt.

Ce qui ne constitue pas une contribution

La valeur du travail bénévole (par exemple, si une équipe de bénévoles aide à la pose d'affiches) ne constitue pas une contribution.

Un don en espèces de 25 $ ou moins reçu lors d'une activité de financement ne constitue pas une contribution. Un tiers annonceur peut accepter des dons de ce genre sans tenir de registre des personnes qui les ont faits. La somme totale provenant de ces dons doit être déclarée dans l'état financier.

Si le tiers obtient un prêt pour sa campagne auprès d'une banque ou d'un autre établissement de crédit reconnu, le montant de ce prêt ne constitue pas une contribution.

Qui peut faire une contribution

Un tiers annonceur peut accepter des contributions des personnes ou entités suivantes :

- personnes qui résident en Ontario;
- personnes morales qui exercent des activités en Ontario;
- syndicats qui sont titulaires de droits de négociation pour le compte d'employés en Ontario.

Si le tiers annonceur inscrit est un particulier, son conjoint ou sa conjointe qui ne réside pas normalement en Ontario peut quand même faire des contributions à sa campagne publicitaire, mais ne peut en faire à tout autre tiers inscrit ni à des candidats ou candidates.

Les entités qui ne sont pas des personnes morales, comme les clubs, associations ou regroupements de contribuables, ne sont pas des donateurs admissibles. Les membres de ces groupes peuvent faire des contributions en tant que particuliers à partir de leurs fonds personnels, à condition de résider en Ontario.

Qui n'a pas le droit de faire une contribution

Il est interdit aux personnes et entités suivantes de faire des contributions à la campagne publicitaire d'un tiers :

- parti politique fédéral, association de circonscription, candidats et candidates inscrits à une élection fédérale;
- parti politique provincial, association de circonscription, candidats et candidates inscrits, notamment à la direction d'un parti;
- gouvernement fédéral ou provincial, municipalité, conseil scolaire.

Situations où les contributions sont acceptées

Un tiers annonceur peut accepter des contributions uniquement après son inscription; il ne peut en accepter après que la période de campagne publicitaire a pris fin.

Les contributions reçues en dehors de la période de campagne publicitaire doivent être remboursées aux personnes et entités qui les ont faites. S'il est impossible de rembourser une telle contribution à la personne ou à l'entité qui l'a faite, il faut la verser au ou à la secrétaire de la municipalité.

Montant maximal des contributions

Il n'y a pas de limite à la contribution qu'un tiers annonceur inscrit (et, si le tiers est un particulier, son conjoint ou sa conjointe) peut verser à sa propre campagne publicitaire.

Une limite de 1 200 $ s'applique à toutes les autres contributions. Ce montant inclut la valeur de tous les biens ou services donnés au tiers annonceur. Si un particulier, une personne morale ou un syndicat fait plus d'une contribution (par exemple, fait un don en argent, fournit des biens et achète un billet pour une activité de financement), la valeur totale de toutes les contributions ne doit pas dépasser 1 200 $.

Le montant maximal de l'ensemble des contributions qu'un donateur peut faire à différents tiers annonceurs inscrits dans la même municipalité est de 5 000 $.

Une contribution doit venir directement du donateur. Il est interdit de regrouper les contributions de plusieurs personnes ou entités et de les donner à un tiers annonceur. Si une contribution est faite à partir d'un compte joint, il faut indiquer clairement qui parmi les titulaires du compte a fait le don.

Seules les contributions de 25 $ ou moins peuvent être faites en espèces. Toute contribution supérieure à 25 $ doit être faite par chèque, par mandat postal ou par toute autre méthode qui indique clairement l'origine des fonds (par exemple, certaines transactions par carte de débit ou de crédit ou virement électronique).

Les tiers annonceurs doivent informer chacun de leurs donateurs du montant maximal des contributions qui s'applique. Il est recommandé que les donateurs prennent note de leurs contributions afin de ne pas dépasser la limite autorisée.

Reçus pour les contributions

Les tiers annonceurs doivent délivrer un reçu pour chaque contribution qu'ils reçoivent. Ce reçu doit indiquer qui a fait la contribution ainsi que la date et la valeur de la contribution. Si la contribution a été faite sous forme de biens ou de services, le tiers doit déterminer la valeur de ces biens ou services et délivrer un reçu pour leur pleine valeur.

Toute contribution provenant d'un compte joint doit être faite par une seule personne. Le tiers annonceur doit identifier la personne qui remet la contribution et délivrer un reçu à cette personne.

Les tiers annonceurs doivent énumérer dans leur état financier le nom et l'adresse de toutes les personnes qui font une contribution de plus de 100 $ à la campagne publicitaire. L'état financier est un document public.

Le tiers annonceur doit tenir un registre des noms et adresses de tous ses donateurs, quelle que soit la valeur de leurs contributions, car il est possible qu'un même donateur fasse plusieurs contributions dont le total finit par dépasser 100 $.

Les reçus délivrés pour les contributions ne sont pas des reçus à des fins fiscales. Les contributions à une campagne publicitaire d'un tiers ne peuvent pas être déduites de l'impôt sur le revenu provincial ou fédéral.

Les tiers annonceurs peuvent facilement informer chacun de leurs donateurs du montant maximal des contributions en indiquant ce montant sur chacun des reçus délivrés pour chaque contribution.

Examen des contributions

Les contributions déclarées dans les états financiers des tiers annonceurs sont examinées par le ou la secrétaire de la municipalité pour vérifier qu'aucun donateur n'a contribué plus que la somme permise.

Si les contributions déclarées dans les états financiers montrent qu'un donateur a contribué plus de 1 200 $ à un tiers, ou montrent qu'un donateur a contribué plus de 5 000 $ à plusieurs tiers inscrits dans la même municipalité, le ou la secrétaire de la

municipalité en informe le comité de vérification de conformité. Le comité se réunit et décide si la municipalité introduira ou non une instance contre le donateur.

Remboursement des contributions inadmissibles

Les tiers annonceurs doivent rembourser une contribution faite ou acceptée en contravention de la *Loi de 1996 sur les élections municipales* dès qu'ils se rendent compte qu'elle est inadmissible. S'ils ne peuvent pas la rembourser à son donateur, ils doivent la verser au ou à la secrétaire de la municipalité.

Les contributions que le tiers doit rembourser ou verser au ou à la secrétaire sont celles qui sont :

- faites en dehors de la période de campagne;
- faites par un donateur anonyme (sauf les dons de 25 $ ou moins reçus lors d'une activité de financement);
- faites par un donateur inadmissible (par exemple, une personne qui ne réside pas en Ontario, une entreprise qui n'est pas une personne morale);
- supérieures au montant maximal de 1 200 $ par personne ou au montant maximal global de 5 000 $;
- faites en espèces et supérieures à 25 $; faites à partir de fonds qui n'appartiennent pas au donateur.

Contributions inutilisées

Si la campagne se termine avec un excédent, le tiers annonceur a le droit de récupérer la valeur de ses propres contributions. S'il s'agit d'un particulier, il ou elle peut aussi récupérer la valeur des contributions faites par son conjoint ou sa conjointe. Si, après déduction de ces contributions, il y a toujours un excédent, celui-ci doit être versé au ou à la secrétaire de la municipalité.

Un tiers annonceur n'a pas le droit de rembourser les autres contributions inutilisées.

Activités de financement

Les activités de financement sont des activités qui sont organisées principalement en vue de recueillir des fonds pour la campagne publicitaire d'un tiers.

Si un tiers annonceur a créé des dépliants ou du matériel publicitaire qui incluent une phrase invitant à faire une contribution ou expliquant comment le faire, alors la production dudit dépliant ne constitue pas une dépense relative à une activité de financement, car son but premier est de persuader les électeurs et électrices de voter d'une certaine façon, non de collecter des fonds.

Les activités de financement ne peuvent avoir lieu qu'au cours de la période de campagne publicitaire. Les tiers annonceurs doivent inscrire dans l'état financier de leur campagne les recettes brutes, y compris celles provenant de la vente de billets et d'autres sources, ainsi que les dépenses liées à chacune de leurs activités de financement.

Si des billets sont vendus pour une activité, le prix de chaque billet est considéré comme une contribution à la campagne publicitaire, et un reçu doit être délivré à quiconque achète des billets. Si le prix des billets est supérieur à 25 $, le paiement ne peut être fait en espèces.

Recettes de la campagne publicitaire

Si, pour recueillir des fonds, des biens ou des services sont vendus à un prix supérieur à leur valeur marchande, la différence entre leur juste valeur marchande et le montant de leur vente constitue une contribution. Si le bien ou le service est vendu 25 $ ou moins, la somme payée est considérée comme une recette de la campagne et non une contribution.

Dépenses de la campagne publicitaire

Dépenses

Les dépenses de la campagne publicitaire sont les dépenses qui sont engagées au cours de la campagne relativement aux publicités de tiers. Elles comprennent les coûts directement liés à la production, à la distribution et à la publication de publicités, ainsi que les coûts indirects visant, par exemple, l'embauche d'une personne pour inscrire les contributions et délivrer les reçus.

La valeur des biens et des services fournis à la campagne publicitaire constitue également une dépense. Elle doit être traitée comme si le donateur avait fait don d'une somme d'argent au tiers annonceur que ce dernier a ensuite utilisée pour acheter les biens et services en question à leur juste valeur marchande – la contribution et les dépenses doivent être inscrites.

Les paiements des dépenses doivent être prélevés sur le compte bancaire de la campagne publicitaire. Si des articles sont achetés avec une carte de crédit, le tiers annonceur doit conserver des preuves montrant que ces dépenses ont été remboursées à partir du compte de la campagne.

Les taxes comme la TVH payées sur les achats doivent être incluses dans le montant des dépenses.

Les tiers annonceurs peuvent seulement engager des dépenses au cours de leur période de campagne publicitaire, à l'exception des dépenses liées à la préparation du rapport du vérificateur. Si un tiers a l'obligation de joindre ce rapport à son état financier, il peut engager les dépenses à cet égard après la fin de la période de campagne publicitaire. Ces dépenses doivent également être inscrites dans l'état financier.

Montant maximal des dépenses

Le montant maximal des dépenses générales de la campagne publicitaire d'un tiers annonceur est calculé en fonction du nombre d'électeurs et d'électrices qui ont le droit de voter dans la municipalité où le tiers est inscrit. Ce montant est calculé en additionnant 5 000 $ et 0,05 $ par électeur et électrice admissible, jusqu'à concurrence de 25 000 $.

Exemples :

Le montant maximal des dépenses d'un tiers annonceur qui est inscrit dans une municipalité comptant 50 000 électeurs et électrices est de 7 500 $.

Dans le cas d'un tiers inscrit dans une municipalité comptant 500 000 électeurs et électrices, ce montant est de 25 000 $. En effet, la somme de 5 000 $ plus 0,05 $ par électeur et électrice donne 30 000 $ et, par conséquent, le maximum de 25 000 $ s'applique.

Lorsqu'un tiers annonceur s'inscrit dans une municipalité, le ou la secrétaire de la municipalité lui fournit une estimation du montant maximal de ses dépenses générales. L'estimation est basée sur le nombre d'électeurs et d'électrices lors de l'élection précédente.

Au plus tard le 30 septembre 2026, le ou la secrétaire doit communiquer au tiers le montant maximal définitif de ses dépenses générales qui est fondé sur le nombre de personnes inscrites sur la liste électorale pour l'élection en cours.

Si le montant maximal estimatif des dépenses diffère du montant définitif communiqué en septembre, le plus élevé des deux devient le montant maximal officiel des dépenses générales. Le ou la secrétaire fournit également le montant maximal des dépenses que le tiers peut engager relativement à des célébrations et à d'autres marques de reconnaissance.

Types de dépenses

La plupart des dépenses seront incluses dans le montant maximal des dépenses générales, à l'exception des dépenses suivantes :

- les dépenses relatives à la tenue d'une activité de financement; les dépenses relatives à une vérification de conformité;
- les dépenses qui ont été engagées par un tiers annonceur inscrit qui est un particulier handicapé, qui sont directement liées à ce handicap et qui n'auraient pas été engagées en l'absence de l'élection;
- les frais de comptabilité et de vérification.

Pour que les dépenses engagées pour une activité ou un article quelconque soient exclues du montant maximal des dépenses, il faut que le but principal de cette activité ou de cet article soit de recueillir des fonds. Le fait de mentionner accessoirement la possibilité de faire des contributions ne suffit pas à établir qu'une activité ou un article a pour but de recueillir des fonds.

Période d'application du montant maximal des dépenses générales

Le montant maximal des dépenses vise les dépenses qui sont engagées du premier jour de la campagne publicitaire (soit le jour où le tiers annonceur est inscrit) jusqu'au jour du scrutin. Les dépenses engagées après le jour du scrutin jusqu'à la fin de la campagne publicitaire ne sont pas incluses dans ce montant maximal.

Le montant maximal s'applique également aux dépenses engagées par un tiers annonceur avant le jour du scrutin, mais que le tiers annonceur ne paie qu'après le jour du scrutin.

Montant maximal des dépenses engagées pour des célébrations et d'autres marques de reconnaissance

Un montant maximal distinct s'applique aux dépenses engagées relativement à des célébrations et à d'autres marques de reconnaissance après la clôture du scrutin. Ce montant est égal à 10 % du montant maximal des dépenses générales, jusqu'à concurrence de 2 500 $.

Exemple :

Le montant maximal des dépenses générales d'un tiers annonceur est de 20 000 $. Le montant maximal des dépenses qu'il peut engager pour organiser une célébration le soir du vote et donner des marques de reconnaissance, par exemple des cadeaux, aux membres de la campagne publicitaire est de 2 000 $. Ces dépenses ne sont pas incluses dans le montant maximal de 20 000 $ qui s'applique aux dépenses générales.

Les dépenses engagées pour des célébrations et d'autres marques de reconnaissance font l'objet de ce montant maximal distinct, que ces dépenses soient engagées avant ou après le jour du scrutin.

Inventaire des biens de la campagne publicitaire

Si un tiers annonceur inscrit désire réutiliser les biens qu'il lui reste de la dernière campagne publicitaire (par exemple, des affiches ou des fournitures de bureau), il doit établir la valeur marchande de ces biens, c'est-à-dire leur coût actuel. Le tiers doit inscrire comme une dépense la valeur marchande actuelle de ces biens.

Les biens qu'il reste à la fin de la campagne publicitaire deviennent la propriété du tiers annonceur. Si le tiers souhaite garder des articles, tels que des affiches, pour une prochaine élection, les frais d'entreposage ne constituent pas des dépenses liées à la campagne publicitaire.

N. B. à l'intention des comptables Il faut inscrire la valeur de tous les biens comme une dépense, qu'il reste ou non des biens utilisés ou inutilisés à la fin de la campagne publicitaire. Il ne faut pas déduire des dépenses de la campagne la valeur des biens inutilisés, car cela créerait, sur papier, un excédent dont le candidat ou la candidate ne dispose pas en réalité.

Excédent et déficit

Si la campagne publicitaire a un excédent une fois que le tiers annonceur s'est remboursé ses propres contributions (et, si le tiers annonceur est un particulier, son conjoint ou sa conjointe), il doit le verser au ou à la secrétaire de la municipalité lorsqu'il dépose son état financier. Cet excédent sera détenu en fiducie, et le tiers annonceur pourra s'en servir s'il engage des dépenses relatives à une vérification de conformité. S'il n'a pas besoin de l'excédent pour ces dépenses, l'excédent devient la propriété de la municipalité.

Si les dépenses liées à la campagne publicitaire du tiers dépassent les recettes, la campagne accusera un déficit.

Publicités liées à une campagne électorale

Lorsqu'une publicité liée à une campagne électorale est diffusée par les médias imprimés, électroniques ou autres, y compris la radiodiffusion, le radiodiffuseur ou l'éditeur de la publicité doit disposer des renseignements suivants :

- une copie écrite du nom du candidat ou de la candidate, ainsi que le nom, l'adresse et le numéro de téléphone d'affaires de la personne qui traite avec le radiodiffuseur ou l'éditeur selon les directives du candidat ou de la candidate (cette personne peut également être le candidat ou la candidate);
- une copie de la publicité (ou les moyens de la reproduire aux fins d'examen);
- un relevé des frais demandés pour la diffusion de la publicité.

Le radiodiffuseur ou l'éditeur doit conserver ces renseignements pendant quatre ans après la date de diffusion de la publicité et permettre au public de les examiner au cours de cette période.

Vous devez indiquer le nom du radiodiffuseur ou de l'éditeur ainsi que ses coordonnées à l'annexe 3 de l'état financier de votre campagne (Formulaire 8).

État financier de la campagne publicitaire

Chaque tiers annonceur doit déposer à temps un état financier complet et exact.

La date limite de dépôt des états financiers est à 14 h le dernier vendredi du mois de mars suivant l'élection. Dans la mesure où le 26 mars 2027 est le Vendredi saint et que le 29 mars est le lundi de Pâques, les états financiers **peuvent être déposés auprès du ou de la secrétaire jusqu'à 14 h le mardi 30 mars 2027.**

Les tiers annonceurs doivent utiliser le formulaire 8 (Le formulaire 4 vise l'état financier des candidats et candidates.)

Même si c'est une ou un comptable qui remplit l'état financier, c'est au tiers annonceur de s'assurer que l'état financier est complet, exact et déposé à temps.

Il n'est pas nécessaire de présenter l'original de l'état financier. Veuillez communiquer avec le ou la secrétaire de la municipalité pour savoir si l'état financier peut être déposé par voie électronique.

Le particulier, la personne morale ou le syndicat qui s'est inscrit dans plus d'une municipalité doit déposer un état financier distinct de la campagne auprès du ou de la secrétaire de chaque municipalité.

Si un tiers annonceur n'a reçu aucune contribution ni engagé aucune dépense, il doit uniquement remplir l'état financier à la première page avant de le signer.

Si un tiers annonceur a reçu des contributions ou engagé des dépenses, il doit remplir toutes les sections applicables de l'état financier.

Si le total des contributions à la campagne publicitaire ou le total des dépenses engagées pour cette campagne dépasse 10 000 $, l'état financier doit être vérifié, et le rapport du vérificateur doit être joint à l'état financier lorsqu'il est déposé auprès du ou de la secrétaire de la municipalité.

Dépôt avant l'échéance

Un tiers annonceur peut déposer l'état financier de sa campagne après qu'il a mis fin à sa campagne publicitaire. S'il dépose son état financier avant l'échéance et découvre qu'il contient une erreur, il peut déposer un état corrigé avant l'échéance du 33 mars 2027. L'état financier original est réputé avoir été retiré lorsque l'état corrigé est déposé. Un tiers annonceur ne peut pas retirer un état financier sans déposer en même temps un état corrigé.

Prorogation du délai

Si un tiers annonceur ne peut pas déposer son état financier à temps, il peut demander une prorogation à la Cour supérieure de justice avant le 30 mars 2027.

Délai de grâce pour le dépôt

Si un tiers annonceur n'a pas déposé son état financier au plus tard à la date limite, il peut le déposer dans les 30 jours suivant cette date à condition de payer à la municipalité des droits pour dépôt tardif de 500 $. Ce délai de grâce se termine à 14 h le 29 avril 2027.

Peine dans le cas d'un dépôt tardif

Le particulier, la personne morale ou le syndicat qui n'a pas déposé son état financier dans le délai de grâce de 30 jours et qui n'a pas demandé au tribunal de proroger le délai avant la date limite du 30 mars ne pourra s'inscrire à titre de tiers annonceur dans la municipalité qu'après les élections de 2030.

Si un tiers n'a pas déposé son état financier dans le délai de grâce de 30 jours, il peut quand même le déposer afin que ses finances soient officiellement consignées. Le ou la secrétaire acceptera l'état financier et le rendra public. Les peines prévues continueront de s'appliquer.

Prolongation de la campagne publicitaire

Si la campagne publicitaire accuse un déficit, le tiers annonceur peut la prolonger pour mener d'autres activités de financement.

Un tiers annonceur peut prolonger sa campagne publicitaire en avisant le ou la secrétaire de la municipalité au plus tard le 31 décembre 2026 à l'aide du formulaire intitulé Avis de prolongation de la période de campagne (Formulaire 6). La période de campagne prolongée prend fin le premier des jours suivants :

- le jour où le tiers annonceur informe par écrit le ou la secrétaire qu'il met fin à sa campagne publicitaire et qu'il n'accepte plus de contributions;
- le 30 juin 2027.

Si un tiers prolonge sa campagne publicitaire, il doit déposer deux états financiers :

- un premier état financier visant sa campagne publicitaire jusqu'au 31 décembre 2027 (à déposer au plus tard le 30 mars 2027);
- un état financier supplémentaire comprenant l'information fournie dans le premier et l'information financière relative à la période de prolongation de la campagne publicitaire.

L'état financier supplémentaire doit être déposé auprès du ou de la secrétaire de la municipalité au plus tard à 14 h le vendredi 24 septembre 2027. Dans ce cas, il y a également un délai de grâce de 30 jours pendant lequel l'état financier peut être déposé à condition de payer les droits pour dépôt tardif de 500 $.

Rapport du vérificateur

Un vérificateur doit examiner l'état financier d'un tiers annonceur et rédiger un rapport si, selon le cas :

- les dépenses liées à la campagne publicitaire dépassent 10 000 $;
- le total des contributions reçues dépasse 10 000 $;
- les dépenses et les contributions dépassent respectivement 10 000 $.

Le rapport du vérificateur doit être préparé par un vérificateur titulaire d'un permis délivré en vertu de la *Loi de 2004 sur l'expertise comptable*. Avant de retenir les services d'un vérificateur pour produire ce rapport, le tiers annonceur devrait vérifier que cette personne possède bien ce permis.

Un tiers annonceur peut engager des dépenses relatives au rapport du vérificateur après le 31 décembre 2026. Ces dépenses ne sont pas incluses dans le montant maximal, mais doivent figurer dans l'état financier qui sera déposé.

Conformité et exécution

Peines automatiques

Aux termes de la *Loi de 1996 sur les élections municipales*, une peine automatique est imposée dans les situations suivantes :

- un tiers annonceur ne dépose pas son état financier dans le délai de grâce de 30 jours et n'a pas demandé au tribunal de proroger le délai de dépôt avant la date limite pour ce faire;
- l'état financier montre que le tiers annonceur a dépassé le montant maximal des dépenses fixé;
- un tiers ne verse pas l'excédent de sa campagne au ou à la secrétaire de la municipalité lorsqu'il dépose son état financier.

La peine automatique prévue dans ces situations est que le particulier, la personne morale ou le syndicat ne pourra s'inscrire comme tiers annonceur dans la municipalité qu'après les élections de 2030.

Vérifications de conformité

Chaque municipalité et chaque conseil scolaire doit former un comité de vérification de conformité.

Si une personne qui a le droit de voter pense qu'un tiers annonceur n'a pas respecté les règles relatives au financement des campagnes, elle peut demander une vérification de conformité du financement de la campagne publicitaire du tiers. Elle doit présenter sa demande par écrit et y énoncer les raisons pour lesquelles elle pense que le tiers n'a pas respecté les règles.

Une demande de vérification de conformité doit être présentée au ou à la secrétaire de la municipalité où le tiers annonceur est inscrit dans les 90 jours qui suivent la date limite de dépôt de l'état financier de la campagne publicitaire.

Le comité de vérification de conformité examine la demande, puis décide d'y donner suite ou de la rejeter. Le tiers dispose de 15 jours après la décision du comité pour en interjeter appel devant la Cour supérieure de justice.

Si le comité décide de donner suite à la demande, il nomme un vérificateur qui est chargé de vérifier la conformité de la campagne publicitaire du tiers aux règles de financement applicables. Le vérificateur a le droit de consulter tous les dossiers et documents financiers relatifs à la campagne publicitaire. Il produira un rapport, dont le tiers annonceur pourra recevoir un exemplaire.

Le comité de vérification de conformité se réunit pour examiner le rapport du vérificateur. Si le rapport conclut qu'il semble effectivement y avoir contravention à *la Loi de 1996 sur les élections municipales*, le comité décide s'il y a lieu d'entamer une action en justice.

Le comité de vérification de conformité n'a pas le pouvoir d'imposer des peines. Seul un tribunal peut décider si un tiers annonceur a contrevenu à la loi et, le cas échéant, quelles peines il y a lieu de lui imposer.

Toute personne qui ne veut pas ou ne peut pas demander une vérification de conformité peut décider de lancer sa propre action en justice. Une action en justice liée à l'élection de 2026 doit être lancée au plus tard le 15 novembre 2030.

Peines

Si un tribunal déclare une personne coupable d'une infraction, il peut lui imposer les peines suivantes :

- une amende d'au plus 25 000 $;
- un emprisonnement d'au plus six mois;
- la perte du droit de s'inscrire comme tiers annonceur jusqu'à ce que la prochaine élection régulière ait eu lieu;
- la perte du droit de présenter sa candidature ou de voter lors de la prochaine élection ordinaire (dans le cas de corruption ou d'autres manœuvres frauduleuses).

La personne morale ou le syndicat qui est déclaré coupable d'une infraction est passible d'une amende d'au plus 50 000 $ et de la perte de son droit de s'inscrire comme tiers annonceur jusqu'à ce que la prochaine élection régulière ait eu lieu.

Si le juge reconnaît un tiers coupable d'avoir dépassé le montant maximal de ses dépenses, il peut aussi lui imposer une amende égale à l'excédent de ses dépenses.

Comment remplir l'état financier

Renseignements généraux

Tous les tiers annonceurs doivent déposer un état financier, y compris ceux qui ont retiré leur inscription.

Les tiers annonceurs doivent utiliser le formulaire 8.

Tous les tiers annonceurs inscrits doivent remplir la section A : Nom de l'inscrit, et la section B : Déclaration.

- Si le tiers annonceur a reçu des contributions ou s'il a engagé des dépenses, il doit fournir les renseignements demandés aux sections C et D et aux annexes 1 et 2, s'il y a lieu. Il sera sans doute plus facile de remplir le formulaire en commençant par les sections les plus détaillées, notamment les tableaux à l'annexe 1, plutôt que par l'État des recettes et des dépenses de la campagne.

Si le tiers annonceur a reçu des contributions ou engagé des dépenses supérieures à 10 000 $, le rapport d'un vérificateur doit être joint à l'état financier.

L'état financier rempli doit être présenté au ou à la secrétaire de la municipalité au plus tard à **14 h le 30 mars 2027)**.

Les états financiers supplémentaires doivent être présentés au ou à la secrétaire au plus tard à **14 h le 24 septembre 2027)**.

Conseils pour remplir le formulaire 8

Voici des détails sur la façon de remplir correctement l'état financier de la campagne publicitaire.

Section A : Nom de l'inscrit

Indiquez le montant maximal des dépenses générales et le montant maximal des dépenses engagées relativement à des célébrations et à d'autres marques de reconnaissance.

N. B. Des peines automatiques s'appliqueront si le formulaire indique un dépassement de l'un des montants maximaux des dépenses.

Section B : Déclaration

En signant le formulaire, vous déclarez que les renseignements fournis dans votre état financier sont fidèles et exacts. Même si quelqu'un d'autre a produit l'état financier, l'inscrit (ou son représentant) est responsable de l'exactitude de son contenu.

Section C : État des recettes et des dépenses de la campagne

Prêt

Si un prêt est consenti pour financer une campagne publicitaire, il faut indiquer le nom de la banque ou d'un autre établissement de crédit reconnu, ainsi que le montant du prêt.

Un prêt est autorisé uniquement s'il provient d'une banque ou d'un autre établissement de crédit reconnu en Ontario, et le montant du prêt doit être versé directement dans le compte de la campagne. Le tiers annonceur n'a pas le droit d'accepter un prêt de membres de sa famille ni d'un compte de société auquel il a accès.

Un prêt n’est pas considéré comme une recette de la campagne publicitaire, et son remboursement ne constitue pas non plus une dépense de la campagne. Cependant, si le prêt est garanti par le tiers annonceur (ou son conjoint ou sa conjointe, si le tiers est un particulier) et que la campagne ne le rembourse pas entièrement, le solde du prêt est considéré comme une contribution (étant donné que la personne qui a garanti le prêt fournit essentiellement à la campagne l’argent nécessaire pour rembourser le prêt).

Les intérêts que la campagne paie sur le prêt constituent une dépense de la campagne publicitaire.

Recettes

Les recettes de la campagne d’un tiers annonceur comprennent toutes les contributions qui ont été versées par le tiers inscrit, son conjoint ou sa conjointe (si le tiers est un particulier) et d’autres donateurs admissibles. Cela inclut la valeur des biens et services fournis. Les recettes comprennent également les remboursements de dépôts, l’intérêt accumulé dans le compte bancaire de campagne du tiers inscrit et les recettes générées par des événements de collecte de fonds ou des activités qui ne constituent pas une contribution (par exemple, la vente de rafraîchissements à leur valeur marchande par le tiers annonceur).

Dépôt pour les affiches

Si la municipalité exige un dépôt pour les affiches électorales, il faut inscrire ce montant comme une dépense publicitaire de la campagne payée à partir des fonds de la campagne. Si le tiers annonceur inscrit obtient le remboursement de son dépôt, il doit inscrire ce montant dans les recettes.

Dépenses

Les dépenses de la campagne incluent la valeur de tous les biens et services qui ont été fournis à la campagne (comme si leurs donateurs avaient contribué des sommes d’argent que la campagne a ensuite dépensées pour obtenir les biens et les services en question).

Le montant maximal des dépenses générales s’applique seulement aux dépenses engagées jusqu’à la fin du jour du scrutin. Il ne s’applique pas aux dépenses engagées après la journée de scrutin.

N. B. Une dépense demeure assujettie au montant maximal des dépenses générales si elle est engagée avant le jour du scrutin, mais payée après ce jour.

Certains genres de dépenses ne sont pas visés par le montant maximal des dépenses générales même si elles sont engagées avant le jour du scrutin.

Les dépenses engagées pour des célébrations et d'autres marques de reconnaissance après la clôture du scrutin sont assujetties au montant maximal pour ce type de dépenses, peu importe le moment où elles ont été engagées.

Section D : Calcul de l'excédent ou du déficit

Déficit de la campagne

Dans le haut de la section D, vous devez soustraire le montant total des dépenses de votre campagne du montant total de ses recettes. Si les dépenses dépassent les recettes, la campagne accusera un déficit.

Si la campagne a été prolongée afin de recueillir des fonds, le tiers annonceur inscrit doit quand même déposer un état financier présentant la situation financière de la campagne au plus tard le 31 décembre 2026.

Excédent de la campagne

Dans le haut de la section D, vous devez soustraire le montant total des dépenses de votre campagne du montant total de ses recettes. Si les recettes sont supérieures aux dépenses, la campagne publicitaire a un excédent.

Le tiers annonceur a le droit de récupérer sur l'excédent les contributions versées par l'inscrit ou, si le tiers annonceur est un particulier, par son conjoint ou sa conjointe. Par exemple, si votre campagne a un excédent de 500 $ et que l'inscrit a contribué 400 $ à la campagne publicitaire, le tiers peut déduire 400 $, ce qui ramène l'excédent de votre campagne à 100 $. Si l'excédent est de 500 $ et que l'inscrit a contribué 600 $, le tiers annonceur peut déduire 500 $ de sa contribution, ce qui ramène le solde de la campagne à 0 $. Le tiers annonceur ne peut pas déduire plus que la valeur de l'excédent.

Si, après déduction des contributions faites par l'inscrit ou par son conjoint ou sa conjointe (si le tiers annonceur est un particulier), la campagne a toujours un excédent, ces fonds doivent être versés au ou à la secrétaire.

Annexe 1 : Contributions

L'annexe 1 présente un résumé des contributions à la campagne publicitaire.

Les tableaux suivants font partie de l'annexe 1 et doivent être remplis, le cas échéant :

- Tableau 1 : Contributions en biens et services
- Tableau 2 : Inventaire des biens et fournitures provenant de la campagne précédente et utilisés dans cette campagne
- Tableau 3 : Contributions monétaires (plus de 100 $ par donateur) provenant d'autres sources que l'inscrit ou son conjoint ou sa conjointe
- Tableau 4 : Contributions monétaires (plus de 100 $ par donateur) provenant de personnes morales ou d'organisations syndicales
- Tableau 5 : Contributions en biens et services (plus de 100 $ par donateur) provenant d'autres sources que l'inscrit ou son conjoint ou sa conjointe
- Tableau 6 : Contributions en biens et services (plus de 100 $ par donateur) provenant de personnes morales ou d'organisations syndicales

Contributions de l'inscrit ou de son conjoint ou sa conjointe

Inscrivez ces montants sur les lignes prévues à cet effet à l'annexe 1.

N. B. Inscrivez le montant total des contributions versées par l'inscrit ou, s'il s'agit d'un particulier, par son conjoint ou sa conjointe, y compris les sommes remboursées à même un excédent.

Contributions totalisant 100 $ ou moins

Il n'est pas nécessaire d'identifier individuellement les donateurs qui ont contribué 100 $ ou moins au total. Le montant total versé par ces donateurs sera traité comme un paiement unique et indiqué dans la partie supérieure de l'annexe 1.

Si une contribution de source anonyme ne dépasse pas 100 $, incluez-la dans le total des contributions de 100 $ ou moins par donateur. Les contributions de sources anonymes de plus de 25 $ doivent être versées au ou à la secrétaire de la municipalité.

Biens et services fournis par l'inscrit ou (s'il s'agit d'un particulier) par son conjoint ou sa conjointe

Si l'inscrit, son conjoint ou sa conjointe (si le tiers annonceur est un particulier) fournit des biens et des services à la campagne publicitaire, ces dons doivent être indiqués dans les contributions. Inscrivez les contributions dans le tableau 1 de l'annexe 1.

Inventaire des biens et fournitures provenant de la campagne municipale précédente et utilisés dans cette campagne

Les biens restants d'une campagne publicitaire précédente qui sont réutilisés par le tiers annonceur constituent une contribution sous forme de biens à sa nouvelle campagne. Vous devez établir la valeur marchande actuelle de ces biens (p. ex. s'il reste 100 affiches de 2022 et qu'elles sont réutilisées, vous devez établir le prix d'achat de ces mêmes 100 affiches en 2026) et l'inscrire au tableau 2. Ce montant doit également figurer dans les dépenses de la campagne.

Contributions totalisant plus de 100 $

Si une personne fait une ou plusieurs contributions dont la valeur totale dépasse 100 $ (y compris la valeur de biens et de services et le coût de billets lors d'une activité de financement), vous devez inscrire toutes ces contributions dans les tableaux de l'annexe 1 (tableaux 3 à 6).

Si une contribution de source anonyme dépasse 100 $, vous devez l'inclure dans le total des contributions de plus de 100 $ par donateur et l'inscrire dans le tableau approprié (en indiquant « anonyme » comme nom du donateur). Les contributions de sources anonymes de plus de 25 $ doivent être versées au ou à la secrétaire de la municipalité.

N. B. C'est le montant total versé par un donateur qui importe – si une personne achète un billet pour une activité de financement au coût de 50 $ puis, plus tard durant la campagne, contribue 75 $ additionnels, chacune de ces deux contributions doit être inscrite aux tableaux appropriés, car leur total dépasse 100 $.

Les donateurs admissibles peuvent faire don de biens et de services à la campagne publicitaire. Vous devez inscrire ces dons à la fois comme des contributions et comme des dépenses (comme si le donateur avait fait don d'une somme d'argent que la campagne a ensuite utilisée pour acheter les biens et les services en question).

Les personnes morales et les organisations syndicales peuvent faire des contributions, y compris en biens et services, à des tiers annonceurs.

Annexe 2 : Événements et activités de financement

Aucun montant maximal ne s'applique aux coûts engagés pour des événements ou activités de financement. Toutefois, pour être considérée comme un coût d'une activité de financement, une dépense doit être principalement liée à cette activité et non à la

promotion de la campagne publicitaire. Une collecte de fonds qui a lieu en marge d'une activité de promotion ne fait pas de celle-ci une activité de financement. De la même façon, une ligne au bas d'un dépliant électoral qui demande aux gens de faire un don à la campagne ne fait pas des coûts de production de ce dépliant une dépense liée à une activité de financement.

Si vous avez inclus les coûts d'une activité de financement à la section C, vous devez fournir des détails concernant cette activité à l'annexe 2.

Les contributions reçues lors d'une activité de financement peuvent inclure :

- le prix du billet;
- si des biens ou des services sont vendus, la somme provenant de la vente qui dépasse leur valeur marchande (p. ex. si un article d'une valeur de 100 $ est vendu 175 $, son acheteur a fait une contribution de 75 $ à la campagne);
- les chèques personnels recueillis auprès de donateurs pendant l'activité.

Si des donateurs ont fait don de biens ou de services pour l'activité de financement, vous devez inscrire ces dons à la fois comme des contributions et comme des dépenses.

Vous devez inscrire ces contributions à l'annexe 1 et, si le total des contributions d'un donateur est supérieur à 100 $, vous devez en fournir le détail dans les tableaux appropriés. Pour de plus amples renseignements, consultez la section ci-dessus portant sur les contributions.

Une activité de financement peut aussi rapporter des recettes qui ne sont pas considérées comme une contribution, par exemple :

- si des biens ou des services sont vendus, la valeur marchande des biens et services vendus (p. ex., si un article d'une valeur de 100 $ est vendu 175 $, 100 $ de ce montant constituent des recettes);
- le montant payé pour des biens ou des services vendus pour 25 $ ou moins.

Contributions de sources anonymes

Vous pouvez accepter les contributions de sources anonymes d'au plus 25 $ chacune reçues lors d'une activité de financement (recueillies, p. ex., en faisant circuler un chapeau

ou dans un bocal). Déclarez à l'annexe 2 la somme totale provenant de ces dons lors de cette activité.

Toutes les autres contributions de sources anonymes doivent être versées au ou à la secrétaire de la municipalité.

Faites la soustraction de la contribution comme payée ou payable au ou à la secrétaire pour arriver au total des contributions de la partie II de l'annexe 2.

Annexe 3 : Radiodiffuseurs et éditeurs

Si vous diffusez ou publiez de la publicité dans le cadre de votre campagne, vous devez indiquer le nom du radiodiffuseur ou de l'éditeur ainsi que ses coordonnées.

Rapport du vérificateur

Si les dépenses de votre campagne publicitaire ou les contributions que vous avez reçues dépassent 10 000 $, vous devez demander à un vérificateur d'examiner votre état financier et de fournir un rapport.

Le rapport du vérificateur doit être préparé par un vérificateur titulaire d'un permis délivré en vertu de la *Loi de 2004 sur l'expertise comptable*. Avant de retenir les services d'un vérificateur pour produire ce rapport, vérifiez que cette personne possède bien ce permis.

Où trouver les formulaires mentionnés dans ce guide

On peut obtenir les formulaires du ou de la secrétaire de la municipalité ou les télécharger à partir du Répertoire central des formulaires du gouvernement de l'Ontario.

État financier – Dépenses subséquentes (Formulaire 5)

Avis de prolongation de la période de campagne (Formulaire 6)

Avis d'inscription – Tiers (Formulaire 7)

État financier – Rapport du vérificateur – Tiers (Formulaire 8)