

2018

Guide sur la publicité de tiers au cours des élections municipales et scolaires en Ontario

Guide 2018 sur la publicité de tiers au cours des élections municipales et scolaires en Ontario

Le présent guide s'adresse aux personnes et aux entités qui désirent s'inscrire comme tiers qui font diffuser de la publicité de tiers pour les élections municipales et scolaires de 2018. Les renseignements fournis s'appliquent également aux élections partielles tenues au cours du mandat 2018-2022 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](#)

Table des matières

Accès rapide aux liens.....	1
Renseignements généraux.....	1
Ce qui constitue de la publicité de tiers.....	2
Inscription.....	4
Responsabilités des tiers inscrits	6
Règles relatives au financement.....	7
Conformité et exécution	19
Comment remplir l'état financier	21
Où trouver les formulaires	22
Comment nous joindre	23

Accès rapide aux liens

Les liens suivants sont fournis dans la version électronique du présent guide :

Répertoire central des formulaires de l'Ontario – liens vers les formulaires électoraux : www.forms.ssb.gov.on.ca (taper « élection municipale » dans la zone de recherche rapide).

Ministère des Affaires municipales – ressources relatives aux élections municipales : www.ontario.ca/electionsmunicipales.

Ministère des Affaires municipales – adresse de courriel pour les élections : mea.info@ontario.ca.

Renseignements généraux

Avant 2018, la publicité de tiers n'était pas réglementée pour les élections municipales et scolaires. Les personnes et entités qui voulaient diffuser de la publicité ou distribuer du matériel pour soutenir un candidat ou une candidate ou s'y opposer n'avaient pas l'obligation de s'identifier, pouvaient dépenser autant d'argent qu'elles le voulaient et n'étaient pas tenues de présenter à quiconque un rapport sur leurs activités publicitaires ou financières.

De récentes modifications à la *Loi de 1996 sur les élections municipales* ont établi le cadre réglementaire s'appliquant à la publicité de tiers. Le présent guide explique quelles personnes et entités peuvent s'inscrire comme tiers qui fait diffuser de la publicité de tiers, ce que l'inscription leur permet de faire et les règles que doivent suivre les tiers inscrits.

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 inscrits qui font diffuser de la publicité de tiers et les personnes et entités qui veulent s'inscrire.

C'est au bureau du ou de la secrétaire que doivent être déposés les formulaires, par exemple le formulaire d'inscription et les états financiers de la campagne. 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 l'hôtel de ville 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.

Ce qui constitue de la publicité de tiers

La publicité de tiers est la publicité ou le matériel 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. Dans ce contexte, un tiers 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. Cela comprend les annonces traditionnelles et le matériel comme des dépliants ou des affiches.

Ce qui ne constitue pas de la publicité de tiers

Les activités qui n'exigent pas de dépenser de l'argent, par exemple discuter avec d'autres ou faire part de son opinion 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. Exemples :

- parler avec des amis ou des voisins;
- publier quelque chose sur les médias sociaux (Twitter, 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.

Quand les règles s'appliquent-elles?

La *Loi de 1996 sur les élections municipales* fixe une période de restriction pour la publicité de tiers. La période de restriction commence le 1^{er} mai de l'année de l'élection et prend fin à la clôture du scrutin le jour du scrutin. Pour les élections de 2018, la période de restriction commence le 1^{er} mai 2018 et se termine à la clôture du scrutin le 22 octobre 2018.

Les candidats et candidates peuvent commencer à déposer leur déclaration de candidature le 1^{er} mai. Si une personne ou une entité veut dépenser de l'argent avant le 1^{er} mai pour des affiches ou 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 1^{er} mai, toutes les affiches doivent être enlevées et la publicité cesser.

Qui peut être un tiers qui fait diffuser de la publicité de tiers

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 qui fait diffuser de la publicité de tiers :

- 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 réputées une seule personne morale si la même personne ou le même groupe de personnes 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 doit être faite de façon indépendante du candidat ou de la 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 qui fait diffuser de la publicité de tiers

Les personnes qui présentent leur candidature à un poste au sein d'un conseil municipal ou scolaire ne peuvent pas s'inscrire comme tiers qui font diffuser de la publicité de tiers 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 engager de dépenses visant de la publicité de tiers dans des élections municipales. Par exemple, les associations de quartier, les clubs ou les regroupements professionnels ne peuvent pas s'inscrire comme tiers ni faire de contributions à des tiers qui font diffuser de la publicité de tiers. Toutefois, les membres de ces entités peuvent s'inscrire comme tiers individuels qui font diffuser de la publicité de tiers et peuvent également faire des contributions à titre de particuliers.

Les candidats et candidates à une élection provinciale ne peuvent pas s'inscrire comme tiers. Ils peuvent s'inscrire après l'élection provinciale lorsqu'ils ne sont plus candidats ou candidates.

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

Inscription

Pour être un tiers qui fait diffuser de la publicité de tiers 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 peuvent s'inscrire dans toute municipalité de palier inférieur ou à palier unique (ville, canton, etc.), mais non dans une municipalité de palier supérieur (région ou comté).

Le tiers inscrit dans une municipalité a le droit de faire diffuser de la publicité destinée aux électeurs et électrices dans cette municipalité. Un tiers peut faire diffuser de la publicité de tiers favorable ou défavorable à n'importe lequel des candidats et candidates pour lesquels voteront les électeurs et électrices de la municipalité, notamment les candidats et candidates à un poste au sein du conseil local ou scolaire ou à un poste au sein du conseil d'une municipalité de palier supérieur.

Les tiers qui font diffuser de la publicité de tiers 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 peut seulement faire diffuser de la publicité aux électeurs et électrices dans la municipalité où il est inscrit. Il n'y a pas de limite au nombre de municipalités où un 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 ou à la présidence d'une région, il doit s'inscrire dans chaque municipalité.

Date limite d'inscription

Un particulier, une personne morale ou un syndicat peut s'inscrire comme tiers qui fait diffuser de la publicité de tiers à compter du 1^{er} mai 2018 jusqu'à la fermeture des bureaux le vendredi 19 octobre 2018.

Où s'inscrire

Un particulier, une personne morale ou un syndicat doit déposer un [avis d'inscription \(Formulaire 7\)](#) auprès du ou de la secrétaire de la municipalité en personne ou par l'intermédiaire d'un représentant. L'avis déposé doit être l'original, non une copie. Le formulaire ne peut pas non plus être numérisé et envoyé 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.

Inscription dans plus d'une municipalité

Si un tiers qui fait diffuser de la publicité de tiers s'inscrit dans plus d'une municipalité, on considère que chacune des inscriptions vise une campagne publicitaire distincte. Le tiers doit garder chaque campagne publicitaire séparée 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 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 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 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 inscrits

Les tiers qui font diffuser de la publicité de tiers 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 nommer de 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 qui fait diffuser de la publicité de tiers 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 qui fait diffuser de la publicité de tiers. 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 (p. ex. à la radio ou dans un journal), elle doit inclure les renseignements susmentionnés, et le tiers qui fait diffuser de la publicité de tiers doit également fournir au radiodiffuseur ou à l'éditeur les renseignements qui suivent :

- le nom du tiers 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 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.

Le tiers est responsable de l'enlèvement de ses affiches après le jour du scrutin. 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, mais pas pour les élections municipales et scolaires.

Par contre, 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 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 qui fait diffuser de la publicité de tiers doit enlever toutes les affiches et autres publicités, y compris les annonces en ligne.

La campagne publicitaire doit prendre fin le 31 décembre 2018, sauf si elle accuse un déficit et que le tiers 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.

Les états financiers doivent être déposés auprès du ou de la secrétaire au plus tard à 14 h le vendredi 29 mars 2019.

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 doit tenir des dossiers financiers relatifs à sa campagne publicitaire. La *Loi de 1996 sur les élections municipales* n'impose pas de système de comptabilité particulier. 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 bien conserver toute l'information dont ils auront besoin pour remplir ce formulaire.

Chaque tiers doit conserver les dossiers financiers de sa campagne publicitaire jusqu'au 15 novembre 2022, jour où le prochain conseil municipal ou scolaire entrera en fonctions.

Les dossiers du tiers doivent comprendre l'information relative à ce qui suit :

- 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 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 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 particulier, la personne morale ou le syndicat s'inscrit comme tiers qui fait diffuser de la publicité de tiers. Les tiers peuvent s'inscrire à partir du 1^{er} mai 2018 jusqu'à la fermeture des bureaux le vendredi 19 octobre 2018.

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 2018. Ce délai supplémentaire peut servir à accepter d'autres contributions si la campagne n'a pas payé toutes ses dépenses.

Si un tiers est certain qu'il n'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 2018.

Prolongation de la campagne

Si la campagne publicitaire accuse un déficit, le tiers peut la prolonger pour mener d'autres activités de financement. Pour ce faire, il doit en aviser le ou la secrétaire de la municipalité au plus tard le lundi 31 décembre 2018 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 en date des jours suivants :

- le jour où le tiers 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 2019

Compte bancaire

Chaque tiers 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, même s'il ne prévoit faire qu'une très petite campagne publicitaire. Une personne morale ou un syndicat ne peut pas non plus utiliser un compte existant.

Toutes les contributions – y compris celles que le tiers fait pour lui-même – 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

On entend par contributions les sommes d'argent qui sont versées à un tiers, les biens qui lui sont donnés et les services qui lui sont fournis pour la campagne, y compris les sommes et les biens que le tiers donne lui-même.

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

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

Les groupes, tels que des 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.

Quand un tiers peut accepter des contributions

Un tiers peut seulement accepter des contributions après s'être inscrit comme tiers qui fait diffuser de la publicité de tiers, et 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 ce qu'un tiers inscrit (et, si le tiers est un particulier, son conjoint ou sa conjointe) peut contribuer 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 qui fait diffuser de la publicité de tiers. Si un particulier, une personne morale ou un syndicat fait plus d'une contribution (p. ex. fait un don en argent, contribue 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 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 qui fait diffuser de la publicité de tiers. Si une contribution est faite à partir d'un compte joint, il faut qu'elle indique 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 bancaire ou postal ou par toute autre méthode qui indique clairement l'origine des fonds (p. ex. certaines transactions par carte de débit ou de crédit ou virement électronique).

Les tiers qui font diffuser de la publicité de tiers 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 qui font diffuser de la publicité de tiers 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.

Si quelqu'un remet à un tiers un chèque tiré sur un compte joint personnel, le reçu doit être délivré uniquement au nom de la personne qui a signé le chèque. La contribution ne peut venir que d'une seule personne.

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

Un tiers a intérêt à tenir un registre des noms et adresses de tous les 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 qui font diffuser de la publicité de tiers 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 qui font diffuser de la publicité de tiers 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 qui font diffuser de la publicité de tiers doivent rembourser une contribution faite ou acceptée en contravention de la loi 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 (p. ex. 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.

Remboursement des contributions inutilisées

Si la campagne publicitaire se termine avec un excédent, le tiers peut récupérer sur cet excédent ses propres contributions. Si le tiers est un particulier, il peut également 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 qui fait diffuser de la publicité de tiers n'a pas le droit de rembourser les autres contributions inutilisées.

Remises de contributions

Certaines municipalités ont établi un programme de remise des contributions faites à des candidats et candidates. Ce genre de programme vise uniquement les candidats et candidates et ne s'applique pas aux contributions faites aux campagnes publicitaires des tiers.

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 a créé des dépliants ou du matériel publicitaire qui incluent une phrase invitant les gens à faire une contribution ou leur expliquant comment le faire, cela ne veut pas dire que le dépliant ou le matériel vise à recueillir des fonds, car son but principal 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 qui font diffuser de la publicité de tiers 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, 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.

Si le prix des billets est supérieur à 100 \$, il faut inclure l'argent recueilli par leur vente dans le tableau 1 de [l'état financier de la campagne \(Formulaire 8\)](#). Si les billets coûtent moins de 100 \$, mais qu'une personne qui en achète un fait aussi d'autres contributions totalisant plus de 100 \$, ses contributions – incluant la somme versée pour le billet – doivent être inscrites au tableau 1.

Recettes de la campagne

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. Toutefois, si le bien ou le service est vendu 25 \$ ou moins, la somme payée est considérée faire partie des recettes de la campagne plutôt qu'être une contribution.

Exemples :

La campagne met en vente 20 reproductions encadrées au cours d'une activité de financement. Les reproductions coûtent à la campagne 20 \$ chacune, et elles sont

vendues 50 \$ chacune. Chaque personne qui achète une reproduction fait une contribution de 30 \$ à la campagne.

La campagne fait imprimer 100 t-shirts pour les vendre pendant une activité de financement. Les t-shirts coûtent à la campagne 10 \$ chacun, et ils sont vendus 25 \$ chacun. Chaque personne qui achète un t-shirt ne fait pas une contribution. Les 2 500 \$ qui ont été recueillis en vendant les t-shirts doivent être inscrits comme des recettes de la campagne dans l'état financier.

Si des biens (p. ex. des aliments et des boissons) sont vendus à leur valeur marchande, les recettes de cette vente ne constituent pas une contribution, mais elles doivent tout de même être inscrites comme recettes de la campagne dans l'état financier.

Dépenses

Les dépenses de la campagne sont les dépenses qui sont engagées au cours de la campagne. 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.

Les biens et les services contribués à la campagne constituent également des dépenses. Ils doivent être traités comme si le donateur avait fait don au tiers d'une somme d'argent que le tiers a ensuite utilisée pour acheter les biens et services en question à leur juste valeur marchande. Il faut les inscrire à la fois comme une contribution et comme une dépense.

Exemple :

Une personne dépense 120 \$ pour des piquets devant servir à poser des affiches et en fait don à la campagne publicitaire d'un tiers. Le tiers doit inscrire une contribution de 120 \$ sous forme de biens et de services par cette personne ainsi qu'une dépense de 120 \$.

Les paiements des dépenses doivent être prélevés sur le compte bancaire de la campagne. Si des articles sont achetés avec une carte de crédit, le tiers 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 qui font diffuser de la publicité de tiers 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 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 qui fait diffuser de la publicité de tiers et 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, 5 000 \$ plus 0,05 \$ par électeur et électrice donne 30 000 \$, et par conséquent le maximum de 25 000 \$ s'applique.

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.

Exemple :

Le montant maximal des dépenses générales d'un tiers 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.

Lorsqu'un tiers 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 25 septembre 2018, le ou la secrétaire doit communiquer au tiers le montant maximal définitif de ses dépenses générales 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.

Sont toutefois exclus de ce montant :

- 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 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

Le montant maximal des dépenses vise les dépenses qui sont engagées du premier jour de la campagne publicitaire (soit le jour où le tiers 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.

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

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

État financier de la campagne publicitaire

Chaque tiers inscrit qui fait diffuser de la publicité de tiers doit déposer à temps un état financier complet et exact.

L'état financier doit être déposé au plus tard à 14 h le 29 mars 2019.

Les tiers qui font diffuser de la publicité de tiers 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 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 par exemple l'état financier peut être déposé par télécopieur ou par courriel.

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

Si un tiers 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 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 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 29 mars 2019. L'état financier original est réputé avoir été retiré lorsque l'état corrigé est déposé. Un tiers ne peut pas retirer un état financier sans déposer en même temps un état corrigé.

Prorogation du délai

Si un tiers ne pourra déposer son état financier à temps, il peut demander par requête à la Cour supérieure de justice, **avant le 29 mars 2019**, de proroger le délai de dépôt.

Délai de grâce pour le dépôt

Si un tiers 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 lundi 29 avril 2019.

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 29 mars ne pourra s'inscrire comme tiers qui fait diffuser de la publicité de tiers dans la municipalité qu'après les élections de 2022.

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 mettra à la disposition du public. Les peines prévues continueront de s'appliquer.

Prolongation de la campagne

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

- un premier état financier visant sa campagne publicitaire jusqu'au 31 décembre 2018 (à déposer le 29 mars 2019);
- un état financier supplémentaire comprenant l'information fournie dans le premier et l'information financière relative à la période de prolongation de la campagne.

L'état financier supplémentaire doit être déposé auprès du ou de la secrétaire de la municipalité au plus tard à 14 h le vendredi 27 septembre 2019. 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 \$.

Excédent et déficit

Si la campagne a un excédent une fois que le tiers a remboursé à son profit les contributions qu'il a faites (et, si le tiers est un particulier, celles faites par 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 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 du tiers dépassent les recettes, la campagne accusera un déficit.

N.B. Si l'état financier montre que la campagne publicitaire s'est terminée avec un déficit, il s'agit d'un déficit sur papier seulement. Le tiers doit néanmoins payer tous les vendeurs auxquels il doit de l'argent. Le fait que la campagne accuse un déficit pourrait soulever des questions quant à la façon dont ces vendeurs ont été payés.

Rapport du vérificateur

Un vérificateur doit examiner l'état financier d'un tiers 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 devrait vérifier que cette personne possède bien ce permis.

Un tiers peut engager des dépenses relatives au rapport du vérificateur après le 31 décembre 2018. Ces dépenses ne sont pas incluses dans le montant maximal de ses dépenses, mais doivent être inscrites dans l'état financier qu'il dépose.

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 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 a dépassé le montant maximal de ses dépenses;
- 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 qui fait diffuser de la publicité de tiers dans la municipalité qu'après les élections de 2022.

Vérifications de conformité

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

Si une personne qui a le droit de voter pense qu'un tiers 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 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 pourra recevoir un exemplaire.

Le comité de vérification de conformité se réunit pour examiner le rapport du vérificateur. Si la conclusion du rapport est que le tiers semble bien avoir contrevenu à la loi, 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 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 2018 doit être lancée au plus tard le 15 novembre 2022.

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 qui fait diffuser de la publicité de tiers 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 qui fait diffuser de la publicité de tiers 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

Les tiers qui font diffuser de la publicité de tiers doivent utiliser le [formulaire 8](#).

Tous les tiers inscrits qui font diffuser de la publicité de tiers doivent remplir la section A : Nom de la personne inscrite, et la section B : Déclaration. Si le tiers n'a reçu aucune contribution ni engagé aucune dépense, il doit cocher la case qui confirme ce fait, puis remplir la déclaration à la section B. Il n'a pas besoin de fournir d'autres renseignements.

Si le tiers 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.

Le nom de tous les donateurs qui ont contribué plus de 100 \$ au total doit être consigné dans les tableaux de l'annexe 1. Il y a des tableaux distincts pour les contributions en argent ou sous forme de biens ou de services faites par des particuliers, des personnes morales ou des syndicats. Il faut inscrire chaque contribution dans le tableau qui convient.

Il n'est pas nécessaire d'identifier individuellement les donateurs qui ont contribué 100 \$ ou moins au total. Seul le montant global des contributions de ces donateurs doit être inscrit.

Si le tiers 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 dernier vendredi de mars (29 mars 2019)**.

Les états financiers supplémentaires doivent être présentés au ou à la secrétaire au plus tard à **14 h le dernier vendredi de septembre (27 septembre 2019)**.

Où trouver les formulaires

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, à l'adresse www.forms.ssb.gov.on.ca.

La liste ci-dessous comprend uniquement les formulaires relatifs à l'inscription des tiers qui font diffuser de la publicité de tiers et aux exigences qui s'appliquent à eux. Pour la liste complète des formulaires relatifs aux élections municipales, utiliser le lien direct.

[Lien direct vers tous les formulaires](#)

[Avis d'inscription – Tiers \(Formulaire 7\)](#)

[État financier – Rapport du vérificateur – Tiers \(Formulaire 8\)](#)

[État financier – Dépenses subséquentes \(Formulaire 5\)](#)

[Avis de prolongation de la période de campagne \(Formulaire 6\)](#)

Comment nous joindre

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

Vous pouvez également communiquer avec le Bureau des services aux municipalités de votre région :

Bureau des services aux municipalités du Centre

777, rue Bay, 13^e étage
Toronto (Ontario) M5G 2E5
Téléphone : 416 585-6226 ou 1 800 668-0230

Municipalités de palier inférieur, de palier supérieur et à palier unique (Barrie, Dufferin, Durham, Halton, Hamilton, Muskoka, Niagara, Orillia, Peel, Simcoe, Toronto et York)

Bureau des services aux municipalités de l'Est

Rockwood House
8 Estate Lane
Kingston (Ontario) K7M 9A8
Téléphone : 613 545-2100 ou 1 800 267-9438

Municipalités de palier inférieur, de palier supérieur et à palier unique (Belleville, Brockville, Cornwall, Dundas/Glengarry, Frontenac, Gananoque, Haliburton, Hastings, Kawartha Lakes, Kingston, Lanark, Leeds et Grenville, Lennox et Addington, Northumberland, Ottawa, Pembroke, Peterborough, Prescott, Prescott-Russell, Prince Edward, Quinte West, Renfrew, Smith Falls et Stormont)

Bureau des services aux municipalités du Nord (Sudbury)

159, rue Cedar, bureau 40
Sudbury (Ontario) P3E 6A5
Téléphone : 705 564-0120 ou 1 800 461-1193

Districts (Algoma, Cochrane, Manitoulin, Nipissing, Parry Sound, Sudbury et Timiskaming)

Bureau des services aux municipalités du Nord (Thunder Bay)

435, rue James Sud, bureau 223
Thunder Bay (Ontario) P7E 6S7
Téléphone : 807 475-1651 ou 1 800 465-5027
Districts (Kenora, Rainy River et Thunder Bay)

Bureau des services aux municipalités de l'Ouest

659 Exeter Rd, 2nd Floor
London (Ontario) N6E 1L3
Téléphone : 519 873-4020 ou 1 800 265-4736

Municipalités de palier inférieur, de palier supérieur et à palier unique (Brant, Brantford, Bruce, Chatham-Kent, Elgin, Essex, Grey, Guelph, Haldimand, Huron, Lambton, London, Middlesex, Norfolk, Oxford, Perth, St. Thomas, Stratford, Waterloo, Wellington et Windsor)

Ministère des Affaires municipales

© Imprimeur de la Reine pour l'Ontario, 2018

ISBN 978-1-4868-1945-4 (HTML)

ISBN 978-1-4868-1946-1 (PDF)

04/18

Available in English