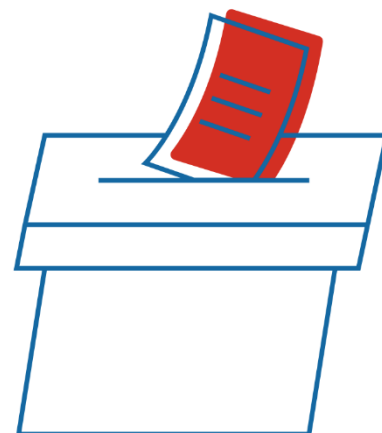


Comment intervenir durant la nouvelle période préélectorale des tiers

Guide 2026



Contenu

1. De nouvelles règles électorales à compter de janvier 2026.....	2
2. Depuis janvier 2026 : une première application de la période préélectorale des tiers.....	3
3. Des pistes à explorer pour communiquer durant la période préélectorale sans que ce soit considéré comme une dépense de publicité préélectorale partisane.....	6
4. Cette lecture a suscité votre indignation ? C'est normal !.....	9
Pour plus d'informations	12

Ceci n'est pas un avis juridique. Il fournit des informations aux organismes communautaires et aux personnes qui souhaitent intervenir en vue des élections à venir en tenant compte des limites imposées par la nouvelle période préélectorale des tiersⁱ. Il vise à faire comprendre la portée de la Loi électorale, afin de faire les choix en conséquence. Il ne vise pas à vous décourager d'intervenir, bien au contraire !



Table des regroupements provinciaux d'organismes communautaires et bénévoles
info@trpocb.org | <https://trpocb.org/> | 1, rue Sherbrooke Est, Montréal, Québec, H2X 3V8

ISBN 978-2-9824742-0-8 (PDF)

Dépôt légal - Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2026

Mars 2026

1. De nouvelles règles électorales à compter de janvier 2026

À moins que des élections anticipées ne soient déclenchées, les prochaines élections générales québécoises devraient avoir lieu le 5 octobre 2026, ce qui signifie que la campagne électorale pourrait débuter autour du 29 aoûtⁱⁱ. Cependant, ces deux dates ne sont plus les seules à prendre en compte pour se préparer aux prochaines élections.

L'**année 2026** marque en effet le début d'une nouvelle ère, car la Loi électorale appliquera de nouvelles règles visant à encadrer certaines dépenses effectuées avant le déclenchement des élections, durant ce qui s'appelle la « **période préélectorale des partis politiques** » et la « **période préélectorale des tiers** »ⁱⁱⁱ. Le présent document ne porte que sur cette dernière.

Cette nouveauté entraînant des conséquences importantes pour les groupes communautaires du domaine de la santé et des services sociaux (OCASSS), la Table des regroupements provinciaux d'organismes communautaires et bénévoles a rassemblé ici des informations adaptées à leurs réalités. Son contenu est aussi facilement transposable pour convenir aux besoins de l'ensemble du mouvement de l'action communautaire autonome (ACA) — n'hésitez donc pas à le diffuser et à l'adapter.

Que ce soit pour intervenir, avant les élections, sur un sujet politique ou sur tout sujet lié à sa mission sociale, comme groupe communautaire, il est important de connaître les règles électorales qui s'appliquent. Cette connaissance peut aussi permettre de profiter des exceptions prévues et d'identifier des pistes pour contourner les principaux problèmes, notamment **en évitant de devoir s'enregistrer officiellement comme étant partisan**. Cela peut demander de revoir certaines stratégies pour communiquer des informations et des analyses, dans le fond comme dans la forme. L'important c'est de trouver comment continuer d'exprimer nos visées de transformation sociale.

Car il n'y a pas que les partis, les candidates et les candidats qui veulent mettre en lumière des enjeux politiques. Tout comme les citoyennes et les citoyens, les mouvements sociaux veulent profiter des mois qui précèdent une élection pour continuer à faire valoir leurs visions de la société, en plus de faire le bilan du gouvernement et de rechercher des engagements de la part des partis politiques.

Rappelons que la Loi électorale québécoise, par Élections Québec, limite depuis longtemps la liberté d'expression durant la période officielle d'une campagne électorale, en réglementant ce qui est considéré comme une dépense électorale, même lorsqu'elle n'est pas faite par un parti politique, un candidat ou une candidate. Ces limites à la liberté d'expression affectaient déjà durement les mouvements sociaux durant le mois que dure une campagne électorale, la création de la période préélectorale des tiers en rajoute durant 8 mois de plus.

2. Depuis janvier 2026 : une première application de la période préélectorale des tiers

Ces règles étant nouvelles et peu connues, débutons par quelques explications.

Deux périodes préélectorales ?

Cet ajout au calendrier électoral vise à appliquer de nouvelles règles sur les dépenses de **publicité partisans** (le concept sera expliqué plus loin) durant les mois qui précèdent la campagne électorale elle-même. Il y a deux périodes préélectorales très différentes, mais elles ont en commun de se terminer autour du 29 août (selon le calendrier prévu pour 2026)^{iv}.

- La **période préélectorale des tiers** est d'environ 8 mois, soit depuis le 1er janvier 2026, jusqu'à la fin août. Le présent texte porte uniquement sur elle, puisque les groupes communautaires correspondent à la définition de tiers.
- La **période préélectorale des partis politiques** est d'environ 2 mois, débutant le 1er juillet 2026 jusqu'à la fin août. (Ce texte ne porte pas du tout sur les règles applicables aux partis politiques ; elles ne sont d'ailleurs pas encore diffusées par Élections Québec)

Tiers ?

- Un tiers, c'est toute personne, entreprise ou organisation qui souhaite exprimer un avis sur un enjeu électoral, un parti, une candidate ou un candidat. Les groupes communautaires sont donc des tiers **s'ils s'enregistrent comme tel** pour faire des dépenses jugées partisans durant la **période préélectorale des tiers**.
- N'étant pas des tiers, les personnes députées, les partis politiques, les candidates et candidats à l'élection à venir, à l'investiture ou à la direction d'un parti et les personnes agissant pour leur compte, n'ont que les règles de la période préélectorale des partis politiques à suivre, et ce, uniquement à compter du 1er juillet.

Dépenses de publicités préélectorales partisans ?

Pour comprendre ce concept, il faut en diviser chaque élément :

- Après plusieurs questions posées à Élections Québec, nous comprenons que le terme « publicité » doit être compris comme étant tout contenu communiqué, et donc publicisé. Cela signifie qu'un communiqué de presse, un texte ou tout autre moyen d'expression est considéré comme une publicité en étant diffusé. Il ne faut donc pas uniquement penser aux formes courantes de matériel habituellement produit par des entreprises publicitaires, comme l'affichage de panneaux, l'achat de temps d'antenne ou d'espace sur des médias traditionnels, ainsi qu'en payant pour diffuser certaines publications sur les médias sociaux. La définition d'Élections Québec est large au point d'inclure la **diffusion de masse** de messages par courriel, texto, téléphone et autres moyens électroniques. Les

nouvelles règles ne visent donc pas uniquement ce qu'on désigne, dans la vie de tous les jours, comme une publicité, mais le fait de diffuser, donc de publiciser, une communication jugée partisane selon les règles qui suivent.

- Par souci de clarté, nous utiliserons le terme « communications », lorsque possible, pour référer à ce qu'Élections Québec nomme « publicité ».
- Une communication (publicité) sera jugée **partisane** si elle favorise ou défavorise directement l'élection d'une candidate ou d'un parti politique. L'effet est dit **direct** lorsque la communication fait référence explicitement à cette personne, à ce parti (nom, logo, photo, etc.) ou encore à un élément précis de son programme politique. Elle est également jugée partisane si elle inclut des constats, des mesures ou des statistiques spécifiquement reprises par des partis politiques ou des candidats. Il s'agit, par exemple, d'une communication dénonçant ou faisant la promotion d'un programme, d'une décision politique, d'une réalisation ou d'une mesure en particulier ; incitant à voter pour ou contre une personne ou un parti ; appuyant ou en combattant une candidature ou un programme.
- Durant la période préélectorale des tiers, la Loi n'interdit pas de communiquer des contenus directement partisans, **mais un tiers doit s'enregistrer** avant d'en faire **si le cumul des dépenses prévues**, pour toutes les étapes, allant de la conception à la diffusion de communications, **dépasse 1 000 \$ pour le total des 8 mois**. Tout montant versé ou engagé avant ou pendant la période préélectorale des tiers sera considéré dans ce total, qu'il s'agisse de coûts externes autant que de coûts internes, comme les salaires d'une organisation ou le matériel en sa possession.
- Le non-respect des règles entraîne des amendes variant de 500 \$ à 10 000 \$.
- Rappelons que toute publicité produite durant la période préélectorale des tiers doit cesser avant le premier jour de la campagne électorale, soit autour du 29 août¹.

Effectuer des dépenses de publicité préélectorales partisans en s'enregistrant comme tiers... un pensez-y-bien pour un groupe communautaire

Devenir un tiers, aux yeux de la Loi électorale québécoise, demande aux organismes communautaires souhaitant intervenir sur des enjeux politiques de suivre des **règles** précises et d'être identifiés comme faisant des publicités partisans. Pour un groupe d'action communautaire autonome, cette identification n'est pas banale et mérite réflexion, car elle pourrait notamment changer la perception de la population face au groupe ainsi que face à l'ensemble du mouvement de l'ACA.

- Pour être enregistré comme tiers, il faut d'abord envoyer « **un avis d'intention** », **obtenir l'autorisation préalable et suivre différentes règles, notamment d'afficher son autorisation sur les communications produites**, faire rapport 30 jours après les élections^{vi}, conserver durant 7 ans les pièces justificatives et les fournir à Élections Québec si demandé.
 - Concrètement, cela signifie que chaque élément diffusé largement doit contenir un avis semblable à ce que l'on voit sur les affiches électorales (« Cette publicité est autorisée et payée par le groupe ABC »).
- Le nom des tiers enregistrés est ensuite affiché sur le site internet d'Élections Québec comme « Tiers enregistrés pour faire de la publicité partisane ».
 - Cet affichage se faisant sans nuance, rien n'indiquera le type d'enjeu soulevé ni, par exemple, que le groupe ne fait pas la promotion d'une option politique, mais exprime une analyse ou fait le bilan d'une situation.
- Le tiers devra également produire un « Bilan des dépenses de publicité préélectorale partisane d'un tiers » qui sera rendu public sur le site d'Élections Québec. Le bilan devra détailler, pour chaque communication partisane, les dates et les moyens de diffusion pour « Objets, écrits ou matériel publicitaire », « Médias sociaux et sites Web » (ce qui inclut les messages de masse comme des courriels), « Journaux et périodiques » et « Télévision et radio ». Il faudra également y décrire le contenu de la communication en précisant son sujet, ainsi que les partis politiques, les candidates et les candidats qu'elle visait, comme dans l'illustration suivante extraite du document d'Élections Québec « Dépenses de publicité préélectorale partisane des tiers », page 10.



Dates de diffusion	Moyens de diffusion : montant (\$)				Description du contenu de la publicité
	Objets, écrits et matériel publicitaire	Médias sociaux et sites Web	Journaux et périodiques	Télévision et radio	
2026-05-10 au 2026-05-31	2 500 \$		700 \$		Campagne publicitaire intitulée « Transparence du parti politique Neutralité »
2026-06-01 au 2026-06-14	1 000 \$	300 \$			Support au parti politique Démocratie par rapport à sa prise de position sur l'impartialité

Ainsi, l'enregistrement comme tiers, pour faire des dépenses préélectorales partisans, n'est pas à prendre à la légère, puisque cela équivaut à être identifié comme étant partisan. Dans le contexte où les groupes d'ACA déploient beaucoup d'énergies à affirmer leur autonomie, que ce soit face aux partis politiques ou face à l'État, l'enregistrement comme tiers partisan pourrait avoir plusieurs conséquences. Que conclura la population en voyant les mots publicités partisans à côté du nom d'un groupe communautaire ? Qu'est-ce que cela changera dans la perception des membres d'un groupe communautaire, quant à leur rôle et à celui de leur conseil d'administration ? Comment cela affectera-t-il les relations avec le gouvernement, les membres de l'Assemblée nationale et les fonctionnaires qui gèrent les programmes de subvention ?

Oui les actions des OCASSS sont politiques, puisqu'elles visent l'amélioration de la société, mais non, elles ne sont pas partisans, et c'est d'ailleurs ce qui caractérise l'action communautaire autonome. S'enregistrer comme tiers partisan comporte des risques importants, pour chaque groupe individuellement et pour le mouvement. Heureusement, il est possible de développer des façons de s'exprimer durant la période préélectorale, sans devoir s'enregistrer, en tirant profit des exceptions prévues et en usant d'ingéniosité pour communiquer tout autant durant les mois qui précèdent une élection, mais différemment.

3. Des pistes à explorer pour communiquer durant la période préélectorale sans que ce soit considéré comme une dépense de publicité préélectorale partisane

En dehors de la période préélectorale et de la campagne électorale, on peut évaluer, critiquer, commenter très librement les actions et les inactions du gouvernement, des personnes élues et des partis politiques. Les limites imposées par la Loi électorale à la liberté d'expression ne doivent pas empêcher les groupes communautaires de continuer de jouer leur rôle social durant la période préélectorale ni durant la campagne électorale elle-même. Pour ne pas être considéré comme un tiers, il faut adapter les formes et les contenus de certains messages, ce qui n'empêche pas de s'exprimer avec une grande vigueur militante.

Si ces changements font en sorte de permettre certaines dépenses préélectorales de communications, il faut suivre des règles assez lourdes si on veut en effectuer. Il est donc sage de bien évaluer les conséquences et les budgets qui seront en cause. Toutefois, même si vos outils de communication répondent à la définition d'une publicité, cela ne vous oblige pas nécessairement à vous enregistrer comme tiers, en vous inspirant des exemples qui suivent. Connaître les nouvelles règles permet aussi de profiter des exceptions prévues, possiblement en adaptant certaines stratégies ou manières de transmettre une opinion ou une analyse, par exemple en communiquant autrement des revendications et des attentes de justice sociale.

L'enregistrement comme tiers n'est pas requis pour réaliser une communication partisane ou plusieurs, si le cumul des coûts, pour les huit mois de la période préélectorale des tiers, ne dépasse pas 1000 \$, pour toutes les étapes allant de la conception jusqu'à la diffusion.

Exceptions s'appliquant autant à la période préélectorale des tiers qu'après le début de la campagne électorale

- Publication, promotion et distribution d'un livre à condition que la date de sortie ait été prévue sans égard à la période préélectorale.
- Les médias traditionnels ou numériques (incluant les médias sociaux) peuvent diffuser de l'information sans qu'elle ne soit considérée comme une dépense de publicité préélectorale, tant que la production n'est pas spécifique à la période préélectorale et se fait selon les mêmes règles qu'en dehors de celle-ci, le tout, sans paiement, récompense, promesse de paiement ou de récompense.
- Les médias peuvent donc publier ou diffuser des articles, des éditoriaux, des nouvelles, des chroniques, des entrevues, des lettres ouvertes, des émissions d'affaires publiques, des émissions en baladodiffusion et des chroniques vidéos sur le Web sans que cela ne soit considéré comme une dépense de publicité préélectorale partisane, ni pour eux ni pour leurs sources.

Explications, exemples et commentaires

L'application des exceptions prévues pour les médias traditionnels ou numériques signifie qu'il ne s'agira pas non plus d'une dépense préélectorale partisane dans les cas suivants de communications courantes chez les groupes communautaires :

- Donner une entrevue, être cité dans un article, transmettre une lettre ouverte à un média, etc. ;
- Publier et diffuser gratuitement une infolettre ou un bulletin de liaison qui existait en dehors de la période préélectorale, car cela équivaut à un média.

Utiliser des médias sociaux

- **Diffuser, sans coût additionnel**, une publication de nature partisane sur les médias sociaux n'est pas une dépense, mais elle le devient si des coûts sont engagés, de la conception à la diffusion, ou lorsqu'on paye spécifiquement pour la « mettre en avant » ou la « booster ».
- **Partager, sans coût additionnel**, une publicité préélectorale partisane réalisée par autrui n'est pas une dépense partisane, puisque sa réalisation n'a pas été payée par la personne ou le groupe qui la relaie.

Certaines dépenses ne sont pas considérées comme des dépenses de publicités préélectorales partisans, même si elles dépassent 1000 \$ durant les 8 mois de la période préélectorale des tiers

L'enregistrement comme tiers n'est pas requis dans les cas suivants :

- Le contenu d'une communication large ne favorise pas ou ne défavorise **pas directement** l'élection d'un parti, d'une candidate ou d'un candidat, ce qui demande de ne pas les identifier clairement ni de référer à un élément précis d'un programme politique.

Exemples de communications indirectes ou sans identifier de cible particulière

Utiliser un mode plus affirmatif que comparatif, pour exprimer des revendications, sans nommer de partis, de candidates ou candidats :

- Chiffrer le montant de rehaussement versé au PSOC ces dernières années.
- Affirmer une revendication sans référer à sa présence ou non dans un programme politique.

Nommer la nature d'une revendication et ce que l'on attend, plutôt que de mettre l'accent sur une critique, un bilan, une promesse, une réponse ou un silence politique, par exemple :

- La campagne *Communautaire autonome en santé et services sociaux — Haussez le financement (CA\$\$\$H)* demande que le prochain gouvernement injecte annuellement 1,7 G\$ de plus pour les subventions à la mission globale du PSOC.

Illustrer le besoin qui serait répondu si une décision était prise, sans critiquer les actions ou actions des partis, par exemple :

- Pour que les groupes cessent de s'appauvrir, le ministère des Finances doit indexer, en fonction de l'Indice des coûts de fonctionnement du communautaire (ICFC), les subventions du PSOC et celles de tous les programmes s'adressant au mouvement de l'action communautaire autonome.

Présenter un droit à défendre ou un problème à régler, sans référer aux positions des candidates ou candidates, ou encore, en référant globalement à l'Assemblée nationale comme institution, par exemple :

- La réalisation du droit à la santé passe par la mise en place de l'assurance-médicaments 100 % publique et universelle et par l'amélioration des services publics et des programmes sociaux. L'Assemblée nationale a un rôle à jouer pour que le prochain gouvernement réponde aux besoins de la population.

L'enregistrement comme tiers n'est pas requis dans les cas suivants :

- Dépenses pour des communications larges sur des questions débattues publiquement comme « des projets de loi, l'étude des crédits budgétaires, les travaux des commissions parlementaires, la mise en place de politiques publiques par des ministères ou les négociations entre le gouvernement et des syndicats » tant qu'elles abordent uniquement ces sujets et qu'elles ne font pas « clairement référence à un élément précis du programme d'un parti politique, d'une candidate ou d'un candidat »^{vii}.

Exemples de communications larges sur des questions débattues publiquement

Une communication diffusée sur un projet de loi ne sera pas considérée comme étant partisane si elle aborde **strictement ce projet de loi**, qu'elle ne contient **aucune référence directe** à un programme politique (dont une citation) ni commentaire ou critique, par exemple :

- ▶ Le projet de loi 1 de constitution a été élaboré sans véritable consultation et nous demandons à tous les partis (ou au parti ABC) de s'assurer de son annulation, que ce soit dans le gouvernement ou dans l'opposition.
- ▶ En 2001, le gouvernement a placé les bases du respect de l'action communautaire autonome en adoptant la Politique gouvernementale de l'action communautaire. S'il forme le prochain gouvernement, le parti ABC doit (ou tous les partis doivent) protéger l'autonomie des OCASSS des nouvelles menaces.

L'enregistrement comme tiers n'est pas requis dans les cas suivants :

- ▶ Dépenses pour un comparatif de programmes politiques, qu'il réunisse des informations issues des documents, de réponse à des questionnaires ou autrement. Les coûts de création et de diffusion n'ont pas à être enregistrés.



***Attention, des règles s'appliqueront si le comparatif est diffusé durant la campagne électorale (voir note 8).**

S'il est prévu de poursuivre sa diffusion après le déclenchement de la campagne électorale, le comparatif de programmes devra à ce moment remplir les **conditions de neutralité** applicables durant la campagne électorale^{viii}, cela signifie que :

- ▶ La diffusion d'un comparatif de programmes, produit durant la période préélectorale, pourra se poursuivre durant la campagne électorale s'il **répond aux conditions de neutralité** applicables durant celle-ci, qu'il ait ou non entraîné des dépenses durant la période préélectorale. Un comparatif de programme ayant entraîné des dépenses durant la période préélectorale **ne pourra pas** se poursuivre durant la campagne électorale **s'il ne répond pas aux conditions de neutralité** applicables durant la campagne électorale.

4. Cette lecture a suscité votre indignation ? C'est normal !

Les nouvelles règles peuvent nuire grandement aux actions des OCASSS, et à celles de tout le mouvement de l'ACA, que ce soit pour sensibiliser la population sur les enjeux sociaux, produire des outils d'éducation populaire, défendre les droits, soutenir des personnes dans leur quotidien, être des lieux d'expression de citoyenneté, etc. Ces actions demandent des communications diffusées largement, et cela sera beaucoup plus compliqué à compter du mois de janvier d'une année électorale comme ce sera le cas en 2026.

Les difficultés ne devant surtout pas nous faire taire, ce document a présenté différentes avenues à explorer pour continuer de communiquer, sans devoir s'enregistrer comme tiers partisan diffusant des publicités partisans. Mais il importe aussi de mettre en lumière des éléments problématiques qui pourraient nécessiter des modifications, sous la pression des mouvements sociaux.

La période préélectorale des tiers est excessive

Les deux périodes préélectorales ne sont pas équitables et les tiers sont désavantagés. La durée de la période préélectorale des tiers étant quatre fois plus longue que celle des partis politiques, cela est excessif, d'autant plus que les règles s'annoncent bien plus légères pour les partis politiques. Alors que les tiers devront demander une autorisation et s'identifier sur les communications diffusées, les partis politiques n'auront pas à le faire, ni durant leur période préélectorale ni dans celle des tiers. Ainsi, alors que la société civile devra soit limiter les communications publiques, soit s'identifier sur des messages comme s'il s'agissait d'affiches électorales, les partis politiques s'exprimeront librement et sans indication particulière. Ils pourront d'ailleurs faire toutes les dépenses voulues jusqu'au déclenchement de la campagne, puisque les dépenses préélectorales des partis politiques ne seront pas comptabilisées dans les dépenses de leur campagne électorale.

Le plancher de 1000 \$ sera bien vite atteint en 8 mois en dépenses directes et indirectes

L'atteinte d'un montant de 1000 \$, pour le total des dépenses de communications partisans cumulées durant 8 mois, est très bas, d'autant plus qu'il s'applique aux frais externes autant qu'aux frais internes, comme des salaires ou de matériel. Même sans recourir à de grands diffuseurs, une communication entraîne plusieurs coûts, pour la création, la rédaction, le graphisme, etc., en plus des frais spécifiques à sa distribution.

Définir les courriels de masse comme des publicités est abusif

Un courriel transmis par un organisme communautaire à des membres ou à des alliés sera perçu comme une publicité préélectorale si le message comporte des analyses critiques sur les actions ou inactions de partis politiques ou de personnes candidates. Or, ces moyens de communication courants n'ont rien à voir avec une publicité au sens commun du terme, soit lorsqu'un média est spécifiquement payé pour diffuser un produit publicitaire. La définition d'une publicité préélectorale étant vraiment trop large, la Loi s'appliquera à des organisations qui ne devraient pas la subir. En effet, pour Élections Québec, c'est la diffusion publique qui définit ce qu'est une publicité, et non son format.

La Loi s'applique avant que les candidatures ne soient officielles

Pour déterminer si une communication cible directement un parti politique, il faut se référer au [Registre des entités politiques autorisées du Québec](#) (REPAQ) sur le site Web d'Élections Québec.

Quant à la liste des candidates et des candidats, elle n'est officielle qu'après la période de dépôt des candidatures, laquelle se déroulera du 13 juin au 18 septembre en 2026. Ainsi, avant le 19 septembre, une candidature annoncée ne constitue qu'une intention, tout comme le nom du parti qui serait représenté ou encore s'il s'agit de candidature indépendante.

Or, la période préélectorale des tiers se terminant au premier jour de la campagne électorale, autour du 29 août, comment déterminer, avant cette date, si une communication cible une personne qui sera effectivement candidate ? La réponse d'Élections Québec est inquiétante : « une publicité faite par un tiers qui viserait une personne qui aurait déclaré publiquement avoir l'intention de déposer sa candidature dans le cadre des élections générales pourrait devoir être prise en compte dans l'atteinte du seuil de 1 000 \$ si elle favorise ou défavorise directement l'élection de cette personne. »^{ix} (Notre soulignement)

Qu'Élections Québec détermine qu'une communication est partisane si elle cible une personne non encore officiellement candidate et qui ne représente donc pas encore le parti annoncé, soulève des questions pratico-pratiques, éthiques et probablement juridiques (mais ce sera à d'autres d'en juger). Dans le contexte où les médias ne soulignent pas toutes les annonces de candidatures, un organisme communautaire peut difficilement disposer des informations sur toutes les candidatures annoncées, de janvier à la fin août. Appliquer de telles restrictions si tôt avant la diffusion d'informations officielles est plus que problématique, notamment parce qu'une communication peut avoir été créée avant de savoir que la personne ciblée a annoncé son intention de déposer sa candidature.

Encore une loi modifiée sans réelle consultation et sans campagne d'information

Allonger la durée d'application des limites à la liberté d'expression n'est pas banal. Pourtant, la Commission des institutions n'a accordé que 14 heures de travail, en ne tenant que 5 auditions, pour modifier la Loi électorale. Alors que les changements sont lourds de conséquences, Élections Québec n'a procédé à aucune campagne d'information et n'a diffusé les premières informations sur son site Web qu'entre le 18 décembre 2025 et la fin janvier 2026.

Le Directeur général des élections a mentionné en Commission parlementaire, le 22 mai 2025, qu'il serait « en mode préventif » pour la première année d'application, annonçant « un niveau de tolérance (...), parce qu'on peut comprendre que les gens ne seront pas tous informés ». Il procédera donc sans doute par avertissements.

Du côté des OCASSS il faudra assurer une grande vigilance et user de créativité pour que les limites imposées à la liberté d'expression n'éteignent pas nos visées de transformation sociale. Il sera également important de documenter les résultats des manières de communiquer et leurs limites, car cela pourrait aider à remettre en question certaines règles avant une 2e application, lors des élections générales qui suivront celles de 2026.

Pour plus d'informations

Pages Web d'Élections Québec

- ▶ [Dépenses de publicité partisane avant le début de la période électorale provinciale](#)
- ▶ [Tiers enregistrés pour faire de la publicité partisane](#)
- ▶ [Bilan des dépenses](#)
- ▶ Communiqué du 29 janvier 2026 : [Dépenses préélectorales : nouvelles mesures pour favoriser la transparence](#)

Documents d'Élections Québec

- ▶ [Dépenses de publicité préélectorale partisane des tiers \(PDF — DGE-730\)](#)
- ▶ [Avis d'intention — Dépenses préélectorales d'un groupe à titre de tiers \(PDF — DGE-732\)](#)
- ▶ [Bilan des dépenses de publicité préélectorale partisane d'un tiers \(PDF — DGE-731\)](#)
- ▶ [Bilan des dépenses de publicité préélectorale partisane d'un tiers \(PDF — Directive D-36\)](#)

N'hésitez pas à diffuser ce document et à l'adapter.

SOURCE : Table des regroupements provinciaux d'organismes communautaires et bénévoles, mars 2026

RECHERCHE ET RÉDACTION : Mercédez Roberge

MISE EN PAGE : Marylie Roger

ⁱ Toutes les dates font référence à l'année 2026. Ce document ne s'applique qu'aux règles encadrant la période préélectorale des tiers, soit les règles d'intérêt pour les groupes communautaires et pour la population en général. Le Directeur général des élections du Québec (DGEQ) suggère de toujours vérifier auprès de lui lorsque des interventions publiques sont envisagées durant une campagne électorale : <https://www.electionsquebec.qc.ca/>

ⁱⁱ Lorsque le début de la campagne électorale approchera, la Table rappellera les règles existantes dans un autre document. Considérant que les deux dernières campagnes électorales ont respectivement duré 39 et 37 jours, soit environ 5 semaines après la prise du décret déclenchant les élections, on peut estimer que la campagne électorale 2026 pourrait être déclenchée autour du 29 août, pour une durée de 37 jours.

ⁱⁱⁱ La modification a été adoptée par [projet de loi no 98 *Loi modifiant la Loi électorale principalement afin de préserver l'intégrité du processus électoral*](#) adopté le 30 mai 2025. La [Loi électorale](#) ne contenant pas encore les changements, la Table a produit un document [présentant les différences — en marques de révision](#)).

^{iv} Depuis 2013 la Loi québécoise sur les élections à date fixe stipule que l'élection doit avoir lieu au plus tard le premier lundi d'octobre de la 4^e année suivant la fin de la législature précédente. La Loi n'empêche pas le déclenchement préalable, généralement si le gouvernement perd un vote sur le budget. Les dates des périodes préélectorales seront différentes si des élections municipales ou fédérales ont lieu au même moment.

^v Durant la campagne électorale, seuls les agentes et agents officiels des partis et des personnes candidates sont autorisés à faire des dépenses électorales, lesquelles se définissent alors comme tout contenu favorisant ou défavorisant directement ou indirectement une personne candidate ou un parti politique. Certaines exceptions existent cependant, comme de permettre aux médias de continuer leur travail d'information.

^{vi} Ce délai est particulièrement bref comparativement aux 150 jours dont disposeront les partis autorisés (art. 127.26).

^{vii} DGE-730, page 5

^{viii} Durant la campagne électorale, un comparatif de programmes doit suivre les règles suivantes pour ne pas être considéré comme une dépense électorale « Le comparatif de programmes politiques doit : se faire dans le cadre des activités habituelles de l'organisme qui le produit ; aborder des sujets liés à la mission de l'organisme ; prévoir une représentation équitable, qualitativement et quantitativement, de tous les partis politiques autorisés ou de toutes les personnes candidates d'une circonscription ; être réalisé et présenté de manière neutre et impartiale ; être publié ou diffusé par les moyens de communication habituels de l'organisme. Le comparatif de programmes politiques ne doit pas contenir ni être accompagné : de photos ou de vidéos ; d'analyses, de commentaires, d'évaluations, d'annotations ou de toute autre forme de valorisation. ». De plus, s'il est réalisé à l'aide d'hyperliens vers les documents des partis politiques ou des personnes candidates, ces hyperliens « ne doivent pas être accompagnés d'analyses, de commentaires, d'évaluations, d'annotations ni de toute autre forme de valorisation. »

Directive D-31

^{ix} Courriel de la Direction du financement politique d'Élections Québec, 18 février 2026.

ISBN 978-2-9824742-0-8 (PDF)

Dépôt légal - Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2026

Mars 2026