



Commissariat au lobbying
du Canada

Office of the Commissioner
of Lobbying of Canada

Renouvellement du Code de déontologie des lobbyistes

Les normes mises à jour pour un lobbying éthique et transparent

Soumis au Comité permanent de l'accès à l'information, de la protection des
renseignements personnels et de l'éthique

Novembre 2022

Cette publication est offerte en ligne et en format PDF à l'adresse www.lobbycanada.gc.ca.

Les formats accessibles sont disponibles sur demande en communiquant avec info@lobbycanada.gc.ca.

Autorisation de reproduire

À moins d'indication contraire, l'information contenue dans cette publication peut être reproduite, en tout ou en partie et par quelque moyen que ce soit, sans frais et sans autre permission du Commissariat au lobbying, pourvu qu'une diligence raisonnable soit exercée afin d'assurer l'exactitude de l'information reproduite, que le Commissariat au lobbying soit mentionné comme organisme source et que la reproduction ne soit présentée ni comme une version officielle ni comme une copie ayant été faite en collaboration avec le Commissariat au lobbying ou avec son consentement.

Pour obtenir l'autorisation de reproduire l'information contenue dans cette publication à des fins commerciales, faire parvenir un courriel à :

info@lobbycanada.gc.ca

© Sa Majesté le Roi du Chef du Canada,
représenté par la commissaire au lobbying du Canada, 2022

Numéro de catalogue : Lo5-8/2022F-PDF
ISBN 978-0-660-46214-1


Also published in English as:

Renewing the Lobbyists' Code of Conduct:

Updated standards for ethical and transparent lobbying

Tables des matières

Introduction	1
de la commissaire au lobbying	
Contexte	3
Consultation et renvoi au comité parlementaire	4
Le Code renouvelé	5
Objectifs	6
Application	6
Attentes	7
Règles : divulgation	8
Règles : fiabilité	10
Règles : cadeaux et marques d’hospitalité	11
Règles : relations étroites, travail politique et sentiment d’obligation	14
Prochaines étapes	19
Annexes	
A Première édition – 1997	20
B Deuxième édition – 2015	23
C Troisième édition – 2023 (telle que renvoyée au Comité)	27



la liberté d'accès aux institutions de l'État est importante

le lobbying transparent et éthique constitue une activité légitime

savoir qui se livre à des activités de lobbying est désirable

l'enregistrement ne doit pas faire obstacle à l'accès au gouvernement

Introduction

de la commissaire au lobbying

Depuis 1997, les personnes qui font du lobbying auprès du gouvernement fédéral et de ses fonctionnaires doivent se conformer au *Code de déontologie des lobbyistes*. Comme tout code de déontologie, son objectif est de définir des normes éthiques de comportement.

En tant que commissaire au lobbying, il est de mon devoir, en vertu de la *Loi sur le lobbying*, de maintenir le Code et de veiller à son respect.

Le Code a été mis à jour une fois par ma prédécesseure en 2015. Cette mise à jour a introduit des normes importantes pour les lobbyistes concernant les relations étroites, les activités politiques et les cadeaux.

Depuis que je suis devenue commissaire en 2017, mon expérience de l'administration du Code actuel a mis en évidence des difficultés dans l'application des règles et dans les conseils fournis aux lobbyistes.

En novembre 2020, j'ai lancé des consultations avec les parties prenantes intéressées pour éclairer la mise à jour du Code.

Les objectifs suivants ont guidé l'élaboration de la troisième édition du Code :

- utiliser un langage clair et accessible pour favoriser la compréhension et le respect des règles;
- mettre l'accent sur les actions des lobbyistes, sans référence aux différents régimes d'éthique qui s'appliquent aux fonctionnaires;
- préciser que le Code s'applique à la fois aux communications directes avec les fonctionnaires et aux appels au grand public pour persuader le public de communiquer avec les fonctionnaires;
- intégrer des définitions et des exemples clés, plutôt que de s'appuyer sur des documents d'orientation distincts.

Un peu plus de 90 parties prenantes ont soumis des représentations sur la manière dont le Code peut être amélioré – parfois avec des perspectives très différentes.

Chaque point de vue qui m’a été présenté a été pris en compte dans l’élaboration de la troisième édition du Code. Ces points de vue m’ont permis d’aboutir à ce que je crois être un code de déontologie juste et équilibré qui servira à favoriser un lobbying transparent et éthique auprès des fonctionnaires fédéraux.

Dans le cadre de la mise à jour du Code, j’ai voulu utiliser un langage simple, direct et accessible pour aider à guider les lobbyistes. J’ai également été inspirée par les valeurs de transparence, d’équité, de clarté et d’efficacité, sur lesquelles je me suis déjà appuyée pour formuler des [recommandations préliminaires](#) visant à améliorer la *Loi sur le lobbying*.

Je reconnais qu’il n’est pas possible d’anticiper ou de traiter pleinement tous les scénarios éthiques qui peuvent se présenter.

Cela dit, je crois fermement que les améliorations apportées au Code serviront l’intérêt public en établissant des normes éthiques appropriées et réalisables pour les lobbyistes, qui soutiennent l’accès libre et ouvert au gouvernement.

Je suis extrêmement fière de ce Code et je me mettrai à la disposition du Comité permanent de l’accès à l’information, de la protection des renseignements personnels et de l’éthique si les membres ont des questions ou souhaitent fournir des commentaires. Tous les commentaires seront pris en compte avant que je ne finalise le Code et le publie dans la *Gazette du Canada*.

Je souhaite remercier toutes les personnes qui ont soumis des représentations au cours des trois séries de consultation, les médias qui ont couvert le processus et les nombreux membres de mon équipe qui m’ont soutenu dans le renouvellement du Code.

Nancy Bélanger

Commissaire au lobbying du Canada

Contexte

Depuis 1989, la législation fédérale exige que le lobbying réglementé pour le compte de clients ou d'employeurs soit déclaré dans le Registre des lobbyistes.

En 1996, des modifications législatives au régime fédéral de lobbying ont exigé la création d'un code de déontologie pour les lobbyistes enregistrés. Le premier *Code de déontologie des lobbyistes* a été créé en 1997.

Le Code complète les exigences d'enregistrement de la *Loi sur le lobbying* et favorise un lobbying transparent et éthique auprès des fonctionnaires fédéraux.

Il définit les normes éthiques de comportement que les lobbyistes doivent respecter. Toute personne qui doit être désignée lobbyiste dans le Registre des lobbyistes est tenue de se conformer au Code.

La première édition du Code est entrée en vigueur en mars 1997 (annexe A). Elle comportait trois principes généraux et huit règles qui traitaient de la transparence, de la confidentialité et des conflits d'intérêts. Aux dires de plusieurs, c'était le premier code du genre au monde.

La deuxième édition est entrée en vigueur en décembre 2015 (annexe B). Élaborée par la première commissaire au lobbying, elle a introduit un quatrième principe – le respect envers les institutions démocratiques – et reformulé un grand nombre de règles.

Les première et deuxième éditions nécessitaient des orientations distinctes pour aider les lobbyistes à comprendre et à appliquer les règles.

Dans l'élaboration du Code, la législation exige que la commissaire consulte les parties prenantes et le réfère à un comité parlementaire. Le Code doit ensuite être publié dans la *Gazette du Canada* avant son entrée en vigueur.

La commissaire doit également veiller au respect du code. Une enquête doit être lancée lorsque la commissaire a des raisons de croire qu'elle est nécessaire pour assurer le respect du Code. À l'issue d'une enquête, un rapport contenant les constatations et les conclusions de la commissaire est soumis au Parlement.

Conformément à la *Loi sur le lobbying*, il n'y a pas de conséquences pénales ou d'amendes lorsque la commissaire constate qu'un lobbyiste ne s'est pas conformé au Code.

Consultation et renvoi au comité parlementaire

Trois séries de consultation en ligne ont été organisées pour élaborer la troisième édition du Code. En tout, un peu plus de 90 parties prenantes ont fourni des représentations.

La première consultation a eu lieu à la fin de l'année 2020 afin de recueillir les points de vue et les perspectives des parties prenantes concernant la version de 2015 du Code. Les [commentaires reçus](#) en 2020 et l'expérience à administrer le Code ont contribué à l'élaboration de l'ébauche initiale de la mise à jour du Code.

Entre décembre 2021 et février 2022, les parties prenantes ont été invitées à formuler des commentaires sur l'ébauche initiale de la mise à jour. Quarante-neuf parties prenantes ont fourni ou soutenu [29 soumissions distinctes](#), qui ont à leur tour alimenté les révisions ultérieures.

Une dernière série de consultation a eu lieu en mai et juin 2022 sur une ébauche révisée de la mise à jour préparée à la suite des consultations préalables. Au cours de cette consultation, 63 parties prenantes ont fourni ou soutenu [8 soumissions distinctes](#).

Toutes les soumissions ont été publiées sur le site lobbycanada.gc.ca et seront archivées en ligne après l'entrée en vigueur du Code mis à jour.

La commissaire a renvoyé la troisième édition du Code (annexe C) à un comité parlementaire en novembre 2022.

Tous les commentaires du Comité permanent de l'accès à l'information, de la protection des renseignements personnels et de l'éthique seront pris en compte avant que la commissaire ne finalise le Code et le publie dans la *Gazette du Canada*.

Le Code renouvelé

La troisième édition du Code est conçue avec des règles faciles à comprendre pour renforcer la transparence et l'éthique du lobbying tout en contribuant à la confiance du public dans les institutions gouvernementales et les fonctionnaires.

Les mises à jour répondent aux lacunes d'application et d'assurance de la conformité qui ont été mis en évidence au cours de l'administration du Code actuel (édition de 2015) par la commissaire, ainsi qu'aux questions soulevées lors de la consultation des parties prenantes.

Dans le Code renouvelé, un langage clair et simple est utilisé pour décrire les attentes et les règles.

De plus, les termes clés sont définis afin de fournir des détails et des explications techniques ou juridiques. Pour certaines définitions, des exemples sont proposés afin de donner une idée claire de ce que chaque terme est censé couvrir.

Cette approche permet aux règles d'être plus ciblées et succinctes, ayant comme objectif de les rendre plus faciles à comprendre et à appliquer. Elle élimine la nécessité de fournir des documents d'orientations distincts et permet au Code renouvelé de servir de document complet.

Les règles mises à jour suivent largement la même séquence que dans les éditions précédentes.

[Le texte complet de la troisième édition du Code se trouve à l'annexe C.](#)

Objectifs

Les éditions antérieures du Code ne comportaient pas de section sur les objectifs dans le Code lui-même. Pendant l'élaboration de la troisième édition, il a été décidé qu'il était utile d'inclure des objectifs clairs qui expliquent le but et le contexte des attentes et des règles du Code.

Le principal objectif du Code renouvelé est de favoriser un lobbying transparent et éthique auprès des fonctionnaires fédéraux.

Les objectifs comprennent également un résumé du préambule de la *Loi sur le lobbying* et expliquent que la conformité au Code :

- enforce la culture éthique du lobbying;
- évite de placer les fonctionnaires en situation de conflit d'intérêts réel ou apparent;
- contribue à la confiance du public dans l'intégrité des institutions et du processus décisionnel du gouvernement fédéral.

Application

Les éditions précédentes du Code ne précisait pas qui devait s'y conformer. Le Code ne s'applique qu'à une personne qui doit être désignée lobbyiste dans le Registre des lobbyistes. La commissaire a évoqué ce problème dans ses [recommandations préliminaires](#) pour améliorer la *Loi sur le lobbying* (février 2021).

Une section d'application a été ajoutée au Code, comprenant une explication de son champ d'application et des conséquences de la non-conformité.

Toute personne qui fait du lobbying pour un client ou un employeur sur un objet nécessitant un enregistrement et qui doit être désignée lobbyiste dans le Registre des lobbyistes est tenue de se conformer au *Code de déontologie des lobbyistes*.

Cela comprend :

- tous les lobbyistes-conseils
 - c'est-à-dire une personne qui fait du lobbying – ce qui comprend l'organisation d'une rencontre – au nom d'un client pour de l'argent ou un objet de valeur
- tous les lobbyistes salariés enregistrés
 - c'est-à-dire les employés qui font du lobbying pour leur employeur et qui doivent être désignés par ce dernier dans le Registre des lobbyistes

Un employeur doit enregistrer les lobbyistes salariés dès que les activités collectives de lobbying de ses employés atteignent le seuil d'enregistrement de la partie importante des fonctions. Lors de l'enregistrement, une organisation doit désigner tous les employés qui font du lobbying, tandis qu'une personne morale doit identifier ses cadres supérieurs qui font du lobbying ainsi que les autres employés dont le lobbying constitue une partie importante de leurs fonctions individuelles.

Pour obtenir des renseignements connexes, un [aperçu](#) du lobbying au niveau fédéral est disponible en ligne.

Attentes

Les éditions précédentes du Code comprenaient des principes servant à guider les lobbyistes dans le respect des règles du Code.

Les principes de franchise, d'intégrité et d'honnêteté, et de professionnalisme font partie du Code depuis 1997, le respect envers les institutions démocratiques ayant été ajouté en 2015.

Sans changer la nature fondamentale des valeurs qui sous-tendent les principes, la troisième édition du Code prévoit trois attentes qui sont destinées à guider les lobbyistes dans le respect des règles de conduite du Code.

Transparence

Le principe de la franchise dans l'édition précédente correspond à l'attente de la transparence :

Le lobbying éthique requiert un engagement d'ouverture. Mener un lobbying transparent garantit que les fonctionnaires comprennent le but du lobbying et au nom de qui il est fait.

Troisième édition

Cette attente s'appuie sur l'objectif de la *Loi sur le lobbying*, à savoir que les fonctionnaires et le public peuvent savoir qui fait du lobbying auprès du gouvernement fédéral et sur quel sujet.

Respect des institutions gouvernementales

Le principe du respect envers les institutions démocratiques dans l'édition précédente correspond à l'attente du respect envers les institutions gouvernementales :

La démocratie parlementaire du Canada et ses institutions sont au service de la population canadienne. Comprendre et respecter que les fonctionnaires ont le devoir de servir l'intérêt public plutôt que les intérêts privés est vital pour le lobbying éthique. Par conséquent, les lobbyistes doivent éviter de placer les fonctionnaires dans des situations de conflit d'intérêts ou d'apparence de conflit d'intérêts, y compris lorsque les fonctionnaires pourraient raisonnablement être considérés comme ayant un sentiment d'obligation envers un lobbyiste.

Troisième édition

Cette attente reconnaît que les fonctionnaires ont le devoir de faire passer l'intérêt public en premier et établit l'importance pour les lobbyistes de ne pas agir de manière à diminuer la confiance du public dans le gouvernement.

Intégrité, honnêteté et professionnalisme

Le principe de professionnalisme, et ceux d'intégrité et d'honnêteté dans l'édition précédente sont désormais combinés en une seule attente d'intégrité, honnêteté et professionnalisme :

Le lobbying éthique est mené avec intégrité, honnêteté et professionnalisme. Le fait d'être digne de confiance et respectueux favorise la prise de décisions éclairées par les fonctionnaires et, par conséquent, la confiance du public dans les institutions du gouvernement fédéral. Il est donc essentiel que les lobbyistes respectent la lettre et l'esprit de la *Loi sur le lobbying*, de ses règlements et du présent Code.

Troisième édition

Cette attente renforce le fait qu'il ne suffit pas aux lobbyistes de respecter les exigences techniques du régime du lobbying. Les lobbyistes doivent respecter les résultats éthiques que le régime cherche à atteindre.

Règles : divulgation

Identification des intérêts et de l'objectif du lobbying

Depuis 1997, les lobbyistes sont tenus d'identifier leur client ou employeur et les raisons de la communication lorsqu'ils font du lobbying auprès de fonctionnaires fédéraux.

Cette nouvelle édition préserve cette règle (règle 1 de l'édition de 2015), en utilisant un langage plus direct et en précisant qu'elle s'applique également aux appels au grand public. La règle reformulée garantit que ceux qui font l'objet de lobbying savent qu'il s'agit de lobbying, quels sont les intérêts représentés et l'objectif de la communication.

1.1

Lorsque vous faites du lobbying – y compris lorsque vous lancez des appels au grand public pour persuader le public de communiquer avec des fonctionnaires – identifiez votre client ou employeur ainsi que l'objet de votre communication.

Troisième édition

Renforcement de la transparence et de la sensibilisation aux obligations

Depuis 1997, les lobbyistes sont aussi tenus d'informer leur client ou leur employeur de leurs obligations en vertu de la *Loi sur le lobbying* et du Code.

L'édition de 2015 encadre cette obligation comme un devoir de divulgation (règles 2 et 3 de l'édition de 2015), les lobbyistes-conseils étant tenus d'informer chaque client de leurs obligations et le déclarant d'un employeur (l'employé rémunéré le plus haut placé) devant s'assurer que les employés qui font du lobbying sont conscients de leurs obligations.

La troisième édition préserve l'intention de ces règles avec de légers ajustements.

Règle propre aux lobbyistes-conseils

La règle mise à jour pour les lobbyistes-conseils (correspondant à la règle 3 de l'édition de 2015) reconnaît qu'il existe également des obligations en vertu des règlements de la *Loi sur le lobbying* qui doivent être respectées.

Elle ajoute également que les lobbyistes-conseils doivent informer leurs clients que ces derniers peuvent également avoir des obligations en vertu du régime fédéral de lobbying. Cette disposition a été ajoutée pour sensibiliser aux situations où, en plus de faire appel à un lobbyiste-conseil, un client fait participer ses propres employés à des communications de lobbying. Il incombe toujours au client de s'assurer qu'il respecte ses propres obligations en matière de lobbying.

1.2

Lorsque vous faites du lobbying au nom d'un client, informez votre client que vous avez des obligations en vertu de la *Loi sur le lobbying*, de ses règlements, et du présent Code, et que le client pourrait aussi en avoir.

Troisième édition

Règles propres aux lobbyistes salariés

La troisième édition introduit une toute nouvelle règle propre aux lobbyistes salariés qui font du lobbying au nom de leur employeur. Elle les oblige à informer le déclarant de l'employeur (l'employé rémunéré le plus haut placé) de leurs communications de lobbying. Cette disposition a été ajoutée parce que les employés qui font du lobbying dans le cadre de leur emploi ne déposent généralement pas eux-mêmes des renseignements dans le Registre des lobbyistes; cette obligation incombe plutôt au déclarant. Cette nouvelle règle permettra aux déclarants de connaître les activités de lobbying de tous les employés, ce qui favorisera l'enregistrement et la déclaration exacts dans le Registre des lobbyistes.

1.3

Lorsque vous faites du lobbying dans le cadre de votre emploi, informez votre employeur (tel que représenté par le déclarant) de vos activités de lobbying afin de soutenir un enregistrement et une déclaration exacts dans le Registre des lobbyistes.

Troisième édition

Une règle similaire à celle qui précède n'est pas nécessaire pour les lobbyistes-conseils, car la *Loi sur le lobbying* rend chaque lobbyiste-conseils directement responsable de la déclaration de ses propres activités de lobbying.

La règle mise à jour qui s'applique au déclarant de l'employeur (correspondant à la règle 4 de l'édition de 2015) exige que le déclarant informe les employés qui font du lobbying pour l'employeur des obligations qui existent en vertu du Code.

1.4

Si vous êtes le déclarant pour un employeur, informez les employés qui font du lobbying au nom de l'employeur de leurs obligations en vertu de ce Code.

Troisième édition

Cette règle s'applique à un déclarant qui doit être inscrit comme lobbyiste salarié au Registre des lobbyistes.

Règles : fiabilité

L'importance d'agir de bonne foi et de ne pas induire en erreur

La règle sur les renseignements exacts (règle 2 de l'édition de 2015) a été ajustée pour qu'elle s'applique explicitement à toutes les techniques utilisées pour faire du lobbying auprès des fonctionnaires – y compris les appels au grand public.

La règle mise à jour exige que les lobbyistes agissent de bonne foi lorsqu'ils font du lobbying.

De plus, la règle révisée empêche que des renseignements qui n'ont pas été raisonnablement vérifiés soient utilisés dans le cadre d'activités de lobbying. Les mesures raisonnables prises pour ne pas induire en erreur peuvent inclure des mesures telles que la vérification de la source et de la fiabilité des renseignements avant de les utiliser dans une communication de lobbying. La règle ne vise pas à limiter l'expression de points de vue ou d'opinions.

2.1

Lorsque vous faites du lobbying – y compris lorsque vous lancez des appels au grand public pour persuader le public de communiquer avec des fonctionnaires – agissez de bonne foi et prenez des mesures raisonnables pour éviter que les renseignements que vous partagez induisent en erreur.

Troisième édition

Le partage de renseignements communiqués par un fonctionnaire à titre confidentiel

La règle de 2015 concernant l'utilisation de l'information (règle 5 de l'édition 2015) exige qu'un lobbyiste n'utilise les renseignements reçus d'un fonctionnaire que de façon conforme à l'objectif pour lequel ils ont été transmis et qu'un lobbyiste n'utilise ou ne divulgue aucun document du gouvernement qu'il ne devrait pas avoir en sa possession.

La règle a été révisée pour préciser que les lobbyistes ne doivent pas utiliser ou partager des renseignements du gouvernement obtenus d'un fonctionnaire à titre confidentiel à moins que le consentement ne soit obtenu. Cette disposition vise à faire en sorte que des renseignements confidentiels ne soient pas utilisés ou transmis par un lobbyiste par inadvertance ou de manière inappropriée.

2.2

N'utilisez ou ne partagez pas l'information qu'un fonctionnaire vous fournit à titre confidentiel, sauf si vous avez le consentement éclairé de ce dernier.

Troisième édition

Règles : cadeaux et marques d'hospitalité

La troisième édition du Code reformule la règle précédente sur les cadeaux (règle 10 de l'édition 2015) en règles distinctes pour les cadeaux et les marques d'hospitalité.

La règle de 2015 sur les cadeaux empêche un lobbyiste de donner des cadeaux, des faveurs ou d'autres avantages à un fonctionnaire que ce dernier n'est pas autorisé à accepter. Étant donné que la question à savoir si un fonctionnaire peut accepter un cadeau est régie par des régimes éthiques supervisés par d'autres autorités fédérales, il y a eu des difficultés à administrer et à assurer le respect de la règle.

En fait, la règle de 2015 oblige les lobbyistes et la commissaire à s'en remettre aux autres autorités fédérales pour déterminer si les lobbyistes peuvent offrir un cadeau ou une hospitalité aux fonctionnaires.

Lors de la consultation, les parties prenantes ont fourni de nombreux commentaires sur la manière dont les cadeaux et les marques d'hospitalité devraient être traités dans le Code. Un échantillon de commentaires est fourni ci-dessous.

En ce qui concerne les cadeaux :

- certains étaient d'avis que la meilleure solution était d'interdire tous les cadeaux d'un lobbyiste à un fonctionnaire, ou de n'autoriser qu'un seul cadeau de faible valeur par an
- un répondant a estimé que le fait de fournir une limite de valeur clairement définie pour les cadeaux appuie la responsabilisation et maintient les lobbyistes et les fonctionnaires sur la même longueur d'onde
- d'autres pensaient que ce qu'un lobbyiste peut offrir à un fonctionnaire devrait être lié à ce que le fonctionnaire peut accepter, tout en reconnaissant qu'il devrait être interdit à un lobbyiste d'offrir tout cadeau qui pourrait raisonnablement être considéré comme influençant les actions du fonctionnaire
- aucun commentaire n'a été reçu concernant la limite de la valeur monétaire des cadeaux

En ce qui concerne les marques d'hospitalité :

- certains pensaient qu'un lobbyiste devrait idéalement être interdit d'offrir toute hospitalité à un fonctionnaire ou limité à fournir une instance d'hospitalité de faible valeur par an
- d'autres ont fait valoir qu'imposer une limite de faible valeur à l'hospitalité qu'un lobbyiste peut offrir mettrait effectivement fin aux réceptions organisées pour les parlementaires à Ottawa, sapant ainsi le discours démocratique avec les fonctionnaires
- certains se sont opposés à la limitation de la valeur de l'hospitalité qui peut être offerte à un fonctionnaire, tandis que d'autres ont soutenu que la norme pour les réceptions devrait être définie comme une hospitalité « raisonnable »

- d'autres avaient des inquiétudes quant à leur capacité à rencontrer et à discuter avec des responsables lors de réceptions ou de cafés-rencontres si toute l'hospitalité était limitée à 30 \$ par fonctionnaire dans l'année (qui était la limite de faible valeur définie dans le projet de code révisé partagé avec les parties prenantes en mai 2022)
- seulement trois répondants ont fourni des montants en dollars de qui serait une limite réalisable pour une hospitalité raisonnable, allant de 40 \$ à entre 50 \$ et 80 \$ par fonctionnaire par réception ou instance d'hospitalité

Les cadeaux

La nouvelle règle empêche un lobbyiste d'offrir un cadeau à un fonctionnaire auprès duquel il fait du lobbying – sauf dans des conditions limitées – et ne dépend plus du régime éthique respectif du fonctionnaire :

3

N'offrez jamais – directement ou indirectement – un cadeau à un fonctionnaire auprès de qui vous faites ou envisagez faire du lobbying, autre qu'un cadeau de faible valeur d'article en guise d'appréciation ou promotionnel. La valeur combinée des articles en guise d'appréciation et promotionnels que vous offrez au même fonctionnaire au cours d'une année civile ne doit pas dépasser la limite annuelle pour les cadeaux.

Troisième édition

La limite de faible valeur est de 40 \$ en dollars de 2023. La limite annuelle pour tous les cadeaux autorisés est de 80 \$ en dollars de 2023.

Les limites sont établies dans la section des définitions du Code et peuvent être ajustées par la commissaire pour refléter l'inflation. Des définitions supplémentaires ont également été ajoutées, notamment :

- le sens du mot « indirect »
- le sens du mot « cadeau », avec des exemples
- la signification des termes « article en guise d'appréciation » et « article promotionnel ».

Bien que ces définitions soient nouvelles dans le Code, certains des concepts s'inspirent de l'orientation relative aux cadeaux que la commissaire a publiée en 2019.

Les marques d'hospitalité

Bien que la règle sur les cadeaux de l'édition 2015 n'utilise pas le terme « marque d'hospitalité », les orientations connexes publiées par la commissaire actuelle ainsi que par la première commissaire ont demandé aux lobbyistes d'appliquer la règle sur les cadeaux de 2015 aux marques d'hospitalité.

Étant donné que la règle de 2015 dépend de la possibilité pour un fonctionnaire d'accepter un cadeau dans le cadre de son propre régime éthique, les orientations ne fixent pas de valeur limite spécifique en dollars pour les marques d'hospitalité, mais conseillent que les marques d'hospitalité doivent être raisonnables.

Afin de clarifier la situation pour les lobbyistes en ce qui concerne les aliments et les boissons et de reconnaître que, dans certains cas, il est approprié de fournir des aliments aux fonctionnaires pendant qu'ils font l'objet d'un lobbying, une règle spécifique sur les marques d'hospitalité a été créée.

De nature similaire à la nouvelle règle sur les cadeaux, elle empêche un lobbyiste d'offrir des marques d'hospitalité à un fonctionnaire auprès duquel il fait du lobbying – sauf dans des conditions limitées – et ne dépend pas du régime éthique respectif du fonctionnaire :

4

N'offrez jamais – directement ou indirectement – de marque d'hospitalité à un fonctionnaire auprès de qui vous faites ou envisagez de faire du lobbying, à l'exception d'aliments ou de boissons de faible valeur à consommer lors d'une réunion, d'une journée de lobbying, d'un événement ou d'une réception en personne. La valeur totale des marques d'hospitalité que vous offrez au même fonctionnaire au cours d'une année civile ne doit pas dépasser la limite annuelle pour les marques d'hospitalité.

Troisième édition

La limite de faible valeur est de 40 \$ en dollars de 2023. La limite annuelle pour toutes les marques d'hospitalité autorisées est de 80 \$ en dollars de 2023.

Ces limites sont les mêmes que pour les cadeaux. Elles sont établies dans la section des définitions du Code et peuvent être ajustées par la commissaire pour refléter l'inflation. Une définition de marques d'hospitalité a également été incluse.

Objectif des limites

L'objectif des limites imposées aux cadeaux et aux marques d'hospitalité est :

- de soutenir un accès équitable au gouvernement, quelles que soient les ressources
- d'éviter de créer un sentiment d'obligation de la part des fonctionnaires et de placer ces derniers dans des situations de conflit d'intérêts
- de renforcer l'objectif de la *Loi sur le lobbying*, qui consiste à garantir un accès libre et ouvert au gouvernement.

La limite de 40 \$ pour les articles de faible valeur a été établie en tenant compte des normes d'hospitalité fédérales appropriées pour les réunions de travail et les réceptions, du coût moyen récent des repas dans les restaurants et de l'impact de l'inflation sur plusieurs prix des deux dernières années.

Exemptions

La troisième édition du Code prévoit qu'un lobbyiste peut demander au commissaire une exemption aux règles sur les cadeaux et les marques d'hospitalité. Ces exemptions reconnaissent qu'il peut y avoir des circonstances où des facteurs – comme les prix régionaux, le protocole ou des exigences alimentaires particulières – pourront justifier un ajustement des limites de faible valeur et/ou annuelles fixées pour les cadeaux et les marques d'hospitalité.

Lorsqu'elle n'est pas contraire aux objectifs ou aux attentes du Code, la commissaire peut accorder une exemption en tenant compte de toute circonstance qu'elle juge pertinente.

Règles : relations étroites, travail politique et sentiment d'obligation

Les trois dernières règles empêchent le lobbying dans des circonstances où un fonctionnaire pourrait raisonnablement être considéré comme ayant un sentiment d'obligation envers un lobbyiste.

Les relations étroites

L'édition 2015 comporte deux règles concernant l'accès préférentiel dans des circonstances où un lobbyiste entretient une relation avec un fonctionnaire qui pourrait raisonnablement être considérée comme créant un sentiment d'obligation. La première règle empêche un lobbyiste d'organiser une réunion avec le fonctionnaire pour une autre personne (règle 7 de l'édition 2015) et la deuxième règle empêche un lobbyiste de faire des activités de lobbying auprès d'un fonctionnaire (règle 8 de l'édition 2015).

Pour clarifier cette exigence, la règle mise à jour met l'accent sur une relation étroite plutôt que sur l'accès préférentiel :

5

Ne faites jamais de lobbying auprès d'un fonctionnaire lorsqu'on pourrait raisonnablement penser que ce fonctionnaire a un sentiment d'obligation envers vous parce que vous entretenez une relation étroite avec ce fonctionnaire.

Troisième édition

Les deux règles précédentes ont été combinées en une seule parce que le Code intègre une définition du lobbying qui inclut l'organisation de réunions par des lobbyistes conseils.

La règle mise à jour est étayée par une définition de la relation étroite, comprenant des exemples comme :

- des relations familiales étroites
- des relations professionnelles étroites
- des relations de travail étroites
- des relations d'affaires étroites
- des relations financières étroites

Bien que la définition et les exemples soient nouveaux dans le Code, certains des concepts sont inspirés des orientations relatives aux relations étroites que la Commissaire a publiées en 2019.

Le travail politique

L'édition 2015 empêchait les lobbyistes de faire du lobbying auprès d'un fonctionnaire (ou du personnel des élus) s'ils avaient entrepris des activités politiques pour le compte du fonctionnaire qui pouvaient raisonnablement être considérées comme créant un sentiment d'obligation (règle 9 de l'édition 2015).

La nouvelle règle continue d'empêcher le lobbying d'un fonctionnaire lorsqu'un engagement politique antérieur pourrait raisonnablement être considéré comme créant un sentiment d'obligation envers le lobbyiste :

6

Ne faites jamais de lobbying auprès d'un fonctionnaire ou de ses associés lorsqu'on pourrait raisonnablement penser que ce fonctionnaire a un sentiment d'obligation envers vous parce que vous avez accompli un travail politique – rémunéré ou non – au bénéfice du fonctionnaire, sauf si la période de restriction a expiré.

Troisième édition

La règle mise à jour utilise désormais le terme plus précis de travail politique et couvre clairement le travail rémunéré et non rémunéré.

Grâce à des définitions connexes, elle élargit également la liste des personnes qui ne peuvent pas faire l'objet de lobbying pour inclure non seulement le personnel, mais aussi d'autres associés parlementaires, comme le secrétaire parlementaire d'un ministre.

Actuellement, si un lobbyiste entreprend des activités politiques pour le compte d'un fonctionnaire, la règle de 2015 stipule que le lobbyiste ne doit pas faire de lobbying auprès du fonctionnaire pendant une « période déterminée ». Cette période n'est pas définie dans le Code, mais est définie comme un « cycle électoral complet » pour des activités politiques à « risques plus élevés » dans les documents d'orientations.

Au cours de la consultation, plusieurs parties prenantes ont fait part de leurs préoccupations quant au maintien d'une règle relative à l'engagement politique dans le Code qui pourrait porter atteinte aux droits d'un lobbyiste en vertu de la *Charte* relativement à la participation au processus démocratique. D'autres parties prenantes ont soutenu que les lobbyistes qui ont fait du travail politique devraient être interdits de faire du lobbying auprès du fonctionnaire qui en bénéficie pendant une période d'au moins 10 ans.

La nouvelle règle de travail politique, visant à restreindre le lobbying lorsqu'un fonctionnaire pouvait raisonnablement être considéré comme ayant un sentiment d'obligation envers un lobbyiste, est soigneusement conçue pour respecter les droits et libertés protégés par la *Charte* :

La règle 6 n'interdit pas à un lobbyiste de s'engager dans une forme quelconque de travail politique, mais l'empêche plutôt de faire du lobbying auprès d'un fonctionnaire – et les associés du fonctionnaire au sens étroit – qui a bénéficié d'un tel travail politique pour une période de restriction de 12 ou 24 mois, selon l'importance du travail et le niveau d'interaction que le lobbyiste a eu avec le fonctionnaire dans l'exécution de celui-ci.

La règle 6 accorde également au commissaire le pouvoir discrétionnaire de réduire la période de restriction applicable en tenant compte des circonstances pertinentes, y compris, mais sans s'y limiter, à l'importance, la fréquence, l'étendue et la durée du travail politique.

En outre, la définition du travail politique exclue diverses formes de participation politique, ce qui signifie que la règle ne s'applique pas à ce type de participation, y compris :

- la présence à des événements de collecte de fonds ou de campagne
- l'affichage personnel de pancartes électorales
- l'appartenance à un parti politique
- l'expression d'opinions politiques
- le don politique personnel

Nouvelles catégories de travail politique et définitions

La nouvelle règle sur le travail politique est étayée par des définitions, notamment :

- le sens du travail politique
- la période de restriction de 24 ou 12 mois, selon les circonstances
- la signification de la notion d'associé par rapport aux parlementaires

La définition de travail politique explicitement exclut diverses formes de participation politique, y compris la présence à des événements de collecte de fonds ou de campagne, l'affichage personnel de pancartes électorales, l'appartenance à un parti politique, l'expression d'opinions politiques et les dons politiques personnels.

Exemples à l'appui, le travail politique est défini comme un travail rémunéré ou non rémunéré de nature politique ou partisane pour un candidat, un fonctionnaire ou un parti politique pendant ou entre les périodes électorales, notamment :

- 1) travail stratégique, d'une forte visibilité ou important pour un candidat, un fonctionnaire ou un parti politique
- 2) autre travail politique
 - a) impliquant une interaction fréquente et/ou étendue avec un candidat ou un fonctionnaire, ou
 - b) effectué à temps plein ou quasi plein pour un candidat, un fonctionnaire ou un parti politique

La période de restriction visée par la règle est de 24 mois pour la première catégorie et de 12 mois pour la deuxième catégorie, calculée à partir du jour suivant la fin de l'activité politique.

L'ajustement de la période de restriction à 24 ou 12 mois dans la nouvelle règle garantit que la règle sur le travail politique porte une atteinte minimale et est proportionnée à l'objectif du Code de limiter le lobbying dans les situations où l'on pourrait raisonnablement penser qu'un fonctionnaire a un sentiment d'obligation envers un lobbyiste.

Le terme associé est défini comme le personnel de tout membre du Sénat ou de la Chambre des communes et de tout secrétaire parlementaire dans l'exercice de leur fonction d'assistance à ce ministre, ainsi que le personnel d'un tel secrétaire parlementaire.

Prises ensemble, ces définitions permettent aux lobbyistes d'avoir une idée claire et précise de la manière dont la règle s'applique à leur situation.

Demandes de réduction du délai de restriction

La troisième édition du Code prévoit qu'un lobbyiste peut demander au commissaire une réduction de son délai de restriction. Cette disposition reconnaît qu'il y aura des circonstances où des facteurs – comme l'importance, la prééminence, la fréquence, l'étendue ou la durée du travail politique effectué – pourront justifier une réduction de la durée du délai de restriction d'un lobbyiste.

Lorsque cela n'est pas contraire aux objectifs ou aux attentes du Code, la commissaire pourra accorder une réduction en tenant compte de toute circonstance qu'elle juge pertinente.

Le sentiment d'obligation

Cette règle reformule la précédente règle du Code sur les conflits d'intérêts (règle 6 de l'édition 2015), qui empêche un lobbyiste de proposer ou d'entreprendre toute action qui puisse placer un fonctionnaire dans une situation de conflit d'intérêts réel ou apparent.

La règle de 2015 exige une analyse pour déterminer si l'action du lobbyiste entraîne un conflit d'intérêts réel ou apparent pour le fonctionnaire en question. Cela oblige la commissaire à tirer des conclusions impliquant la conduite des fonctionnaires soumis à leurs propres régimes éthiques distincts, que la commissaire ne réglemente pas.

La nouvelle règle sur le sentiment d'obligation met l'accent sur le comportement du lobbyiste en question et évalue sur une base objective si le fonctionnaire peut avoir un sentiment d'obligation envers le lobbyiste :

7

Ne faites jamais de lobbying auprès d'un fonctionnaire lorsqu'on pourrait raisonnablement penser que ce fonctionnaire a un sentiment d'obligation envers vous en raison de circonstances qui dépassent la portée des autres règles.

Troisième édition

La règle mise à jour est conçue pour répondre à des situations ou des circonstances qui dépassent le cadre des autres règles du Code.

Le Code définit le sentiment d'obligation comme suit :

sentiment d'obligation

Signifie le sentiment de devoir quelque chose (ou le sentiment d'être redevable) à une autre personne.

Il peut s'agir, par exemple, de situations dans lesquelles le lobbyiste ou le client ou l'employeur du lobbyiste :

- avait employé un fonctionnaire avant qu'il ne devienne fonctionnaire
- avait employé ou continue d'employer un membre de la famille proche du fonctionnaire
- avait donné des cadeaux ou des marques d'hospitalité dépassant les limites annuelles fixées dans le présent Code au fonctionnaire avant qu'il ne devienne fonctionnaire

Troisième édition

Prochaines étapes

Comme l'exige la *Loi sur le lobbying*, la commissaire a renvoyé la troisième édition du Code (annexe C) à un comité parlementaire en novembre 2022.

Tous les commentaires reçus du Comité permanent de l'accès à l'information, de la protection des renseignements personnels et de l'éthique seront pris en compte avant que la commissaire ne finalise le Code et le publie dans la *Gazette du Canada*, ce qui pourrait avoir une incidence sur les dates envisagées ici-bas.

Publications dans la *Gazette du Canada*

La troisième édition du Code sera publiée dans la *Gazette du Canada* – actuellement ciblée pour décembre 2022 – et ensuite entrera en vigueur à la date indiquée dans la *Gazette*.

Entrée en vigueur

La date à laquelle les lobbyistes devront commencer à se conformer à la troisième édition du Code est actuellement prévue pour janvier 2023.

Jusqu'à l'entrée en vigueur du Code renouvelé, les lobbyistes continueront d'être assujettis et tenus aux normes de l'édition de 2015.

Sensibilisation et éducation

Le Commissariat au lobbying offrira du matériel éducatif et des séances d'information aux lobbyistes, aux déclarants et aux autres parties prenantes sur le Code renouvelé.

Ce contenu traitera de la transition vers la troisième édition du Code et aidera les lobbyistes à se conformer aux règles mises à jour.

Code de déontologie des lobbyistes (1997)

Préambule

Le *Code de déontologie des lobbyistes* s'appuie sur quatre notions énoncées dans la *Loi sur le lobbying* :

- L'intérêt public présenté par la liberté d'accès aux institutions de l'État;
- La légitimité du lobbyisme auprès des titulaires d'une charge publique;
- L'opportunité d'accorder aux titulaires d'une charge publique et au public la possibilité de savoir qui se livre à des activités de lobbyisme;
- L'enregistrement des lobbyistes rémunérés ne doit pas faire obstacle à cette liberté d'accès.

Le *Code de déontologie des lobbyistes* est un moyen important d'accroître la confiance du public en l'intégrité du processus décisionnel de l'État. La confiance que les Canadiennes et les Canadiens accordent aux titulaires d'une charge publique afin qu'ils prennent des décisions favorables à l'intérêt public est indispensable à toute société libre et démocratique.

À cette fin, les titulaires d'une charge publique sont tenus, dans les rapports qu'ils entretiennent avec le public et les lobbyistes, d'observer les normes qui les concernent dans leurs codes de déontologie respectifs. Quant aux lobbyistes qui communiquent avec des titulaires d'une charge publique, ils doivent aussi respecter les normes déontologiques ci-après.

Ces codes remplissent conjointement une fonction importante visant à protéger l'intérêt public, du point de vue de l'intégrité de la prise des décisions au sein du Gouvernement.

Lobbyists' Code of Conduct (1997)

Preamble

The *Lobbyists' Code of Conduct* is founded on four concepts stated in the Lobbying Act:

- Free and open access to government is an important matter of public interest;
- Lobbying public office holders is a legitimate activity;
- It is desirable that public office holders and the public be able to know who is engaged in lobbying activities; and,
- A system for the registration of paid lobbyists should not impede free and open access to government.

The *Lobbyists' Code of Conduct* is an important initiative for promoting public trust in the integrity of government decision-making. The trust that Canadians place in public office holders to make decisions in the public interest is vital to a free and democratic society.

To this end, public office holders, when they deal with the public and with lobbyists, are required to honour the standards set out for them in their own codes of conduct. For their part, lobbyists communicating with public office holders must also abide by standards of conduct, which are set out below.

Together, these codes play an important role in safeguarding the public interest in the integrity of government decision-making.

Principes

Intégrité et honnêteté

Les lobbyistes devraient faire preuve d'intégrité et d'honnêteté dans toutes leurs relations avec les titulaires d'une charge publique, les clients, les employeurs, le public et les autres lobbyistes.

Franchise

En tout temps, les lobbyistes devraient faire preuve de transparence et de franchise au sujet de leurs activités de lobbyisme, et ce, tout en respectant la confidentialité.

Professionnalisme

Les lobbyistes devraient observer les normes professionnelles et déontologiques les plus strictes. Plus particulièrement, ils sont tenus de se conformer sans réserve tant à la lettre qu'à l'esprit du *Code de déontologie des lobbyistes*, de même qu'à toutes les lois pertinentes, dont la *Loi sur le lobbying* et son règlement d'application.

Règles

Transparence

1. Identité et objet

Lorsqu'ils font des démarches auprès d'un titulaire d'une charge publique, les lobbyistes doivent révéler l'identité de la personne ou de l'organisation pour laquelle ils font ces démarches ainsi que l'objet de ces dernières.

2. Renseignements exacts

Les lobbyistes doivent fournir des renseignements qui sont exacts et concrets aux titulaires d'une charge publique. En outre, ils ne doivent pas induire sciemment en erreur qui que ce soit, et ils doivent veiller à ne pas le faire par inadvertance.

3. Divulcation des obligations

Les lobbyistes doivent informer leur client, employeur ou organisation des obligations auxquelles ils sont soumis en vertu de la *Loi sur le lobbying*, et du fait qu'il leur faut se conformer au *Code de déontologie des lobbyistes*.

Principles

Integrity and honesty

Lobbyists should conduct with integrity and honesty all relations with public office holders, clients, employers, the public and other lobbyists.

Openness

Lobbyists should, at all times, be open and frank about their lobbying activities, while respecting confidentiality.

Professionalism

Lobbyists should observe the highest professional and ethical standards. In particular, lobbyists should conform fully with not only the letter but the spirit of the *Lobbyists' Code of Conduct* as well as all the relevant laws, including the *Lobbying Act* and its regulations.

Rules

Transparency

1. Identity and purpose

Lobbyists shall, when making a representation to a public office holder, disclose the identity of the person or organization on whose behalf the representation is made, as well as the reasons for the approach.

2. Accurate information

Lobbyists shall provide information that is accurate and factual to public office holders. Moreover, lobbyists shall not knowingly mislead anyone and shall use proper care to avoid doing so inadvertently.

3. Disclosure of obligations

Lobbyists shall indicate to their client, employer or organization their obligations under the *Lobbying Act*, and their obligation to adhere to the *Lobbyists' Code of Conduct*.

Confidentialité

4. Renseignements confidentiels

Les lobbyistes ne doivent pas divulguer de renseignements confidentiels, à moins d'avoir obtenu le consentement éclairé de leur client, de leur employeur ou de leur organisation, ou que la loi ne l'exige.

5. Renseignements d'initiés

Les lobbyistes ne doivent pas se servir des renseignements confidentiels ou d'initiés obtenus dans le cadre de leurs activités de lobbying au désavantage de leur client, de leur employeur ou de leur organisation.

Conflits d'intérêts

6. Intérêts concurrentiels

Les lobbyistes ne doivent pas représenter des intérêts conflictuels ou concurrentiels sans le consentement éclairé des personnes dont les intérêts sont en cause.

7. Divulgation

Les lobbyistes-conseils doivent informer les titulaires d'une charge publique qu'ils ont avisé leurs clients de tout conflit d'intérêts réel, possible ou apparent et ont obtenu le consentement éclairé de chaque client concerné avant d'entreprendre ou de poursuivre l'activité en cause.

8. Influence répréhensible

Les lobbyistes doivent éviter de placer les titulaires d'une charge publique en situation de conflit d'intérêts en proposant ou en prenant toute action qui constituerait une influence répréhensible sur ces titulaires.

Confidentiality

4. Confidential information

Lobbyists shall not divulge confidential information unless they have obtained the informed consent of their client, employer or organization, or disclosure is required by law.

5. Insider information

Lobbyists shall not use any confidential or other insider information obtained in the course of their lobbying activities to the disadvantage of their client, employer or organization.

Conflict of interest

6. Competing interests

Lobbyists shall not represent conflicting or competing interests without the informed consent of those whose interests are involved.

7. Disclosure

Consultant lobbyists shall advise public office holders that they have informed their clients of any actual, potential or apparent conflict of interest, and obtained the informed consent of each client concerned before proceeding or continuing with the undertaking.

8. Improper influence

Lobbyists shall not place public office holders in a conflict of interest by proposing or undertaking any action that would constitute an improper influence on a public office holder.

Code de déontologie des lobbyistes (2015)

Préambule

La *Loi sur le lobbying* repose sur quatre principes :

- L'intérêt public présenté par la liberté d'accès aux institutions de l'État;
- La légitimité du lobbyisme auprès des titulaires d'une charge publique;
- L'opportunité d'accorder aux titulaires d'une charge publique et au public la possibilité de savoir qui se livre à des activités de lobbyisme;
- L'enregistrement des lobbyistes rémunérés ne doit pas faire obstacle à cette liberté d'accès.

La *Loi sur le lobbying* confère à la commissaire le pouvoir d'élaborer et d'administrer un code de déontologie des lobbyistes. C'est ce qu'a fait la commissaire, en gardant à l'esprit ces quatre principes. Le *Code de déontologie des lobbyistes* est un instrument important pour accroître la confiance du public en l'intégrité du processus décisionnel de l'État. La confiance que les Canadiennes et les Canadiens accordent aux titulaires d'une charge publique pour ce qui est de prendre des décisions favorables à l'intérêt public est indispensable à toute société libre et démocratique.

Les titulaires d'une charge publique sont tenus, dans les rapports qu'ils entretiennent avec le public et les lobbyistes, d'observer les normes qui les concernent dans leurs codes de déontologie respectifs. Quant aux lobbyistes qui communiquent avec des titulaires d'une charge publique, ils doivent aussi respecter les normes déontologiques ci-après.

Ces codes se complètent l'un et l'autre et, ensemble, contribuent à la confiance du public en l'intégrité du processus décisionnel du gouvernement.

Lobbyists' Code of Conduct (2015)

Preamble

The *Lobbying Act* is based on four principles:

- Free and open access to government is an important matter of public interest;
- Lobbying public office holders is a legitimate activity;
- It is desirable that public office holders and the public be able to know who is engaged in lobbying activities; and
- A system for the registration of paid lobbyists should not impede free and open access to government.

The *Lobbying Act* provides the Commissioner with the authority to develop and administer a code of conduct for lobbyists. The Commissioner has done so, with these four principles in mind. The *Lobbyists' Code of Conduct* is an important instrument for promoting public trust in the integrity of government decision making. The trust that Canadians place in public office holders to make decisions in the public interest is vital to a free and democratic society.

Public office holders, when they deal with the public and with lobbyists, are required to adhere to the standards set out for them in their own codes of conduct. For their part, lobbyists communicating with public office holders must also abide by standards of conduct, which are set out below.

These codes complement one another and together contribute to public confidence in the integrity of government decision-making.

Principes

Respect envers les institutions démocratiques

Les lobbyistes devraient agir d'une manière qui témoigne d'un respect pour les institutions démocratiques, y compris le devoir des titulaires d'une charge publique de servir l'intérêt public.

Intégrité et honnêteté

Les lobbyistes devraient faire preuve d'intégrité et d'honnêteté dans toutes leurs relations avec les titulaires d'une charge publique.

Franchise

Les lobbyistes devraient faire preuve de transparence et de franchise au sujet de leurs activités de lobbying.

Professionnalisme

Les lobbyistes devraient observer les normes professionnelles et déontologiques les plus strictes. Plus particulièrement, ils sont tenus de se conformer sans réserve à la lettre qu'à l'esprit du *Code de déontologie des lobbyistes*, de même qu'à toutes les lois pertinentes, dont la *Loi sur le lobbying* et son règlement d'application.

Règles

Transparence

Identité et objet

1. Lorsqu'il communique avec un titulaire d'une charge publique, un lobbyiste doit révéler l'identité de la personne, de l'organisation ou de l'entreprise pour le compte de qui la communication est faite ainsi que la nature de sa relation avec cette personne, organisation ou entreprise et l'objet de ces démarches.

Renseignements exacts

2. Un lobbyiste doit éviter d'induire en erreur les titulaires d'une charge publique en prenant toutes les mesures raisonnables pour leur fournir des renseignements qui sont exacts et factuels.

Principles

Respect for democratic institutions

Lobbyists should act in a manner that demonstrates respect for democratic institutions, including the duty of public office holders to serve the public interest.

Integrity and honesty

Lobbyists should conduct with integrity and honesty all relations with public office holders.

Openness

Lobbyists should be open and frank about their lobbying activities.

Professionalism

Lobbyists should observe the highest professional and ethical standards. In particular, lobbyists should conform fully with the letter and the spirit of the *Lobbyists' Code of Conduct* as well as with all relevant laws, including the *Lobbying Act* and its regulations.

Rules

Transparency

Identity and purpose

1. A lobbyist shall, when communicating with a public office holder, disclose the identity of the person, organization or corporation on whose behalf the communication is made and the nature of their relationship with that person, organization or corporation, as well as the reasons for the approach.

Accurate information

2. A lobbyist shall avoid misleading public office holders by taking all reasonable measures to provide them with information that is accurate and factual.

Annexe B

Deuxième édition – 2015

Devoir de divulgation

3. Un lobbyiste-conseil doit informer chaque client de ses obligations à titre de lobbyiste en vertu de la Loi sur le lobbying et du *Code de déontologie des lobbyistes*.
4. L'agent responsable (l'employé rémunéré qui exerce les fonctions les plus élevées) au sein d'une organisation ou d'une entreprise doit s'assurer que les employés qui exercent des activités de lobbying pour le compte de l'organisation ou de l'entreprise sont informés de leurs obligations en vertu de la *Loi sur le lobbying* et du *Code de déontologie des lobbyistes*.

Utilisation de l'information

5. A lobbyist shall use and disclose information received from a public office holder only in the manner consistent with the purpose for which it was shared. If a lobbyist obtains a government document they should not have, they shall neither use nor disclose it.

Conflit d'intérêts

6. Un lobbyiste ne doit proposer ni entreprendre aucune action qui placerait un titulaire d'une charge publique en situation de conflit d'intérêts réel ou apparent.

Plus particulièrement :

Accès préférentiel

7. Un lobbyiste ne doit pas organiser pour une autre personne une rencontre avec un titulaire d'une charge publique lorsque le lobbyiste et le titulaire d'une charge publique entretiennent une relation qui pourrait vraisemblablement faire croire à la création d'un sentiment d'obligation.
8. Un lobbyiste ne doit pas faire de lobbying auprès d'un titulaire d'une charge publique avec lequel il entretient une relation qui pourrait vraisemblablement faire croire à la création d'un sentiment d'obligation.

Duty to disclose

3. A consultant lobbyist shall inform each client of their obligations as a lobbyist under the *Lobbying Act* and the *Lobbyists' Code of Conduct*.
4. The responsible officer (the most senior paid employee) of an organization or corporation shall ensure that employees who lobby on the organization's or corporation's behalf are informed of their obligations under the *Lobbying Act* and the *Lobbyists' Code of Conduct*.

Use of information

5. A lobbyist shall use and disclose information received from a public office holder only in the manner consistent with the purpose for which it was shared. If a lobbyist obtains a government document they should not have, they shall neither use nor disclose it.

Conflict of interest

6. A lobbyist shall not propose or undertake any action that would place a public office holder in a real or apparent conflict of interest.

In particular:

Preferential access

7. A lobbyist shall not arrange for another person a meeting with a public office holder when the lobbyist and public office holder share a relationship that could reasonably be seen to create a sense of obligation.
8. A lobbyist shall not lobby a public office holder with whom they share a relationship that could reasonably be seen to create a sense of obligation.

Activités politiques

9. Si un lobbyiste entreprend des activités politiques pour le compte d'une personne qui pourraient vraisemblablement faire croire à la création d'un sentiment d'obligation, il ne peut pas faire de lobbying auprès de cette personne pour une période déterminée si cette personne est ou devient un titulaire d'une charge publique. Si cette personne est un élu, le lobbyiste ne doit pas non plus faire de lobbying auprès du personnel du bureau dudit titulaire.

Cadeaux

10. Afin d'éviter la création d'un sentiment d'obligation, un lobbyiste ne doit pas offrir ou promettre un cadeau, une faveur ou un autre avantage à un titulaire d'une charge publique, auprès duquel il fait ou fera du lobbying, que le titulaire d'une charge publique n'est pas autorisé à accepter.

Political activities

9. When a lobbyist undertakes political activities on behalf of a person which could reasonably be seen to create a sense of obligation, they may not lobby that person for a specified period if that person is or becomes a public office holder. If that person is an elected official, the lobbyist shall also not lobby staff in their office(s).

Gifts

10. To avoid the creation of a sense of obligation, a lobbyist shall not provide or promise a gift, favour, or other benefit to a public office holder, whom they are lobbying or will lobby, which the public office holder is not allowed to accept.

Code de déontologie des lobbyistes (troisième édition)

Normes pour assurer un lobbying transparent et éthique

Objectifs

Ce Code vise à favoriser un lobbying transparent et éthique auprès des fonctionnaires fédéraux.

Ce Code est prévu en vertu de la *Loi sur le lobbying* et il vient compléter cette Loi, qui reconnaît l'intérêt public présenté par la liberté d'accès aux institutions de l'État, que le lobbying transparent et éthique constitue une activité légitime, que le public et les fonctionnaires doivent avoir la possibilité de savoir qui se livre à des activités de lobbying et que l'enregistrement du lobbying ne doit pas faire obstacle à l'accès au gouvernement.

En respectant les règles de ce Code, les lobbyistes :

- enforcent la culture éthique du lobbying
- évitent de placer les fonctionnaires dans des situations de conflit d'intérêts ou d'apparence de conflit d'intérêts
- contribuent à la confiance du public dans l'intégrité des institutions gouvernementales fédérales et du processus décisionnel

Application

Une personne doit respecter ce Code si la *Loi sur le lobbying* l'y oblige. Dans ce Code, ces personnes sont appelées lobbyistes.

Ce Code de déontologie a été publié dans la *Gazette du Canada* et est entré en vigueur le [J mois AAAA].

Portée

Ce Code s'applique aux activités de lobbying et aux interactions que les lobbyistes entretiennent avec les fonctionnaires auprès de qui les lobbyistes font ou envisagent de faire du lobbying.

Lobbyists' Code of Conduct (third edition)

Standards for transparent and ethical lobbying

Objectives

The objective of this Code is to foster transparent and ethical lobbying of federal officials.

This Code is required by and complements the *Lobbying Act*, which recognizes that free and open access to government is in the public interest, that transparent and ethical lobbying is a legitimate activity, that officials and the public should be able to know who is carrying out lobbying activities, and that lobbying registration should not impede access to government.

By complying with the rules of this Code, lobbyists:

- strengthen the ethical culture of lobbying
- avoid placing officials in real or apparent conflict of interest situations
- contribute to public confidence in the integrity of federal government institutions and decision making

Application

An individual must comply with this Code if the *Lobbying Act* requires them to do so. In this Code, such individuals are referred to as lobbyists.

This code of conduct was published in the *Canada Gazette* and came into force on [Month D, YYYY].

Scope

This Code applies to lobbying activities and the interactions lobbyists have with officials that they lobby or expect to lobby.

Annexe C

Troisième édition – 2023 (telle que renvoyée au Comité)

Conformité

La non-conformité par rapport à toute règle dans ce Code peut donner lieu à une enquête du commissaire au lobbying. Cela peut conduire à un rapport d'enquête public présenté au Parlement.

Attentes

Ces attentes sont destinées à guider les lobbyistes dans le respect des règles de ce Code.

Transparence

Le lobbying éthique requiert un engagement d'ouverture. Mener un lobbying transparent garantit que les fonctionnaires comprennent le but du lobbying et au nom de qui il est fait.

Respect des institutions gouvernementales

La démocratie parlementaire du Canada et ses institutions sont au service de la population canadienne. Comprendre et respecter que les fonctionnaires ont le devoir de servir l'intérêt public plutôt que les intérêts privés est vital pour le lobbying éthique. Par conséquent, les lobbyistes doivent éviter de placer les fonctionnaires dans des situations de conflit d'intérêts ou d'apparence de conflit d'intérêts, y compris lorsque les fonctionnaires pourraient raisonnablement être considérés comme ayant un sentiment d'obligation envers un lobbyiste.

Intégrité, honnêteté et professionnalisme

Le lobbying éthique est mené avec intégrité, honnêteté et professionnalisme. Le fait d'être digne de confiance et respectueux favorise la prise de décisions éclairées par les fonctionnaires et, par conséquent, la confiance du public dans les institutions du gouvernement fédéral. Il est donc essentiel que les lobbyistes respectent la lettre et l'esprit de la *Loi sur le lobbying*, de ses règlements et du présent Code.

Compliance

Non-compliance with any rule in this Code may result in an investigation by the Commissioner of Lobbying. This can lead to a public investigation report to Parliament.

Expectations

These expectations are intended to guide lobbyists in complying with the rules in this Code.

Transparency

Ethical lobbying requires a commitment to openness. Conducting transparent lobbying ensures that officials understand the purpose of the lobbying and on whose behalf it is carried out.

Respect for government institutions

Canada's parliamentary democracy and its institutions serve Canadians. Understanding and respecting that officials have a duty to serve the public interest over private interests is vital to ethical lobbying. It is therefore essential that lobbyists avoid placing officials in real or apparent conflict of interest situations, including where officials could reasonably be seen to have a sense of obligation towards a lobbyist.

Integrity, honesty and professionalism

Ethical lobbying is conducted with integrity, honesty and professionalism. Being trustworthy and respectful supports informed decision making by officials and, in turn, public confidence in federal government institutions. It is therefore essential that lobbyists uphold the letter and spirit of the *Lobbying Act*, its regulations and this Code.

Annexe C

Troisième édition – 2023 (telle que renvoyée au Comité)

Règles

Si la *Loi sur le lobbying* exige que vous vous conformiez à ce Code, vous devez suivre ces règles :

Divulgation

- 1.1** Lorsque vous faites du lobbying – y compris lorsque vous lancez des appels au grand public pour persuader le public de communiquer avec des fonctionnaires – identifiez votre client ou employeur ainsi que l'objet de votre communication.
- 1.2** Lorsque vous faites du lobbying au nom d'un client, informez votre client que vous avez des obligations en vertu de la *Loi sur le lobbying*, de ses règlements et du présent Code, et que le client pourrait aussi en avoir.
- 1.3** Lorsque vous faites du lobbying dans le cadre de votre emploi, informez votre employeur (tel que représenté par le déclarant) de vos activités de lobbying afin de soutenir un enregistrement et une déclaration exacts dans le Registre des lobbyistes.
- 1.4** Si vous êtes le déclarant pour un employeur, informez les employés qui font du lobbying au nom de l'employeur de leurs obligations en vertu de ce Code.

Fiabilité

- 2.1** Lorsque vous faites du lobbying – y compris lorsque vous lancez des appels au grand public pour persuader le public de communiquer avec des fonctionnaires – agissez de bonne foi et prenez des mesures raisonnables pour éviter que les renseignements que vous partagez induisent en erreur.
- 2.2** N'utilisez ou ne partagez pas l'information qu'un fonctionnaire vous fournit à titre confidentiel, sauf si vous avez le consentement éclairé de ce dernier.

Rules

If the *Lobbying Act* requires you to comply with this Code, you must follow these rules:

Disclosure

- 1.1** When you lobby – including when making grassroots appeals to persuade the public to communicate with officials – identify your client or employer and the purpose of your communication.
- 1.2** When you lobby on behalf of a client, inform your client that you have, and that they may have, obligations under the *Lobbying Act*, its regulations and this Code.
- 1.3** When you lobby as part of your employment, inform your employer (as represented by the registrant) about your lobbying activities in order to support accurate registration and reporting in the Registry of Lobbyists.
- 1.4** If you are the registrant for an employer, inform employees who lobby for the employer about their obligations under this Code.

Trustworthiness

- 2.1** When lobbying – including when making grassroots appeals to persuade the public to communicate with officials – act in good faith and take reasonable steps to not mislead with any information you share.
- 2.2** Do not use or share information obtained from an official in confidence, except if you have the official's informed consent.

Cadeaux

- 3** N'offrez jamais – directement ou indirectement – un cadeau à un fonctionnaire auprès de qui vous faites ou envisagez de faire du lobbying, autre qu'un cadeau de faible valeur d'article en guise d'appréciation ou promotionnel. La valeur combinée des articles en guise d'appréciation et promotionnels que vous offrez au même fonctionnaire au cours d'une année civile ne doit pas dépasser la limite annuelle pour les cadeaux.

Exemption :

Lorsque cela ne va pas à l'encontre des objectifs ou des attentes du Code, le commissaire peut accorder une exemption – et peut ajuster les montants de la faible valeur et/ou de la limite annuelle – en tenant compte des circonstances que le commissaire juge pertinentes, dont notamment :

- de combien le montant du cadeau dépasse la limite de faible valeur
- les prix du marché local
- si le cadeau constitue une marque normale de courtoisie ou de protocole
- la valeur combinée des cadeaux autorisés qui ont été et seront offerts au fonctionnaire au cours de la même année civile

Marques d'hospitalité

- 4** N'offrez jamais – directement ou indirectement – de marque d'hospitalité à un fonctionnaire auprès de qui vous faites ou envisagez de faire du lobbying, à l'exception d'aliments ou de boissons de faible valeur à consommer lors d'une réunion, d'une journée de lobbying, d'un événement ou d'une réception en personne. La valeur totale des marques d'hospitalité que vous offrez au même fonctionnaire au cours d'une année civile ne doit pas dépasser la limite annuelle pour les marques d'hospitalité.

Gifts

- 3** Never offer – directly or indirectly – any gift to an official that you lobby or expect to lobby, other than a low-value gift that is a token of appreciation or promotional item. The combined value of tokens of appreciation and promotional items you offer to the same official within a calendar year cannot exceed the annual limit for gifts.

Exemption:

When not contrary to the objectives or expectations of this Code, the Commissioner may grant an exemption – and may adjust the low-value and/or annual limit amounts – taking into account any circumstances that the Commissioner considers relevant, including:

- by how much the gift exceeds the low-value limit
- local market prices
- if the gift is a customary expression of courtesy or protocol
- the combined value of allowed gifts that have and will be offered to the official within the same calendar year

Hospitality

- 4** Never offer – directly or indirectly – hospitality to an official that you lobby or expect to lobby, other than low-value food or beverage for consumption during an in-person meeting, lobby day, event or reception. The combined value of hospitality you offer to the same official within a calendar year cannot exceed the annual limit for hospitality.

Annexe C

Troisième édition – 2023 (telle que renvoyée au Comité)

Exemption :

Lorsque cela ne va pas à l'encontre des objectifs ou des attentes du Code, le commissaire peut accorder une exemption – et peut ajuster les montants de la faible valeur et/ou de la limite annuelle – en tenant compte des circonstances que le commissaire juge pertinentes, dont notamment :

- de combien le montant des marques d'hospitalité dépasse la limite de faible valeur
- les prix du marché local
- les besoins ou les restrictions alimentaires
- la valeur combinée des marques d'hospitalité autorisées qui ont été et seront offertes au fonctionnaire au cours de la même année civile

Relations étroites

- 5 Ne faites jamais de lobbying auprès d'un fonctionnaire lorsqu'on pourrait raisonnablement penser que ce fonctionnaire a un sentiment d'obligation envers vous parce que vous entretenez une relation étroite avec ce fonctionnaire.

Travail politique

- 6 Ne faites jamais de lobbying auprès d'un fonctionnaire ou de ses associés lorsqu'on pourrait raisonnablement penser que ce fonctionnaire a un sentiment d'obligation envers vous parce que vous avez accompli un travail politique – rémunéré ou non – pour le bénéfice du fonctionnaire, sauf si la période de restriction a expiré.

Réduction de la période de restriction :

Lorsque cela ne va pas à l'encontre des objectifs ou des attentes du Code, le commissaire peut réduire la période de restriction en tenant compte des circonstances que le commissaire juge pertinentes, dont notamment :

- l'importance ou la forte visibilité du travail politique
- la fréquence, l'étendue ou la durée du travail politique

Sentiment d'obligation

- 7 Ne faites jamais de lobbying auprès d'un fonctionnaire lorsqu'on pourrait raisonnablement penser que ce fonctionnaire a un sentiment d'obligation envers vous en raison de circonstances qui dépassent la portée des autres règles.

Exemption:

When not contrary to the objectives or expectations of this Code, the Commissioner may grant an exemption – and may adjust the low-value and/or annual limit amounts – taking into account any circumstances that the Commissioner considers relevant, including:

- by how much the hospitality exceeds the low-value limit
- local market prices
- dietary requirements or restrictions
- the combined value of allowed hospitality that has and will be offered to the official within the same calendar year

Close relationships

- 5 Never lobby an official where the official could reasonably be seen to have a sense of obligation towards you because you have a close relationship with the official.

Political work

- 6 Never lobby an official or their associates where the official could reasonably be seen to have a sense of obligation towards you because of political work – paid or unpaid – you have done for the benefit of the official, unless the cooling-off period has expired.

Reduction to the cooling-off period:

When not contrary to the objectives or expectations of this Code, the Commissioner may reduce the cooling-off period, taking into account any circumstances that the Commissioner considers relevant, including:

- the importance or prominence of the political work
- the frequency, extent or duration of the political work

Sense of obligation

- 7 Never lobby an official where the official could reasonably be seen to have a sense of obligation towards you in circumstances beyond the scope of other rules.

Annexe : définitions

Les termes utilisés dans les règles sont définis comme suit :

Termes généraux

appels au grand public

Une technique de communication par laquelle le lobbying décrit aux alinéas 5(1)(a) et 7(1)(a) de la *Loi sur le lobbying* peut être effectué. Cette technique est définie à l'alinéa 5(2)(j) et visée à l'alinéa 7(3)(k).

client

Toute personne, personne morale ou organisation ou tout groupe qui paie ou promet de payer de l'argent ou tout autre objet de valeur à un lobbyiste-conseil pour faire du lobbying.

déclarant pour un employeur

L'employé occupant le poste rémunéré le plus élevé d'une personne morale ou d'une organisation qui est chargé d'enregistrer les activités de lobbying effectuées par les employés - défini au paragraphe 7(6) de la *Loi sur le lobbying* comme le « déclarant ».

employeur

La personne morale ou l'organisation qui emploie une ou plusieurs personnes qui font du lobbying en son nom d'employeur (lobbyistes salariés).

fonctionnaire

Tout « titulaire d'une charge publique », tel que défini au paragraphe 2(1) de la *Loi sur le lobbying*.

lobbying

Communiquer tel que décrit aux alinéas 5(1)(a) ou 7(1)(a) de la *Loi sur le lobbying* ou organiser une réunion décrite à l'alinéa 5(1)(b).

Appendix: Definitions

Terms referred to in the rules are defined as follows:

General

grassroots appeal

A communication technique by which lobbying described in paragraphs 5(1)(a) and 7(1)(a) of the *Lobbying Act* can be conducted. This technique is defined in paragraph 5(2)(j) and referred to in paragraph 7(3)(k).

client

Any person, group, corporation or organization that pays or promises to pay money or anything of value to a consultant lobbyist to lobby.

registrant for an employer

The employee holding the most senior paid office of a corporation or organization who is responsible for registering lobbying carried out by employees – defined in subsection 7(6) of the *Lobbying Act* as the 'officer responsible for filing returns'.

employer

A corporation or organization that employs one or more individuals who lobby on its behalf (i.e., in-house lobbyists).

official

Any 'public office holder' as defined in subsection 2(1) of the *Lobbying Act*.

lobby or lobbying

Communicating as described in paragraphs 5(1)(a) or 7(1)(a) of the *Lobbying Act* or arranging a meeting as described in paragraph 5(1)(b).

Cadeaux et marques d'hospitalité

article en guise d'appréciation

Un cadeau offert à un fonctionnaire comme marque de gratitude pour avoir servi à titre officiel tel qu'un conférencier, présentateur, panéliste, modérateur ou pour avoir joué un rôle cérémoniel lors d'un événement ou d'une fonction.

article promotionnel

Un cadeau qui est habituellement doté d'une image de marque ou d'un message corporatif et qui est utilisé dans la commercialisation d'un produit, d'un service ou d'une entité.

cadeau

Toute chose de valeur offerte gratuitement, sans frais, à un taux réduit ou à un montant inférieur à la valeur du marché, et qui n'a pas besoin d'être remboursée. Le terme « cadeau » n'inclut pas les marques d'hospitalité telles que définies dans ce Code.

Exemples :

- activité de divertissement
- aliments ou boissons
- argent, prêt, crédit
- article en guise d'appréciation
- article promotionnel
- billets, laissez-passer ou accès à des événements
- certificat-cadeau, bon d'achat
- prix de présence
- produit
- propriété ou l'utilisation de propriété
- service
- stationnement
- voyage, excursion, transport

Gifts and hospitality

token of appreciation

A gift offered as an expression of gratitude to an official for serving in an official capacity such as a speaker, presenter, panelist, moderator or for performing a ceremonial role at an event or function.

promotional item

A gift that typically has corporate branding or messaging used in the marketing of a product, service or entity.

gift

Anything of value offered for free, without charge, at a reduced rate, or at less than market value, with no obligation to repay. The term 'gift' does not include hospitality as defined in this Code.

Examples:

- door prize
- entertainment activity
- food or beverage
- gift certificate, voucher
- money, loan, credit
- parking
- product
- promotional item
- property or use of property
- service
- ticket, pass or access to an event
- token of appreciation
- travel, excursion, transportation

Annexe C

Troisième édition – 2023 (telle que renvoyée au Comité)

faible valeur

Signifie la valeur marchande avant les taxes – sans réduction pour tout ce qui a été donné ou subventionné – d'un cadeau ou d'une marque d'hospitalité qui peuvent être offerts à un fonctionnaire.

La faible valeur d'un **cadeau** autorisé est fixée à **40 \$** en dollars de 2023*, avant les taxes.

La faible valeur d'une **marque d'hospitalité** autorisée est fixée à **40 \$** en dollars de 2023*, avant les taxes, les pourboires et frais de traiteur, et les frais de location ou de service. Ce montant est déterminé en divisant le coût total des aliments et des boissons par le nombre de personnes dont on peut raisonnablement penser d'assister à la réunion, à la journée de lobbying, à l'événement ou à la réception.

Les coûts des marques d'hospitalité doivent refléter les taux standards et ils ne peuvent pas être affectés aux frais de location du lieu, aux frais d'installation, aux frais de traiteur ou de service, aux dépenses liées à la gestion de l'événement ou à des services semblables afin d'éviter de dépasser la limite de faible valeur.

indirectement

Lorsque :

- une personne ou entité offre un cadeau ou une marque d'hospitalité à un fonctionnaire à la demande du lobbyiste
- le lobbyiste offre un cadeau ou une marque d'hospitalité à un fonctionnaire au nom d'une autre personne ou entité

limite annuelle

La valeur maximale combinée des cadeaux de faible valeur ou des marques d'hospitalité de faible valeur qui peuvent être offerts au même fonctionnaire au cours d'une année civile.

La limite annuelle pour tous les **cadeaux** autorisés, combinés, est fixée à **80 \$** en dollars de 2023*, avant les taxes.

La limite annuelle pour toutes les **marques d'hospitalité** autorisées, combinées, est fixée à **80 \$** en dollars de 2023*, avant les taxes.

marques d'hospitalité

Il s'agit d'aliments ou de boissons fournis pour être consommés lors d'une réunion, d'un événement, d'une journée de lobbying ou d'une réception en personne.

low-value

Means the market price before taxes – without discount for anything that has been donated or subsidized – of a gift or of an instance of hospitality that can be offered to an official.

Low-value for a permitted **gift** is set at **\$40** in 2023 dollars*, before taxes.

Low-value for a permitted instance of **hospitality** is set at **\$40** in 2023 dollars*, before taxes, gratuities and catering, and rental or service charges. This amount is determined by dividing the total cost of food and beverage by the number of individuals reasonably expected to attend the meeting, lobby day, event or reception.

Hospitality costs must reflect standard rates and cannot be allocated to venue rental fees, facility fees, catering or service charges, event management expenses, or similar items, as a way to avoid exceeding the low-value amount.

indirectly

Where:

- a person or entity offers a gift or hospitality to an official at the lobbyist's request
- the lobbyist offers a gift or hospitality to an official on behalf of another person or entity

annual limit

The maximum combined value of low-value gifts or low-value hospitality that can be offered to the same official within a calendar year.

The annual limit for all allowed **gifts**, combined, is set at **\$80** in 2023 dollars*, before taxes.

The annual limit for all allowed **hospitality**, combined, is set at **\$80** in 2023 dollars*, before taxes.

hospitality

Food or beverage offered for consumption during an in-person meeting, lobby day, event or reception.

Annexe C

Troisième édition – 2023 (telle que renvoyée au Comité)

* Remarque sur les montants de faible valeur et de limite annuelle :

Chaque année, le commissaire peut tenir compte de l'inflation pour ajuster les montants de faible valeur et des limites annuelles fixés ci-dessous. Ce faisant, les montants seront calculés par rapport aux prix de 2023 en fonction des données de l'indice des prix à la consommation conservées par Statistique Canada.

Relations étroites

relation étroite

Des liens étroits – fondés sur une affection personnelle, sur une confiance ou une loyauté mutuelle, ou sur une interdépendance professionnelle, commerciale ou financière – qui va au-delà d'être une simple connaissance.

Exemples :

- *relations familiales étroites*, comme la famille proche par le sang, par naissance, par alliance, par adoption, ou par union de fait, tout membre de la parenté ou toute autre personne qui habite de façon permanente dans le même foyer
- *relations personnelles étroites*, comme des amis proches ou des meilleurs amis, ou des partenaires intimes ou romantiques (à l'exclusion des personnes que l'on a connues uniquement dans des cercles sociaux élargis ou des réseaux)
- *relations de travail étroites*, comme des relations professionnelles importantes ou de longue date tissées dans le cadre d'une étroite collaboration au travail (travailler pour la même entité, le même employeur ou le même client ne signifie pas en soi avoir une relation étroite; généralement, les relations de travail strictement professionnelles entre des personnes qui ne sont pas liées à la même entité, au même employeur ou au même client)
- *relations d'affaires étroites*, comme détenir ensemble une entreprise ou un consortium d'entreprises ou collaborer étroitement au sein de cette entreprise ou de ce consortium d'entreprises
- *relations financières étroites*, comme le fait de se partager la propriété d'un bien, de gérer conjointement des investissements partagés

* Note about the low-value and annual limit amounts:

On a yearly basis, the Commissioner can take inflation into account in adjusting the low-value and annual limit amounts set below. In doing so, the amounts will be calculated relative to 2023 prices based on the consumer price index data maintained by Statistics Canada.

Close relationships

close relationship

A close bond – based on personal affection, on mutual trust or loyalty, or on professional, business or financial interdependence – that extends beyond simply being acquainted.

Examples:

- *close family relationships*, such as close family by blood, birth, marriage, adoption, or common law, any relative or other person permanently residing in the same household
- *close personal relationships*, such as close or best friends, intimate or romantic partners (excludes people known only through broad social circles or networks)
- *close working relationships*, such as prominent or longstanding professional relationship developed by working closely together (working for the same entity, employer or client does not, on its own, qualify as having a close relationship; close working relationships typically do not include strictly professional relationships between individuals not connected to the same entity, employer or client)
- *close business relationships*, such as owning or closely collaborating in a business or in a consortium of businesses
- *close financial relationships*, such as sharing ownership in property, co-managing shared investments

Annexe C

Troisième édition – 2023 (telle que renvoyée au Comité)

Travail politique

associé

En lien avec les ministres (y compris les ministres d'État), englobe :

- les membres de leur personnel
- les secrétaires parlementaires dans l'exercice de leur fonction d'aide au ministre, ainsi que le personnel de ces secrétaires parlementaires

En lien avec les membres de la Chambre des communes ou du Sénat :

- englobe les membres de leur personnel, mais exclut leurs collègues parlementaires

période de restriction

Lorsque du travail politique – rémunéré ou non – a été réalisé pour le bénéfice d'un fonctionnaire, la période qui doit s'écouler avant de faire du lobbying auprès de ce fonctionnaire ou de ses associés. La période est calculée à partir du lendemain de la fin du travail politique.

Il existe une période de restriction de **24 mois** pour avoir accompli des travaux stratégiques, d'une forte visibilité ou importants pour un candidat, un fonctionnaire ou un parti politique.

Il existe une période de restriction de **12 mois** pour avoir accompli tout autre travail politique soit qui implique des interactions fréquentes ou étendues avec un candidat ou un fonctionnaire, ou qui est réalisé à temps plein ou presque à temps plein pour un candidat, un fonctionnaire ou un parti politique.

Voir des exemples connexes dans la définition de « travail politique ».

travail politique

Du travail de nature politique ou partisane – rémunéré ou non – pour le bénéfice d'un candidat, d'un fonctionnaire ou d'un parti politique pendant ou entre des périodes électorales.

Political work

associate

In relation to ministers (including ministers of state), includes:

- their staff
- any parliamentary secretary in performing their function of assisting that minister, as well as the staff of any such parliamentary secretary

In relation to members of the House of Commons or the Senate:

- includes their staff but excludes their fellow parliamentarians

cooling-off period

When political work – paid or unpaid – has been done for the benefit of an official, the amount of time that must pass before lobbying that official or their associates. This period is calculated from the day after the political work ended.

There is a **24-month** cooling-off period for having done strategic, high-profile or important political work for a candidate, official or political party.

There is a **12-month** cooling-off period for other political work either involving frequent and/or extensive interaction with a candidate or official, or performed on a full-time or near-full-time basis for a candidate, official or political party.

See definition of 'political work' for examples.

political work

Paid or unpaid work of a political or partisan nature for a candidate, official or political party during or between election periods.

Annexe C

Troisième édition – 2023 (telle que renvoyée au Comité)

Le travail politique comprend les activités suivantes :

- 1) des travaux stratégiques, d'une forte visibilité ou importants pour un candidat, un fonctionnaire ou un parti politique

Exemples :

- servir à titre de porte-parole désigné
- servir à titre de chef de campagne
- servir dans un poste d'échelon supérieur dans une course à la chefferie ou campagne électorale
- faire partie de la direction d'une association de circonscription
- préparer un candidat ou un fonctionnaire en vue d'une présentation, dont les discours et les débats
- organiser des activités de financement politique
- organiser des événements politiques ou les événements d'une campagne
- diriger ou coordonner des recherches politiques ou des analyses de données
- mettre sur pied ou en coordonnant des messages politiques ou des campagnes publicitaires

Du travail politique de cette nature nécessite une période de restriction de **24 mois**.

- 2) autre travail politique
 - a) impliquant des interactions fréquentes ou étendues avec un candidat ou un fonctionnaire, ou
 - b) réalisé à temps plein ou presque à temps plein pour un candidat, un fonctionnaire ou un parti politique

Exemples :

- faire du porte-à-porte
- solliciter ou recueillir des dons
- distribuer ou diffuser du matériel pour des campagnes
- coordonner la logistique pour le bureau de campagne
- effectuer des recherches politiques ou des tâches liées aux analyses de données
- s'occuper de la logistique d'un événement politique ou d'un événement de campagne

Du travail politique de cette nature nécessite une période de restriction de **12 mois**.

Political work includes:

- 1) strategic, high-profile or important work for a candidate, official or political party

Examples:

- serving as a designated spokesperson
- serving as a campaign manager
- serving in a senior position in a leadership or election campaign
- serving on the executive of an electoral district association
- preparing a candidate or official for an appearance, including speeches and debates
- organizing political fundraising
- organizing political or campaign events
- directing or coordinating political research or data analysis
- developing or coordinating political messaging or advertising

Political work of this nature requires a cooling-off period of **24 months**.

- 2) other political work
 - a) involving frequent and/or extensive interaction with a candidate or official, or
 - b) performed on a full-time or near-full-time basis for a candidate, official or political party

Examples:

- canvassing
- soliciting or gathering donations
- distributing or disseminating campaign materials
- coordinating campaign office logistics
- performing political research or data analytics tasks
- carrying out political or campaign event logistics

Political work of this nature requires a cooling-off period of **12 months**.

Annexe C

Troisième édition – 2023 (telle que renvoyée au Comité)

Le travail politique ne comprend pas d'autres formes de participation politique, comme :

- assister à un événement de financement ou de campagne
- afficher personnellement des pancartes électorales ou publier en ligne du matériel numérique de campagne pendant une période électorale
- adhérer à un parti politique, peu importe l'ordre du gouvernement du Canada
- exprimer des opinions politiques strictement à titre individuel ou dans un contexte privé
- faire un don politique personnel en conformité avec le régime législatif électoral

Sentiment d'obligation

sentiment d'obligation

Signifie le sentiment de devoir quelque chose (ou le sentiment d'être redevable) à une autre personne.

Il peut s'agir, par exemple, de situations dans lesquelles le lobbyiste, ou le client ou l'employeur du lobbyiste :

- avait employé un fonctionnaire avant qu'il ne devienne fonctionnaire
- avait employé ou continue d'employer un membre de la famille proche du fonctionnaire
- avait donné des cadeaux ou des marques d'hospitalité dépassant les limites annuelles fixées dans le présent Code au fonctionnaire avant qu'il ne devienne fonctionnaire

Political work does not include other forms of political participation, such as:

- attending a fundraising or campaign event
- personally displaying election signs or posting digital campaign material during an election period
- being a member of a political party at any level of government in Canada
- expressing political opinions strictly in an individual capacity or in a private setting
- making a personal political donation in accordance with the electoral legislative regime

Sense of obligation

sense of obligation

Means a feeling of owing something (or feeling beholden) to another person.

Examples may include situations where the lobbyist or the lobbyist's client or employer:

- employed an official before they became an official
- employed or continues to employ a close family member of the official
- provided gifts or hospitality that exceeded the annual limits set in this Code to the official before they became an official