

Examen de la publicité gouvernementale par le vérificateur général

Introduction

Le présent chapitre constitue mon premier rapport à l'Assemblée législative sur mes nouvelles fonctions et responsabilités en vertu de la *Loi de 2004 sur la publicité gouvernementale* (la *Loi*) (reproduite à l'Annexe 5), entrée pleinement en vigueur le 30 janvier 2006. Ce rapport sur la publicité gouvernementale satisfait aux exigences relatives à la présentation de rapports annuels au président de l'Assemblée législative, telles qu'énoncées aux paragraphes 9(1) et 9(2) de la *Loi* et à l'alinéa 12(2)g de la *Loi sur le vérificateur général*. Il est censé :

- offrir un moyen de discuter publiquement de questions liées à l'exercice des pouvoirs et fonctions du vérificateur général en vertu de la *Loi* [paragraphe 9(1)];
- rendre compte des contraventions aux exigences prescrites par la *Loi* [paragraphe 9(2)];
- rendre compte des dépenses engagées au titre des annonces publicitaires, imprimés et messages qui ont été examinés par le Bureau du vérificateur général en vertu de la *Loi* entre le 21 novembre 2005 (date initiale de proclamation partielle de la *Loi*) et le 31 mars 2006 [alinéa 12(2)g] de la *Loi sur le vérificateur général*].

Contexte législatif

L'idée de faire examiner la publicité gouvernementale par le vérificateur général a été évoquée pour la première fois entre le milieu et la fin des années 1990, lorsque les législateurs ont exprimé des préoccupations concernant le bien-fondé de l'utilisation de fonds publics par le gouvernement pour l'achat de publicité partisane. Peuvent être considérées comme partisans les annonces publicitaires qui cherchent à promouvoir les intérêts du parti au pouvoir en donnant une impression favorable du gouvernement ou une impression défavorable de ses adversaires. Cette question a fait l'objet de nombreux débats à l'Assemblée législative entre 1996 et 2003, culminant dans le dépôt de quatre projets de loi d'initiative parlementaire :

- le projet de loi 17, *Loi de 1999 sur la protection des contribuables (normes relatives à la publicité gouvernementale)*;
- le projet de loi 107, *Loi de 2001 visant à empêcher la publicité à caractère politique*;
- le projet de loi 115, *Loi de 2001 sur la responsabilité en matière de propagande*;
- le projet de loi 91, *Loi de 2003 visant à empêcher la publicité à caractère politique*.

L'objectif central de chaque projet de loi était d'établir des lignes directrices et des normes relatives à la publicité gouvernementale financée par

les contribuables qui empêcheraient la publicité gouvernementale partisane. Trois des projets de loi proposaient de confier au vérificateur général (alors appelé « vérificateur provincial ») la fonction d'examiner la publicité gouvernementale afin de déterminer si les annonces sont conformes aux lignes directrices et aux normes prescrites pour s'assurer que la publicité gouvernementale payée par les fonds publics n'est pas partisane. Comme c'est généralement le cas pour la vaste majorité des projets de loi émanant d'un député, tous les projets de loi susmentionnés sont morts au *Feuilleton*, les projets de loi 91 et 107 étant les seuls à se rendre jusqu'à l'étape de la deuxième lecture.

Peu après l'ouverture de la 38^e législature, le gouvernement a choisi de traiter la question de la publicité gouvernementale partisane en déposant le projet de loi 25, intitulé « Loi concernant la publicité gouvernementale », pour première lecture à l'Assemblée législative le 11 décembre 2003. Après avoir été débattu durant la première session de la 38^e législature, le projet de loi 25 a été adopté par l'Assemblée législative et a reçu la sanction royale le 9 décembre 2004 sous le titre de *Loi de 2004 sur la publicité gouvernementale*.

La *Loi* a été proclamée en deux étapes, les dates d'entrée en vigueur étant le 21 novembre 2005 et le 30 janvier 2006. La brève période entre les deux dates était censée permettre une transition avant la pleine proclamation. Durant cette période, les bureaux gouvernementaux étaient tenus de soumettre tous les documents publicitaires sujets à examen au Bureau du vérificateur général, mais la *Loi* ne leur interdisait pas d'utiliser les documents dont la diffusion avait déjà été approuvée par le gouvernement. Cependant, après la pleine proclamation de la *Loi* le 30 janvier 2006, les bureaux gouvernementaux ne pouvaient plus utiliser les documents assujettis à la *Loi* (même ceux dont la diffusion était déjà prévue) avant que le vérificateur général ne les ait examinés et approuvés.

Vue d'ensemble de la fonction d'examen de la publicité gouvernementale

En vertu de la *Loi*, le vérificateur général doit examiner certains types de publicité gouvernementale pour s'assurer qu'ils satisfont aux normes prescrites et, par-dessus tout, que leur contenu n'est pas partisan et qu'il ne peut pas être perçu comme tel. La *Loi* stipule qu'un « document est partisan si, de l'avis du vérificateur général, il a comme objectif principal notamment de promouvoir les intérêts politiques partisans du parti au pouvoir ».

ENTITÉS ASSUJETTIES À LA LOI

La *Loi* s'applique aux bureaux gouvernementaux, qu'elle définit comme étant un ministère, le Bureau du Conseil des ministres, le Cabinet du Premier ministre et toute autre entité désignée par règlement. La *Loi* exige des bureaux gouvernementaux qu'ils soumettent les documents publicitaires, imprimés ou messages prescrits qui sont *sujets à examen* (voir la définition ci-après) au Bureau du vérificateur général, pour que celui-ci puisse déterminer s'ils satisfont aux normes prescrites par la *Loi*.

PUBLICITÉ SUJETTE À EXAMEN

La *Loi* exige du vérificateur général qu'il examine toute annonce publicitaire ou tout imprimé qu'un bureau gouvernemental a l'intention, moyennant paiement :

- de faire publier dans un journal ou un magazine, de faire afficher sur un panneau ou de faire diffuser à la radio ou à la télévision;
- de faire distribuer à des ménages en Ontario par courrier en vrac ou par une autre méthode de livraison en vrac.

Les documents qui répondent à l'une des conditions précitées sont sujets à examen.

La *Loi* s'applique aux documents rédigés dans toutes les langues.

Exceptions

La *Loi* exclut expressément de l'examen :

- les avis au public exigés par la *Loi*;
- les annonces d'emploi;
- les annonces concernant la fourniture de biens ou la prestation de services à un bureau gouvernemental;
- les annonces concernant une question urgente de santé ou de sécurité publiques.

Les documents suivants ne sont pas expressément exclus par la *Loi*, mais il est entendu qu'ils n'y sont pas assujettis :

- les annonces publicitaires ou communications électroniques affichées sur les sites Web du gouvernement ou n'importe quel site public, sauf les pages Web dont l'adresse URL figure dans un document sujet à examen (voir la sous-section Sites Web, plus loin dans ce chapitre);
- les imprimés ou écrits tels que les brochures, les dépliants, les bulletins, les communiqués, les documents de consultation, les rapports et autres publications similaires.

EXIGENCES RELATIVES À LA SOUMISSION ET À L'UTILISATION DES DOCUMENTS PUBLICITAIRES

Les articles 2, 3, 4 et 8 de la *Loi* stipulent que :

- le bureau gouvernemental remet une copie de l'annonce publicitaire, de l'imprimé ou du message proposé au Bureau du vérificateur général aux fins d'examen;
- le bureau gouvernemental ne doit pas publier, afficher, diffuser ou distribuer le document soumis :

- avant que son chef n'ait été avisé des résultats de l'examen ou qu'il ne soit réputé l'avoir été;
- si le chef est avisé que, de l'avis du vérificateur général, le document ne satisfait pas aux normes prescrites par la *Loi*;
- lorsque le bureau gouvernemental propose d'utiliser une version révisée d'un document rejeté, la version révisée doit être soumise au Bureau du vérificateur général aux fins d'un nouvel examen;
- le bureau gouvernemental ne doit pas utiliser la version révisée :
 - avant que son chef n'ait été avisé des résultats de l'examen ou qu'il ne soit réputé l'avoir été;
 - si le chef est avisé que, de l'avis du vérificateur général, la version révisée ne satisfait pas aux normes prescrites par la *Loi*.

PÉRIODE D'EXAMEN ET NOTIFICATION DE LA DÉCISION DU VÉRIFICATEUR GÉNÉRAL

La *Loi* exige du vérificateur général qu'il avise le chef du bureau gouvernemental des résultats de son examen du document soumis dans les sept jours ouvrables suivant la réception de la version définitive (le délai de sept jours étant prescrit par règlement). Si l'avis n'est pas donné dans ce délai, le chef du bureau gouvernemental est réputé avoir été avisé que le document satisfait aux normes prescrites par la *Loi*.

Si la version définitive soumise à l'examen du vérificateur général ne satisfait pas aux normes prescrites par la *Loi*, le bureau gouvernemental peut soumettre une version révisée aux fins d'un nouvel examen. Comme dans le cas de l'examen initial, mon bureau doit aviser le bureau gouvernemental des résultats de son examen dans les sept jours ouvrables suivant la réception du document révisé. Si l'avis n'est pas donné dans ce délai, le

chef est réputé avoir été avisé que la version révisée satisfait aux normes prescrites par la *Loi*. La décision du vérificateur général est définitive en vertu de la *Loi*.

NORMES AUXQUELLES DOIVENT SATISFAIRE LES DOCUMENTS SUJETS À EXAMEN

Mon bureau doit d'abord déterminer si un document sujet à examen satisfait à toutes les normes prescrites par la *Loi*, comme suit :

- Le document doit constituer un moyen raisonnable d'atteindre un ou plusieurs des objectifs suivants :
 - informer le public des politiques, programmes ou services gouvernementaux existants ou proposés dont il peut se prévaloir,
 - informer le public de ses droits et responsabilités vis-à-vis de la loi,
 - encourager ou décourager un comportement social particulier dans l'intérêt public;
 - promouvoir l'Ontario ou une partie de l'Ontario comme lieu où il fait bon vivre, travailler, investir ou étudier ou qu'il fait bon visiter ou promouvoir une activité ou un secteur de l'économie de l'Ontario.
- Il doit comprendre une déclaration indiquant qu'il a été payé par le gouvernement de l'Ontario.
- Il ne doit pas inclure le nom, la voix ou l'image d'un membre du Conseil exécutif ou d'un député à l'Assemblée législative (sauf si le public cible primaire se trouve en dehors de l'Ontario, auquel cas le document est exempté de la norme).
- Il ne doit pas avoir comme objectif principal notamment de promouvoir une impression favorable du parti au pouvoir ou une impression défavorable d'une personne ou entité qui critique le gouvernement.

- Il ne doit pas être partisan; un document est partisan si, de l'avis du vérificateur général, il a comme objectif principal notamment de promouvoir les intérêts politiques partisans du parti au pouvoir.

AUTRES FACTEURS PRIS EN CONSIDÉRATION

Outre les normes décrites plus haut, la *Loi* permet au vérificateur général de tenir compte des facteurs additionnels qu'il estime appropriés lorsqu'il décide si un document a pour objectif principal notamment de promouvoir les intérêts politiques partisans du parti au pouvoir (paragraphe 6(4)).

Pour déterminer ces facteurs additionnels, mon personnel a consulté Les normes canadiennes de la publicité et tenu compte des résultats de la recherche internationale effectuée par le Bureau du vérificateur général de l'État de Victoria en Australie sur les principes applicables à la publicité gouvernementale. En général, les facteurs additionnels que nous avons intégrés à notre processus d'examen se rapportent à la réception ou la perception probable du message – c'est-à-dire l'impression générale produite par l'annonce publicitaire ou l'imprimé. Pour nous aider à déterminer si un document publicitaire peut être perçu comme partisan, nous vérifions s'il présente certaines caractéristiques souhaitables et évite certaines caractéristiques peu souhaitables, comme suit :

- Le document doit :
 - traiter d'un sujet ayant un rapport avec les responsabilités du gouvernement (c'est-à-dire que le gouvernement devrait avoir des responsabilités directes et substantielles dans les domaines traités);
 - présenter l'information objectivement, sur le double plan du ton et du contenu, en décrivant les faits avec clarté et exactitude dans un langage impartial et objectif;

- mettre l'accent sur les faits et/ou les explications, et non sur les mérites politiques des propositions;
- permettre au public de distinguer les faits des commentaires, opinions ou analyses.
- Les documents ne doivent pas :
 - utiliser des couleurs, logos ou slogans généralement associés à un parti politique reconnu à l'Assemblée législative de l'Ontario;
 - personnaliser de façon inappropriée (par exemple en attaquant personnellement des adversaires ou des critiques);
 - attaquer, tourner en ridicule ou critiquer, directement ou indirectement, les vues, politiques ou actions d'autres critiques du gouvernement;
 - viser principalement à réfuter les arguments d'autrui;
 - promouvoir intentionnellement, ou donner l'impression de promouvoir, les intérêts politiques d'un parti (nous examinons également si d'autres facteurs tels que le moment de la diffusion, le public ciblé et l'environnement global dans lequel le message doit être diffusé servent des intérêts politiques partisans);
 - communiquer des messages mettant un parti politique en valeur ou renforçant son image;
 - traiter de questions (comme une politique proposée) qui n'ont pas encore été décidées, sauf pour fournir une explication équilibrée des avantages et des impacts;
 - présenter des politiques, activités, produits ou services existants comme s'ils étaient nouveaux;
 - citer une adresse URL pour diriger les lecteurs, téléspectateurs ou auditeurs vers une ou des pages Web dont le contenu pourrait ne pas satisfaire aux normes prescrites par la *Loi* (voir la sous-section Sites Web, dans la prochaine section du chapitre).

AUTRES PROTOCOLES D'EXAMEN

Au cours des mois précédant et suivant la mise en oeuvre de l'examen de la publicité gouvernementale par le vérificateur général, des protocoles additionnels ont été élaborés pour tenir compte des circonstances non visées par la *Loi*.

Sites Web

Quoique les sites Web associés à une annonce publicitaire ne soient théoriquement pas sujets à examen en vertu de la *Loi*, le vérificateur général et le sous-ministre des Services gouvernementaux ont convenu que, si un document soumis à l'examen du Bureau du vérificateur général contient une ou plusieurs adresses URL qui dirigent le lecteur, le téléspectateur ou l'auditeur vers des renseignements complémentaires affichés sur un ou des sites Web, le Bureau du vérificateur tiendra compte du contenu et du contexte des pages Web correspondantes. Le Bureau du vérificateur général limite son examen à cet égard à la page affichée au « premier clic » sur l'adresse URL citée dans le document. Il ne tient pas compte des autres pages Web ou documents affichés après le premier clic pour déterminer si le document satisfait aux normes prescrites par la *Loi*.

La page Web affichée au premier clic est considérée comme complétant le message sujet à examen, et le vérificateur général déterminera si elle contient des renseignements ou messages non conformes aux normes prescrites par la *Loi*. Par exemple, la page Web affichée au premier clic ne doit pas inclure le nom, la voix ou la photo d'un ministre, ni communiquer des messages qui mettent le parti au pouvoir en valeur, qui renforcent son image ou qui attaquent les politiques, opinions ou actions d'autrui.

Programmes d'activités publiques et paiements en nature

En ce qui concerne les annonces figurant dans les programmes d'activités distribués lors d'événements publics (par exemple la foire royale d'hiver de l'agriculture), le Bureau du vérificateur général a déterminé que, comme ces programmes ressemblent souvent à des magazines et servent des fins semblables, la publicité gouvernementale placée dans ces programmes devrait elle aussi être assujettie à la *Loi*.

Il est à noter que l'espace publicitaire réservé dans un programme d'activités est parfois fourni gratuitement au bureau gouvernemental. Si celui-ci parraine l'événement public ou y apporte une contribution financière, le Bureau du vérificateur général considère que la publicité apparemment gratuite a été payée indirectement. En conséquence, le document figurant dans l'espace fourni dans le programme d'activités est sujet à examen en vertu de la *Loi* et doit être soumis au Bureau du vérificateur général. Pour trancher l'affaire, nous nous sommes posé la question suivante : L'espace publicitaire gratuit aurait-il été fourni au bureau gouvernemental s'il n'avait pas parrainé l'événement public ou s'il n'y avait pas contribué financièrement? D'après notre expérience, cette question appelle souvent une réponse négative. Les représentants du gouvernement ont souscrit au traitement proposé pour les annonces dans les programmes d'activités publiques.

Publicité par un tiers

Reconnaissant que des fonds publics sont parfois affectés à la publicité par des tiers, le Bureau du vérificateur général a déterminé que, lorsqu'un tiers (plutôt qu'un bureau gouvernemental) paie la totalité ou une partie du coût d'un document publicitaire, le bureau gouvernemental doit soumettre le document à l'examen du vérificateur général seulement s'il satisfait aux trois critères suivants :

- le bureau gouvernemental fournit à un tiers des fonds qui sont censés couvrir, en tout ou en partie, les coûts associés à la publication, l'affichage, la diffusion ou la distribution du document;
- le gouvernement de l'Ontario accorde la permission d'utiliser le logo de l'Ontario ou un autre symbole officiel de la province dans le document;
- le bureau gouvernemental approuve le contenu du document.

Examens préalables et consultations

Un examen préalable est proposé aux bureaux gouvernementaux qui désirent faire examiner la version provisoire d'un document par le Bureau du vérificateur général afin de pouvoir y apporter les révisions nécessaires avant de soumettre la version définitive aux fins d'examen. La version provisoire peut être un scénario à condition de refléter de façon raisonnablement exacte le document tel qu'il est censé apparaître une fois terminé. Les examens préalables devraient aider à limiter le temps et l'argent investis dans l'élaboration de documents dont le contenu pourrait contrevenir à la *Loi*.

Si le document soumis aux fins de l'examen préalable semble satisfaire aux normes prescrites par la *Loi*, le Bureau du vérificateur général en avise le bureau gouvernemental. Cependant, avant que le document ne puisse être publié, affiché, diffusé, imprimé ou distribué d'une autre façon, le bureau gouvernemental doit quand même en soumettre la version définitive à l'examen du vérificateur pour que celui-ci confirme qu'elle satisfait aux normes prescrites par la *Loi*.

Si le document soumis à un examen préalable semble enfreindre une des normes prescrites par la *Loi*, des explications sont fournies au bureau gouvernemental.

L'examen préalable est strictement volontaire de la part du Bureau du vérificateur général et sous-trait aux exigences de la *Loi*.

Formation et directive sur l'examen de la publicité gouvernementale

Pour se préparer à la mise en oeuvre de la *Loi*, le Bureau du vérificateur général, de concert avec le ministère des Services gouvernementaux, a parrainé des ateliers de formation d'une demi-journée à la mi-novembre 2005. Les ateliers ont attiré de nombreux professionnels des communications du gouvernement et des agences de création.

Les participants ont eu droit à un examen approfondi des exigences de la *Loi* et des procédures administratives établies par le Bureau du vérificateur général pour la soumission, l'examen et l'approbation des documents assujettis à la *Loi*.

Avant de tenir les ateliers de formation, le Bureau du vérificateur général a élaboré une directive sur l'examen de la publicité gouvernementale. La directive a été préparée pour aider les bureaux gouvernementaux à satisfaire aux normes prescrites par la *Loi* et contient des renseignements détaillés sur, par exemple, les critères appliqués pour déterminer si une annonce publicitaire doit être soumise à un examen et, le cas échéant, si elle satisfait aux normes prescrites par la *Loi*. Elle explique également en détail le processus de soumission, d'examen et d'approbation.

La directive a été mise à la disposition des participants aux ateliers et distribuée dans toute la communauté des communications du gouvernement.

Engagement de conseillers de l'extérieur

En vertu de la *Loi sur le vérificateur général*, le vérificateur général peut nommer un commissaire à la publicité pour l'aider à satisfaire aux exigences de la *Loi de 2004 sur la publicité gouvernementale*. Cependant, au lieu de nommer un commissaire à la publicité, j'ai tenu un concours ouvert en 2005 pour recruter des conseillers chargés d'aider à appliquer la *Loi* et à assurer l'examen continu des documents qui y sont assujettis. Le concours a abouti à l'engagement de deux experts dans ce domaine :

- Rafe Engle est un avocat de Toronto qui se spécialise en droit de la publicité du divertissement et des communications. Il est aussi conseiller juridique externe des Normes canadiennes de la publicité. Avant d'étudier le droit, M. Engle a acquis une vaste expérience des médias et des communications en travaillant dans l'industrie de la publicité.
- Professeur agrégé en science politique à l'Université Queen's, Jonathan Rose est une sommité de la publicité politique et de la politique canadienne, ainsi que l'auteur d'un livre sur la publicité gouvernementale au Canada et de plusieurs articles sur l'utilisation de la publicité par les partis politiques et les gouvernements.

Ces deux conseillers ont grandement aidé le bureau à assumer ses nouvelles responsabilités.

Activité et résultats de l'examen de la publicité 2005-2006

EXAMENS EFFECTUÉS

Durant la période allant de la proclamation initiale de la *Loi sur la publicité gouvernementale* le 21 novembre 2005 jusqu'au 31 mars 2006, le Bureau du vérificateur général a reçu et examiné 79 soumissions comprenant 295 documents. De ces 295 documents, 28 étaient uniques et 267 faisaient partie de 26 campagnes à documents multiples.

Il est à noter que, dans de nombreux cas, nous étions en contact constant avec les bureaux gouvernementaux qui soumettaient des documents et nous leur fournissions une rétroaction immédiate pour que chaque document examiné satisfasse aux normes prescrites par la *Loi* ainsi qu'aux critères additionnels élaborés par le Bureau du vérificateur général. Cette approche permettait à ces bureaux d'apporter les changements nécessaires aux documents qui n'auraient pas été approuvés autrement. La plupart des normes prescrites par la *Loi* sont relativement simples à appliquer, mais les normes et facteurs additionnels qui permettent de reconnaître la publicité partisane exigent un degré élevé de jugement et d'interprétation. En fait, le degré d'interprétation requis était si élevé qu'il a fallu préciser nos critères d'examen et rester en communication constante avec les bureaux gouvernementaux.

Comme il est noté plus haut, la *Loi* exige du vérificateur général qu'il avise le bureau gouvernemental des résultats de son examen dans les sept jours ouvrables suivant la réception du document. Nous sommes heureux de pouvoir affirmer que, dans tous les cas, les documents soumis ont été examinés et une décision a été prise dans le délai prescrit de sept jours. Le temps requis pour examiner un document et prendre une décision dépend en grande partie de la complexité du message sous-

jaçant et des autres priorités de travail des membres du comité d'examen. Le délai moyen de traitement des demandes d'examen reçues durant la période à l'étude variait entre deux et trois jours.

Le Bureau a également reçu et traité 16 demandes d'examen préalable pour des documents qui en étaient à un stade préliminaire d'élaboration, la plupart du temps au niveau du scénario. Comme il est mentionné plus haut, l'examen préalable est strictement volontaire de la part du Bureau et soustrait aux exigences de la *Loi*; l'examen des documents finis a donc priorité sur les demandes d'examen préalable. Néanmoins, tous les efforts sont faits pour traiter les demandes d'examen préalable dans un délai raisonnable. Le délai moyen de traitement des demandes d'examen préalable reçues durant la période à l'étude variait entre cinq et six jours.

DÉPENSES ENGAGÉES AU TITRE DES ANNONCES PUBLICITAIRES ET DES IMPRIMÉS

La *Loi sur le vérificateur général* exige du vérificateur général qu'il présente des rapports annuels à l'Assemblée législative sur les dépenses liées à chaque document examiné en vertu de la *Loi de 2004 sur la publicité gouvernementale*.

La Figure 1 à la fin de ce chapitre contient les données requises sur les dépenses générées par chaque campagne, notamment pour les achats médias, les services d'agences de création, les services de production, d'interprétation et de distribution par des tiers, et d'autres services fournis par des tiers comme la traduction. Cette information a été recueillie par les bureaux gouvernementaux et fournie au Bureau du vérificateur général par le ministère des Services gouvernementaux.

Pour vérifier l'intégralité et l'exactitude des dépenses publicitaires déclarées, nous avons examiné un échantillon aléatoire de paiements aux fournisseurs et de pièces à l'appui dans des ministères choisis.

CONTRAVENTIONS À LA LOI

Le paragraphe 9(2) de la *Loi* exige du vérificateur général qu'il présente des rapports annuels sur les contraventions aux articles 2, 3, 4 et 8, qui se rapportent aux exigences en matière de soumission, à l'utilisation interdite avant notification des résultats et aux annonces ne satisfaisant pas aux normes prescrites par la *Loi*. Nous avons profité de nos visites dans des bureaux gouvernementaux choisis pour vérifier non seulement les données sur les dépenses, mais aussi la conformité aux exigences des articles 2, 3, 4 et 8 de la *Loi*.

En nous basant sur le travail accompli durant l'année et sur notre examen d'un échantillon aléatoire de paiements à des agences de création, d'achats médias et de pièces à l'appui, nous pouvons affirmer qu'au moment où ce rapport allait sous presse, nous n'avions détecté aucune contravention à la *Loi*.

QUESTIONS D'IMPORTANCE SPÉCIALE

Le paragraphe 9(1) de la *Loi* autorise le vérificateur général à présenter des rapports sur des questions liées aux pouvoirs et fonctions que lui confère la *Loi*. Je désire attirer l'attention sur deux de ces questions.

Conformité à la norme de déclaration de paiement

Tous les documents faisant l'objet des 79 demandes d'examen reçues entre le 21 novembre 2005 et le 31 mars 2006 ont fini par recevoir l'approbation du vérificateur général après avoir satisfait aux normes prescrites par la *Loi*.

Nous avons néanmoins soulevé une préoccupation qui revenait dans de nombreux cas relativement à l'exigence selon laquelle chaque document doit comprendre une déclaration indiquant qu'il a été payé par le gouvernement de l'Ontario. Les documents comprenaient tous la déclaration exigée, mais celle-ci était souvent placée ou dimen-

sionnée de telle sorte qu'il était difficile de la voir et de la lire. En fait, dans de nombreux cas, nous avons dû demander au bureau gouvernemental d'augmenter la taille de la déclaration de paiement. Nous sommes d'avis que la déclaration devrait être visible et lisible et perçue comme communiquant des renseignements additionnels essentiels au téléspectateur ou au lecteur, au lieu d'être imprimée en petits caractères pour satisfaire aux exigences légales. C'est pourquoi nous demandons aux bureaux gouvernementaux de prêter une attention particulière à la taille et au placement de la déclaration de paiement dans leurs documents publicitaires pour s'assurer qu'elle est facile à voir et à lire et clairement liée au message communiqué.

Publicité gouvernementale avant une élection

Maintenant que la date des futures élections générales de l'Ontario est fixée à l'avance tous les quatre ans – les prochaines élections devant avoir lieu le jeudi 4 octobre 2007 (à moins qu'une élection générale ne soit tenue plus tôt parce que le lieutenant-gouverneur a dissous l'Assemblée législative) – le moment est bien choisi pour déterminer comment la publicité gouvernementale financée par la province devrait être traitée en période préélectorale.

Les facteurs à prendre en compte dans ce contexte comprennent ce qui suit :

- Les membres du Conseil exécutif et le parti au pouvoir peuvent être perçus comme bénéficiant de la publicité gouvernementale payée par les fonds publics durant le mois précédant une élection générale.
- De même, toute augmentation du volume de publicité gouvernementale durant la période précédant une élection générale peut être perçue comme visant à avantager le parti au pouvoir.
- Des documents publicitaires déjà approuvés par le vérificateur général comme satisfaisant

aux normes prescrites par la *Loi* durant l'année précédant une élection pourraient, par suite de l'évolution des circonstances politiques, être jugés partisans en période préélectorale.

Étant donné le risque accru d'accusations de partisanerie en période préélectorale, j'ai indiqué au gouvernement en place que, lorsque nous

aurons à examiner des documents publicitaires avant une élection, mon personnel et moi-même ainsi que nos conseillers externes prendront en compte non seulement le contenu du document publicitaire, mais aussi les circonstances politiques en vigueur et le moment prévu pour la publication ou la diffusion du document.

Figure 1 : Dépenses liées aux annonces et imprimés sujets à examen en vertu de la *Loi de 2004 sur la publicité gouvernementale*, 21 novembre 2005 – 31 mars 2006

Source des données : Gouvernement de l'Ontario

Ministère/Titre de la campagne et média	Nombre de soumissions	Nombre de documents	Coûts d'agence (\$)	
			Honoraires	Création
Agriculture, Alimentation et Affaires rurales				
Ontario, terre nourricière—Pommes de terre—Télévision	1	1	20 000	—
Procureur général				
Avis d'augmentation de la valeur des biens insaisissables—Imprimés	1	1	1 325	—
Affaires civiles et Immigration				
Miser sur notre diversité—Télévision	4	22	212 822	3 326
L'Ordre de l'Ontario—Imprimés	2	12	—	—
Sécurité communautaire et Services correctionnels				
Campagne RIDE—Télévision	1	10	—	—
Développement économique et Commerce				
Programme Entreprise d'été 2006—Radio	1	1	—	24 603
Innover ou mourir—Imprimés	1	1	34 286	15 870
Investir en Ontario—Imprimés, télévision	5	17	—	—
Énergie				
Notre énergie, notre avenir—Bulletin parlementaire	2	2	2 348	—
Séances de consultation Notre énergie, notre avenir—Imprimés	1	2	4 485	1 500
ÉCO-consommer—Imprimés, télévision	1	8	130 943	—
Finances				
Budget de l'Ontario 2006—Imprimés	2	20	11 234	—
Services gouvernementaux				
Service Ontario—Certificats de naissance—Imprimés, télévision	4	4	— ¹	— ¹
Santé et Soins de longue durée				
Vaccins pour bébés—Télévision	2	22	3 150	36 440
L'hépatite C—Panneaux d'affichage, imprimés, télévision	2	22	—	39 955
Lutte contre les infections—Panneaux d'affichage, imprimés, télévision	1	13	—	14 950
Programme de dépistage des maladies chez les nouveau-nés—Imprimés, radio	3	14	—	15 530
Campagne des infirmières et infirmiers de l'Ontario—Imprimés, radio	1	5	163 271	71 950
Télésanté—Bulletin parlementaire, télévision	2	3	—	5 400
Site Web pour les temps d'attente en Ontario—Imprimés	1	8	51 680	79 840
Réseau Trillium pour le don de vie—Panneaux d'affichage, radio	1	3	—	—
Promotion de la santé				
Cesser de fumer—Imprimés, radio, télévision	8	29	131 775	100 100
Travail				
Le salaire minimum augmente—Imprimés	1	11	4 488	—

1. Aucune dépense en 2005-2006. Les dépenses seront déclarées en 2006-2007.

Production	Coûts de tiers (\$)			Médias Coûts (\$)	Total (\$)
	Interprétation	Distribution	Autre		
–	–	–	–	153 236	173 236
–	–	–	65	–	1 390
277 251	48 650	–	16 449	1 306 260	1 864 758
–	–	–	–	91 341	91 341
540	6 105	–	–	660 927	667 572
–	–	–	–	288 408	313 011
–	–	–	–	4 660	54 816
–	–	–	–	3 378 265	3 378 265
542 101	–	556 729	–	–	1 101 178
–	–	296	–	33 809	40 090
349 805	54 590	–	–	3 157 371	3 692 709
4 112	–	3 250	7 653	149 246	175 495
– ¹	– ¹	– ¹	– ¹	– ¹	– ¹
200 581	45 697	–	12 055	1 352 197	1 650 120
167 589	–	–	2 000	1 342 632	1 552 176
92 080	–	–	223	241 312	348 565
31 630	–	–	39 203	221 118	307 481
536 380	127 330	1 500	4 650	581 653	1 486 734
458 899	–	474 230	3 500	26 406	968 435
20 800	5 700	–	108	175 997	334 125
–	–	–	–	212 812	212 812
1 198 268	62 435	6 480	72 142	1 723 545	3 294 745
–	–	–	12 100	110 184	126 772

Ministère/Titre de la campagne et média	Nombre de soumissions	Nombre de documents	Coûts d'agence (\$)	
			Honoraires	Création
Affaires municipales et Logement				
Modification du Plan d'aménagement pour le centre de Pickering—Imprimés	1	1	—	—
Plan d'action intergouvernemental pour Simcoe, Barrie et Orillia—Imprimés	1	2	—	—
Richesses naturelles				
Plan de gestion des pêches de la baie de Quinte—Imprimés	1	1	—	—
Renouvellement des cartes Plein air 2006—Imprimés	1	1	—	78
Parcs Ontario : La nature, près de chez vous—Imprimés	1	2	—	288
Zones de gestion des pêches—Imprimés	1	1	—	824
Zone contrôlée de pêche d'hiver du lac Squeers—Imprimés	1	1	—	—
Réserve de conservation de Bickford Oak Woods—Imprimés	1	1	—	—
Région caractéristique de Woodland Caribou—Imprimés	1	1	— ²	— ²
Fin de semaine de pêche en famille—Imprimés	1	1	—	175
Plan de gestion de la végétation du lac Balsam—Imprimés	1	1	—	—
Guide Heritage Perth 2006—Imprimés	1	3	—	—
Plan de gestion des ressources du lac Trout—Imprimés	1	1	—	—
Parc provincial de l'île Goose—Imprimés	1	1	—	—
Parc provincial du lac Silver—Imprimés	1	1	— ²	— ²
Comité consultatif de citoyens de la localité—Imprimés	1	1	—	—
Plan de gestion des eaux de la rivière Muskoka—Imprimés	1	1	—	—
Festival du sirop d'érable de Bronte Creek—Imprimés	1	5	— ²	— ²
Réerves de conservation—Imprimés	1	2	—	—
Zone Nord-Ouest de Parcs Ontario—Imprimés	1	1	—	—
Parcs Ontario—Imprimés	1	1	—	77
Modifications Bonnechère, rivière Bonnechère, Foy—Imprimés	1	1	— ¹	— ¹
Location saisonnière de terrains de camping—Imprimés	1	1	— ¹	— ¹
Avis de modification mineure au Plan de gestion des eaux de la rivière Seine—Imprimés	1	1	—	—
Parcs Temagami—Imprimés	1	1	— ¹	— ¹
Règlements sur les feux—Imprimés	1	1	— ²	— ²
Développement du Nord et Mines				
Société de gestion du Fonds du patrimoine du Nord de l'Ontario—Imprimés	1	2	—	—
Formation, Collèges et Universités				
Formation en apprentissage/Connexion Métiers—Radio, télévision	1	24	76 851	265 519
Concours de compétences en apprentissage—Imprimés	1	1	—	—
Salon des carrières et de la formation à Toronto—Imprimés	1	1	—	—
Salon des carrières et de la formation à Kitchener/Waterloo—Imprimés	1	1	— ¹	— ¹
Total	79	295	848 658	676 425

1. Aucune dépense en 2005-2006. Les dépenses seront déclarées en 2006-2007.

2. L'annonce a été annulée.

Production	Coûts de tiers (\$)			Médias Coûts (\$)	Total (\$)
	Interprétation	Distribution	Autre		
140	—	—	—	14 566	14 706
165	—	—	—	3 392	3 557
—	—	—	—	1 462	1 462
—	—	—	—	—	78
—	—	—	—	—	288
—	—	—	—	—	824
—	—	—	—	482	482
—	—	—	—	642	642
— ²	— ²	— ²	— ²	— ²	— ²
—	—	—	—	—	175
—	—	—	—	382	382
—	—	—	—	1 075	1 075
—	—	—	—	408	408
—	—	—	—	258	258
— ²	— ²	— ²	— ²	— ²	— ²
—	—	—	—	210	210
—	—	—	—	2 552	2 552
— ²	— ²	— ²	— ²	— ²	— ²
—	—	—	72	2 379	2 451
—	—	—	—	—	—
—	—	—	—	—	77
— ¹	— ¹	— ¹	— ¹	— ¹	— ¹
— ¹	— ¹	— ¹	— ¹	— ¹	— ¹
—	—	—	—	466	466
— ¹	— ¹	— ¹	— ¹	— ¹	— ¹
— ²	— ²	— ²	— ²	— ²	— ²
—	—	—	—	3 000	3 000
—	—	—	15 270	1 508 275	1 865 915
—	—	—	—	—	—
—	—	—	—	4 287	4 287
— ¹	— ¹	— ¹	— ¹	— ¹	— ¹
3 880 341	350 507	1 042 485	185 490	16 755 215	23 739 121