

# Examen de la publicité gouvernementale par le vérificateur général

## Introduction

Les fonctions et responsabilités du vérificateur général sont indiquées dans la *Loi de 2004 sur la publicité gouvernementale* (la Loi), entrée pleinement en vigueur le 30 janvier 2006. On peut consulter la Loi en ligne à l'adresse [www.e-laws.gov.on.ca](http://www.e-laws.gov.on.ca). Le présent 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 1<sup>er</sup> avril 2006 et le 31 mars 2007) [alinéa 12(2)g) de la *Loi sur le vérificateur général*].

## Contexte

L'idée de faire examiner la publicité gouvernementale par le vérificateur général a pris naissance au milieu 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 que l'on pourrait percevoir comme étant 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.

Peu après l'ouverture de la 38<sup>e</sup> législature, soit le 11 décembre 2003, le gouvernement a présenté le projet de loi 25, intitulé *Loi concernant la publicité gouvernementale*. 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). L'intention de la Loi était d'interdire les publicités gouvernementales pouvant être considérées comme partisans en exigeant que le vérificateur général approuve les publicités proposées avant leur utilisation.

Afin de prévoir une brève période de transition, la Loi a été proclamée en deux étapes, les dates d'entrée en vigueur étant le 21 novembre 2005 et le 30 janvier 2006. Durant la période comprise entre ces deux dates, les bureaux gouvernementaux étaient tenus de soumettre tous les documents publicitaires sujets à examen au Bureau du vérificateur général, mais il ne leur était pas interdit d'utiliser les documents dont la diffusion avait déjà été approuvée. Cependant, après la pleine entrée en vigueur de la Loi le 30 janvier 2006, les bureaux gouvernementaux ne pouvaient plus utiliser les documents assujettis à la Loi 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 de nature principalement partisane 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 (aucune autre entité n'a encore été désignée jusqu'ici). La Loi exige des bureaux gouvernementaux qu'ils soumettent les documents publicitaires, imprimés ou messages prescrits qui sont sujets à

examen au Bureau du vérificateur général, pour que celui-ci puisse déterminer s'ils satisfont aux normes qu'exige la Loi.

### PUBLICITÉS SUJETTES À EXAMEN

La Loi exige du vérificateur général qu'il examine :

- toute annonce publicitaire, dans quelque langue que ce soit, 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;
- tout imprimé, dans quelque langue que ce soit, qu'un bureau gouvernemental a l'intention, moyennant paiement, 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 de ces conditions sont sujets à examen.

### Exceptions

La Loi exclut expressément de l'examen les annonces d'emploi ou les avis au public exigés par la loi. En sont également exclues les annonces portant sur la fourniture de biens ou la prestation de services à un bureau gouvernemental et celles 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 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 le présent chapitre);
- les brochures, les dépliants, les bulletins, les communiqués, les documents de consultation,

les rapports et les autres imprimés, documents ou publications similaires autres que les journaux ou les magazines sujets à examen.

## 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 sujet à examen 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 (c'est-à-dire, le sous-ministre) 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 qu'exige 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 qu'exige la Loi.

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

Il a été prescrit par règlement que le vérificateur général dispose d'un délai de sept jours ouvrables

suivant la réception de la version définitive d'un document pour aviser un bureau gouvernemental des résultats de son examen. En vertu de la Loi, si l'avis n'est pas donné dans ce délai, le bureau gouvernemental est réputé avoir été avisé que le document satisfait aux normes qu'exige la Loi.

Si la version définitive soumise à l'examen du vérificateur général ne satisfait pas aux normes qu'exige la Loi, le bureau gouvernemental peut soumettre une version révisée aux fins d'un nouvel examen. Comme dans le cas de l'examen initial, le vérificateur général 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 bureau gouvernemental est réputé avoir été avisé que la version révisée satisfait aux normes qu'exige la Loi.

Une fois qu'il a été déterminé qu'un document satisfait aux normes qu'exige la Loi, le bureau gouvernemental peut l'utiliser durant 12 mois à compter de la date de l'approbation. Toutes les décisions du vérificateur général sont définitives en vertu de la Loi.

## NORMES AUXQUELLES DOIVENT SATISFAIRE LES DOCUMENTS SUJETS À EXAMEN

Le Bureau du vérificateur général doit d'abord déterminer si un document sujet à examen satisfait à toutes les normes qu'exige 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 ces exigences).
- Il ne doit pas avoir comme objectif principal notamment de donner 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 particulières susmentionnées, la Loi permet au vérificateur général de tenir compte des facteurs additionnels qu'il estime appropriés lorsqu'il détermine 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, le Bureau du vérificateur général a consulté les Normes canadiennes de la publicité. Nous avons également 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 qui ont été intégrés au processus d'examen se rapportent à l'impression générale produite par le message et à la réception ou la perception probable de celui-ci. 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 les explications, et non sur les mérites politiques des propositions;
  - permettre au public de distinguer les faits des commentaires, opinions ou analyses.
- Le document ne doit 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 de 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 (à cette fin, nous examinons également d'autres facteurs tels

que le moment de la diffusion, le public ciblé et l'environnement global dans lequel le message doit être diffusé);

- communiquer des messages mettant un parti politique en valeur ou renforçant son image;
- traiter de questions, telles qu'une politique proposée, qui n'ont pas encore été décidées, sauf pour fournir une explication équilibrée des avantages et des inconvénients;
- présenter des politiques, activités, produits ou services existants comme s'ils étaient nouveaux;
- utiliser une adresse URL pour diriger les lecteurs, téléspectateurs ou auditeurs vers une ou plusieurs pages Web dont le contenu pourrait ne pas satisfaire aux normes qu'exige la Loi (voir la sous-section Sites Web).

## AUTRES PROTOCOLES D'EXAMEN

### Sites Web

Quoique les sites Web mentionnés dans une annonce publicitaire ne soient théoriquement pas sujets à examen en vertu de la Loi, le vérificateur général et le gouvernement ont convenu de ce qui suit : si un document soumis aux fins d'examen 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 général tiendra compte du contenu et du contexte de ces pages Web. Toutefois, le Bureau du vérificateur général limite son examen à cet égard à la page ou aux pages affichées au « premier clic de souris » sur l'adresse URL citée dans le document. Aux termes de cette entente, le Bureau du vérificateur général ne tient pas compte des pages Web ou documents affichés après le premier clic pour déterminer si le document satisfait aux normes qu'exige la Loi.

Étant donné que la page Web affichée au premier clic est considérée comme étant un prolongement du message sujet à examen, le vérificateur général l'examinera pour déterminer si elle contient des renseignements ou des messages pouvant ne pas satisfaire aux normes qu'exige 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.

### Publicités dans les programmes d'activités publiques et de conférences et paiements en nature

En ce qui concerne les publicités gouvernementales figurant dans les programmes distribués dans le cadre d'activités publiques et de conférences, le Bureau du vérificateur général a adopté la position selon laquelle des publicités de ce genre devraient être assujetties à la Loi, étant donné que, habituellement, les programmes ressemblent à des magazines et sont utilisés à des fins similaires.

Il est à noter que l'espace publicitaire réservé dans les programmes d'activités publiques ou de conférences est parfois fourni gratuitement à un bureau gouvernemental. Cependant, si celui-ci apporte une contribution financière quelconque à l'événement, ce qui comprend le parrainage, nous considérons que la publicité gratuite a été payée indirectement. 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 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 à cette approche relativement aux annonces dans les programmes distribués lors d'activités publiques

et de conférences. Par conséquent, les documents figurant dans ces programmes sont sujets à examen en vertu de la Loi et doivent être soumis aux fins d'examen.

### Publicité par un tiers

Reconnaissant que des fonds publics sont parfois affectés à la publicité par des tiers, le Bureau du vérificateur général et le gouvernement ont convenu 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 au tiers 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 avant de soumettre la version définitive aux fins d'examen. La version provisoire peut être un scénario, à condition qu'il rende compte de façon raisonnablement exacte du document tel qu'il est censé apparaître une fois terminé. Les examens préalables aident à éviter que les bureaux gouvernementaux investissent temps et argent dans l'élaboration de documents

dont le contenu, de l'avis du vérificateur général, contrevient à la Loi.

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

Si le document soumis à un examen préalable semble enfreindre une des normes prescrites par la Loi, le Bureau du vérificateur général fournit des explications au bureau gouvernemental.

L'examen préalable est strictement volontaire de la part du Bureau du vérificateur et soustrait aux exigences de la Loi.

## 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, le Bureau du vérificateur général a recruté des conseillers de l'extérieur chargé d'offrir une aide et des conseils concernant l'examen continu des documents soumis aux fins d'examen en vertu de la Loi. Les experts ci-après ont été engagés par le Bureau du vérificateur général à divers moments de l'exercice 2006-2007 :

- Rafe Engle est un avocat de Toronto qui se spécialise en droit de la publicité, du marketing, des communications et du divertissement. 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.

- Jonathan Rose est professeur agrégé en science politique à l'Université Queen's. Il fait autorité dans le domaine de la publicité politique et de la politique canadienne. Il est l'auteur d'un livre sur la publicité gouvernementale au Canada et de plusieurs articles et chapitres traitant de l'usage que les partis politiques et les gouvernements font de la publicité.
- Joel Ruimy est un expert-conseil en communication de Toronto, qui a couvert la politique ontarienne durant de nombreuses années dans les médias imprimés et à la télévision en tant que journaliste, rédacteur et producteur.

Ces conseillers nous ont grandement aidés à effectuer l'examen de la publicité gouvernementale cette année.

## Activité et résultats de l'examen de la publicité 2006-2007

### EXAMENS EFFECTUÉS

En 2006-2007, le Bureau du vérificateur général a reçu et examiné 189 soumissions portant sur 1 047 documents publicitaires, dont le coût total s'élevait à près de 69 millions de dollars.

Conscient du fait que les bureaux gouvernementaux avaient besoin de temps pour apprendre comment la Loi serait appliquée, le Bureau du vérificateur général a mis en place un processus visant à leur donner une rétroaction immédiate, pour veiller à ce que chaque document examiné satisfasse aux normes qu'exige la Loi ainsi qu'à tout critère additionnel élaboré par le vérificateur général. Dans certains cas, cette approche a permis d'apporter, dans le délai obligatoire de sept jours prévu pour les examens, des changements aux documents soumis, qui n'auraient pas été approuvés autrement. Dans

d'autres cas, des bureaux gouvernementaux ont choisi de retirer leurs soumissions; durant l'exercice 2006-2007, 5 soumissions visant 16 documents distincts ont été retirées, et leur retrait a directement découlé des préoccupations soulevées par notre bureau. Il avait été alors clairement précisé que ces soumissions, si elles n'étaient pas retirées ou modifiées, seraient rejetées parce qu'elles contrevenaient à au moins une des normes qu'exige la Loi.

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. Par exemple, nous avons conclu qu'une publicité faisant la promotion des Prix du premier ministre contreviendrait à la Loi, en raison de l'utilisation de l'expression « premier ministre ». La plupart des gens peuvent rapidement associer l'expression « premier ministre » au nom de la personne qui occupe cette fonction; par conséquent, l'emploi de ce terme viole la disposition interdisant l'utilisation du nom, de l'image ou de la voix d'un membre du Conseil exécutif dans un message publicitaire. En outre, une publicité faisant la promotion d'un programme de prix dont le nom contient l'expression « premier ministre » pourrait être perçue comme donnant une impression favorable du parti au pouvoir.

Après avoir collaboré étroitement avec les bureaux gouvernementaux et avoir fourni à ceux-ci une orientation durant une période de 12 mois suivant l'entrée en vigueur de la Loi, le Bureau du vérificateur général a mis en œuvre, le 1<sup>er</sup> janvier 2007, un processus plus officiel permettant de rendre compte plus fidèlement de l'esprit de la Loi.

Dans le cadre de ce processus, une publicité soumise au Bureau du vérificateur général ne peut être modifiée ou retirée pendant que la procédure de soumission aux fins d'approbation suit son cours.

Les ministères reçoivent uniquement un avis écrit qui soit indique que la publicité satisfait aux normes qu'exige la Loi, soit énonce les raisons pour lesquelles le vérificateur général a jugé qu'elle contrevenait à la Loi. En ce qui concerne les documents dont il a été déterminé qu'ils ne satisfaisaient pas aux normes, les bureaux gouvernementaux peuvent choisir de les modifier et de les soumettre de nouveau pour un second examen, en vertu de l'article 8 de la Loi.

Comme il est noté plus haut, la Loi exige du vérificateur général qu'il avise un bureau gouvernemental des résultats de son examen dans les sept jours ouvrables suivant la réception d'un document. Nous sommes en mesure d'annoncer que, dans tous les cas, les décisions ont été communiquées dans le délai obligatoire de sept jours. Le temps requis pour examiner un document et prendre une décision dépend en grande partie de la complexité du message sous-jacent et des autres priorités de travail des membres du comité d'examen. Durant l'exercice 2006-2007, le temps de traitement moyen des soumissions obligatoires a été d'un peu plus de quatre jours ouvrables.

Nous avons également reçu et traité 26 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 nous l'avons déjà mentionné, les examens préalables sont strictement volontaires de la part du Bureau du vérificateur général et soustraits 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 achever l'examen des documents soumis aux fins d'examen préalable dans un délai raisonnable. Durant l'exercice 2006-2007, le délai de traitement moyen des documents soumis aux fins d'examen préalable a été d'environ cinq jours ouvrables.

## 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 qu'exige 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.

Les travaux et les examens effectués par le Bureau du vérificateur général durant l'année ont permis de constater des contraventions à la Loi, qui sont indiquées dans la Figure 1.

## 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, les imprimés et les messages qui sont sujets à examen en vertu de la *Loi de 2004 sur la publicité gouvernementale*.

La Figure 2 à la fin du présent chapitre contient des données détaillées sur les dépenses générées par chaque campagne de publicité, selon le ministère ou le bureau gouvernemental, 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, le Bureau du vérificateur général a examiné un échantillon aléatoire de paiements aux fournisseurs et de pièces à l'appui dans des ministères choisis.



**Figure 1 : Contraventions à la Loi de 2004 sur la publicité gouvernementale, 1<sup>er</sup> avril 2006–31 mars 2007**

Préparé par le Bureau du vérificateur général de l'Ontario

Ministère	Description
Culture Objet : Prix du premier ministre pour l'excellence artistique Avril 2006	Une publicité faisant la promotion des Prix a été publiée dans plusieurs journaux de l'Ontario sans avoir été d'abord soumise au Bureau du vérificateur général aux fins d'examen et d'approbation. Si elle l'avait été, elle aurait été rejetée en raison de l'utilisation de l'expression « premier ministre ». Le Bureau a déterminé que l'utilisation de l'expression dans ce message contrevient au paragraphe 6(1)3 de la Loi, qui interdit que le nom d'un membre du Conseil exécutif apparaisse dans un document publicitaire. Les gens peuvent rapidement associer l'expression « premier ministre » au nom de la personne qui occupe cette fonction. De même, le fait de promouvoir un programme de prix dont le nom contient l'expression « premier ministre » donne une impression favorable du parti au pouvoir.
Santé et Soins de longue durée Objet : Information sur le Régime d'assurance-santé de l'Ontario destinée aux résidents de régions éloignées Septembre 2006	Une publicité contenant de l'information sur le Régime d'assurance-santé de l'Ontario, destinée aux résidents de régions éloignées et de collectivités isolées, a été publiée dans un journal sans avoir été d'abord soumise au Bureau du vérificateur général aux fins d'examen et d'approbation. La publicité a par la suite été soumise et approuvée en vue d'une utilisation ultérieure.
Secrétariat du renouveau démocratique Objet : Assemblée des citoyens sur la réforme électorale Octobre 2006	Des publicités portant sur diverses réunions publiques ont été publiées dans divers journaux de l'Ontario sans avoir été soumises au Bureau du vérificateur général aux fins d'examen et d'approbation. Lorsque notre Bureau a eu connaissance de cette situation, la campagne a été interrompue en attendant que le vérificateur général examine ces publicités. Nous avons conclu que les publicités satisfaisaient aux normes en matière de contenu qu'exige la Loi, et la campagne a pu reprendre son cours.

## 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 certaines de ces questions.

### Publicité gouvernementale avant une élection

Depuis qu'il a été décidé que les élections générales de l'Ontario allaient se tenir à dates fixes – tous les quatre ans – il n'y a plus d'incertitudes quant aux dates auxquelles auront lieu les futures élections, à moins qu'une élection générale soit tenue plus tôt parce que le lieutenant-gouverneur a dissous l'Assemblée législative. Par conséquent, il importe de déterminer comment la publicité gouvernemen-

tales financées par la province devrait être traitée en période préélectorale.

Dans ce contexte, on doit tenir compte des sujets de préoccupation suivants :

- 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 modification notable de la nature, du contenu, de l'idée maîtresse ou du volume des publicités gouvernementales durant la période précédant une élection générale peut être perçue comme visant à avantager le parti au pouvoir.
- Des documents publicitaires approuvés par le vérificateur général comme satisfaisant aux normes prescrites par la Loi – ces approbations étant valides pour une période de 12 mois – durant l'année précédant une élec-

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

### Recours à des célébrités dans les publicités

Les publicitaires du secteur privé ont souvent recours à des célébrités dans leurs messages, et nous reconnaissons qu'il s'agit là d'une technique pouvant également améliorer l'efficacité des publicités gouvernementales. Cependant, l'utilisation de telles personnes peut donner lieu à certaines préoccupations, notamment :

- la possibilité que le message livré par la célébrité engagée comme porte-parole soit conçu pour épouser les positions politiques du parti au pouvoir;
- le risque que la célébrité engagée comme porte-parole soit ensuite recrutée pour faire campagne aux côtés du gouvernement durant une élection.

Dans de tels cas, le parti au pouvoir recevrait le genre d'appui partisan que la Loi vise à empêcher. Dans le cadre de notre examen des publicités ayant recours à une célébrité, nous nous attacherons à déterminer si celle-ci a des liens politiques ou publics pouvant faire en sorte que la publicité donne une impression favorable du parti au pouvoir ou une impression défavorable d'une personne ou d'une entité qui critique le gouvernement.

Lorsqu'une publicité ayant recours à une célébrité sera approuvée, nous aviserons le ministère ou le bureau concerné que l'approbation sera maintenue à condition que la célébrité ne fasse rien qui puisse être considéré comme une activité partisane par la suite, ce qui inclut, par exemple, le fait de prendre part à des activités ou à des événements pouvant être perçus comme faisant la promotion des intérêts partisans du parti au pouvoir, ou encore de faire campagne aux côtés d'un membre ou d'un candidat du parti au pouvoir durant une élection.

**Figure 2 : Dépenses liées aux annonces et imprimés sujets à examen en vertu de la Loi de 2004 sur la publicité gouvernementale, 1<sup>er</sup> avril 2006 – 31 mars 2007**

Source des données : Bureaux du gouvernement de l'Ontario

Ministère/Titre de la campagne	Nombre de soumissions	Nombre de documents	Coûts d'agence (\$)	
			Honoraires	Création
<b>Agriculture, Alimentation et Affaires rurales</b>				
Message concernant le programme d'activités du MAAARO	1	2	–	–
Ontario, terre nourricière—Chronophotographie—Panneaux d'affichage, radio, télévision—2006-2007	1	29	58 233	–
Ontario, terre nourricière—Chronophotographie—Radio, télévision—2007-2008 <sup>1</sup>	1	18	–	–
<b>Procureur général</b>				
Examen des services de sténographie judiciaire	1	2	–	–
<b>Services à l'enfance et à la jeunesse</b>				
Établissement de justice pour la jeunesse de Brampton—Bulletin d'information (payé par Infrastructure Ontario)	1	1	–	–
Sensibilisation à la négligence à l'égard des enfants—North Bay/Parry Sound	1	3	–	–
Lutte contre la violence familiale—Grey Bruce	1	2	–	–
Prévention de la violence familiale—Halton	1	2	–	–
Bureau de santé de la région de Durham, Initiative de prévention de la violence au foyer	1	4	–	–
Collectivités sécuritaires pour les enfants—Bureau de santé de Peel	1	6	–	–
Prévention des blessures de la petite enfance—Sud-Ouest	1	15	–	–
Bureau de santé de Sudbury et Algoma, Sensibilisation à la dépression postnatale	1	3	–	–
Bureau de santé de Sudbury et du district—La grossesse et l'alcool ne font pas bon ménage <sup>3</sup>	1	4	–	–
Bureau de santé du comté de Windsor-Essex, Prévention des blessures	1	15	–	–
<b>Affaires civiques et Immigration</b>				
Expérience Globale Ontario—Promotion des services aux nouveaux arrivants <sup>3</sup>	1	1	–	–
Aider les nouveaux arrivants à réussir	3	18	47 339	20 346
Ordre de l'Ontario <sup>2</sup>	–	–	–	–
Consultations provinciales—Les soins en maison de retraite	1	2	–	–
La violence faite aux femmes—« Le serveur de hamburgers »	1	2	763	500
<b>Sécurité communautaire et Services correctionnels</b>				
Programme RIDE 2006	1	8	–	–

1. Les dépenses seront déclarées en 2007-2008.

2. Les dépenses ont été déclarées en 2005-2006, mais d'autres dépenses sont prévues pour 2006-2007.

3. L'annonce a été retirée.

Coûts de tiers (\$)				Coûts médias (\$)		Total (\$ CAN)
Production	Interprétation	Distribution	Autre	CAN	US	
–	–	–	–	–		–
–	21 000	–	–	1 742 884		1 822 117
–	–	–	–	–		–
–	–	3 040	2 342	–		5 382
–	–	–	–	–		–
–	–	–	–	5 000		5 000
–	–	–	–	13 691		13 691
–	–	–	–	7 412		7 412
–	–	–	–	11 468		11 468
–	–	–	–	112 406		112 406
19 100	–	–	–	43 428		62 528
–	–	–	–	8 978		8 978
–	–	–	–	–		–
–	–	–	–	16 278		16 278
–	–	–	–	–		–
70 406	24 217	–	331	1 085 000		1 247 639
–	–	–	–	21 620		21 620
–	–	–	–	21 089		21 089
257 465	70 585	–	2 015	434 047		765 375
552	6 161	248 421	–	244 696		499 830

Ministère/Titre de la campagne	Nombre de soumissions	Nombre de documents	Coûts d'agence (\$)	
			Honoraires	Création
<b>Services sociaux et communautaires (Affaires francophones)</b>				
Brochure marquant le 20 <sup>e</sup> anniversaire de la <i>Loi sur les services en français</i>	1	2	22 680	–
Si l'adoption fait partie de votre vie...	1	2	192 000	–
<b>Culture</b>				
Prix du premier ministre pour l'excellence artistique <sup>4</sup>	–	–	–	–
<b>Secrétariat du renouveau démocratique</b>				
Consultations publiques de l'Assemblée des citoyens <sup>4</sup>	1	2	–	–
<b>Développement économique et Commerce</b>				
InvestiNord – GO–International	2	27	99 995	–
Investissement Ontario–International	5	75	659 870	–
Emplois et économie : C'est bon pour moi	2	3	124 465	731
<b>Éducation</b>				
Six moyens/Appuyer chaque élève	5	45	138 780	141 390
<b>Énergie</b>				
PowerWISE	6	29	435 617	27 974
<b>Finances</b>				
Budget de l'Ontario 2007	1	23	6 306	–
Avis aux avocats– <i>Loi sur les droits de cession immobilière</i>	1	2	–	–
Obligations d'épargne de l'Ontario	1	18	128 813	44 776
<b>Services gouvernementaux</b>				
Garantie de service pour les certificats de naissance	6	47	–	552 237
Protection du consommateur	1	2	–	–
Fermeture temporaire du bureau du MTO situé au 75 Albram Lake Road <sup>1</sup>	1	1	–	–
Service Ontario dans les bibliothèques	1	2	–	–
Showcase Ontario	1	1	–	–
Monument aux anciens combattants	1	1	–	–
<b>Santé et Soins de longue durée</b>				
Plan stratégique décennal	5	48	147 638	79 350
Immunisation des bébés <sup>2</sup>	–	–	–	–
Avis relatif à la carte Santé destiné aux résidents du Nord <sup>4</sup>	–	–	–	–
Ressources humaines en santé–ProfessionsSantéOntario	1	7	124 490	63 735
Campagne de lutte contre les infections <sup>2</sup>	–	–	–	–
Grippe 2006	7	63	77 839	136 497
Campagne du ruban vert (Semaine nationale de sensibilisation au don d'organes)	1	9	–	–

1. Les dépenses seront déclarées en 2007-2008.

2. Les dépenses ont été déclarées en 2005-2006, mais d'autres dépenses sont prévues pour 2006-2007.

4. L'annonce constituait une infraction.

Production	Coûts de tiers (\$)			Coûts médias (\$)		Total (\$ CAN)
	Interprétation	Distribution	Autre	CAN	US	
12 402	–	18 689	688	18 430		72 890
80 650	–	–	2 055	792 855	65 722	1 067 560
–	–	–	–	35 414		35 414
–	–	–	–	245 812		245 812
57 978	–	54	2 726	1 435 375		1 596 128
175 377	–	2 283	7 811	9 411 537		10 256 878
1 006 132	–	98	1 502	1 505 748		2 638 676
350 982	123 778	1 341	43 079	2 234 475		3 033 825
1 557 068	100 801	–	–	6 335 978		8 457 438
6 045	–	–	1 552	136 346		150 249
–	–	–	792	5 280		6 072
312 891	44 093	112 190	10 395	2 249 664		2 902 822
13 838	–	–	4 889	2 164 007		2 734 971
–	–	–	–	58 529		58 529
–	–	–	–	–		–
–	–	–	–	–		–
–	–	–	–	636		636
–	–	–	–	18 557		18 557
535 116	17 060	850	1 119	3 365 306		4 146 439
–	–	–	–	672 846		672 846
–	–	–	–	1 249		1 249
75 128	3 000	1 438	869	786 643	229 776	1 055 303
–	–	–	–	950 790		950 790
258 973	33 995	308	–	2 107 403		2 615 015
–	–	–	–	30 964		30 964

Ministère/Titre de la campagne	Nombre de soumissions	Nombre de documents	Coûts d'agence (\$)	
			Honoraires	Création
<b>Santé et Soins de longue durée (suite)</b>				
Programme de dépistage des maladies chez les nouveau-nés <sup>2</sup>	—	—	—	—
Campagne des infirmières et infirmiers de l'Ontario	4	26	—	—
Réseau Trillium pour le don de vie	1	3	—	—
Virus du Nil occidental	3	98	16 750	17 374
<b>Promotion de la santé</b>				
Désaccoutumance au tabac—Stratégie Ontario sans fumée	5	63	27 650	11 263
Promotion de la saine alimentation et de la vie active auprès des préadolescents	1	3	139 558	4 228
Fumée secondaire	1	4	179 320	36 948
Loi favorisant un Ontario sans fumée	2	31	3 250	—
Campagne stupid.ca (anti-tabac)	4	15	153 500	109 121
<b>Affaires intergouvernementales</b>				
Équité/Déséquilibre fiscal <sup>3</sup>	2	10	350 158	153 273
Cérémonies du jour du Souvenir	1	1	—	—
<b>Travail</b>				
Fin de la retraite obligatoire	2	12	6 000	—
Congé familial pour raison médicale	1	11	9 391	—
Augmentation du salaire minimum 2007	1	12	5 500	—
<b>Affaires municipales et Logement</b>				
Friches contaminées Ontario	1	1	—	—
Gestion du patrimoine naturel dans le centre de Pickering <sup>5</sup>	1	2	—	—
Réalisez votre rêve d'accession à la propriété	1	1	—	—
<b>Richesses naturelles</b>				
Répertoire des municipalités de l'Ontario 2007—Information sur les terres de l'Ontario	1	1	—	81
Baie de Quinte—Invitation à participer	1	1	—	—
Programme Attention : Ours	1	14	—	15 000
Enlèvement d'un pont—Chapleau	1	2	—	—
Enlèvement d'un pont—District de Sudbury	1	2	—	—
Enlèvement d'un pont—District de Timmins	1	2	—	—
Guide des visiteurs de Burlington—Ruisseau Bronte 2007	1	1	—	—
Protégeons nos terres—Conservation de la nature Canada	1	1	—	174
Parc provincial du Lac Charleston—Guide des loisirs	1	1	—	—
Élimination des déchets du lac Como	1	1	—	—
Séances d'information sur le cormoran	1	3	—	—

2. Les dépenses ont été déclarées en 2005-2006, mais d'autres dépenses sont prévues pour 2006-2007.

3. L'annonce a été retirée.

5. L'annonce a été annulée après avoir été approuvée.

Production	Coûts de tiers (\$)			Coûts médias (\$)		Total (\$ CAN)
	Interprétation	Distribution	Autre	CAN	US	
–	–	–	–	138 063		138 063
–	–	–	–	1 715 246		1 715 246
–	–	–	–	279 121		279 121
64 092	15 649	1 050	68 768	1 998 125		2 181 808
383 956	89 001	18 614	26 975	2 264 896		2 822 355
277 824	63 836	–	–	584 923		1 070 369
11 364	6 962	–	21 493	57 706		313 793
21 826	6 402	–	35 804	1 100 471		1 167 753
515 013	169 356	1 532	52 093	2 208 132		3 208 746
549 981	–	1 532	–	–		1 054 944
–	–	–	–	18 804		18 804
–	–	–	12 100	231 080		249 180
–	–	–	1 300	31 243		41 934
–	–	–	12 100	114 282		131 882
–	–	–	–	–		–
–	–	–	–	–		–
–	–	–	–	–		–
–	–	–	–	2 041		2 122
–	–	–	96	1 442		1 538
–	–	–	700	331 100		346 800
–	–	–	45	–		45
–	–	–	48	512		560
–	–	–	45	410		455
–	–	–	–	1 375		1 375
–	–	–	–	3 700		3 874
–	–	–	–	105		105
–	–	–	–	76		76
–	–	–	53	187		240



Ministère/Titre de la campagne	Nombre de soumissions	Nombre de documents	Coûts d'agence (\$)	
			Honoraires	Création
<b>Richesses naturelles (suite)</b>				
Aliénation des terres de la Couronne—Lac Dog	1	1	—	—
Atlas des politiques d'aménagement des terres de la Couronne—District de Sault Ste. Marie	1	1	—	—
Chasseurs de chevreuils	1	1	—	—
Station piscicole de Dorion	1	1	—	—
Plan provisoire de gestion de la végétation du ruisseau Bronte	1	3	—	—
Plan provisoire de gestion de la végétation d'Inverhuron	1	3	—	—
La sécheresse et les incendies de forêt	1	1	—	—
Donner à manger aux chevreuils ou aux wapitis	1	1	—	258
Prévention des incendies—Télédistribution, radio	1	5	—	—
Prévention des incendies—Les vents violents font augmenter les risques de feux de forêt <sup>5</sup>	1	1	—	—
Message de prévention Intelli-feu—Magazine <i>Kenora Stuff</i>	1	1	—	—
Prévention des incendies de forêt Intelli-feu	1	2	—	—
Trousse d'information sur la prévention des incendies de forêt Intelli-feu	1	6	—	162
Refuge ichtyologique du ruisseau Black au lac Doré dans le canton de Wilberforce	1	1	—	—
Zone de gestion des pêches hivernales	1	1	—	148
Comté de Haldimand, Guide des expériences 2007	1	1	—	—
Aidez à protéger le patrimoine naturel de l'Ontario—Service téléphonique	1	1	—	258
Espèces envahissantes—Guide de vacances	1	1	—	—
Guide des saisons de Kawartha—2007	1	1	—	—
Information sur les terres de l'Ontario—Réseau routier	1	1	—	—
Fermeture du dépotoir du lac Manion	1	1	—	—
Festival de l'érable—Parc provincial du Ruisseau Bronte	1	2	—	—
Barrages des lacs Mary et Kawagama	1	1	—	—
Qui sait quelle aventure vous attend... au bord de l'étang—Zones humides vitales	1	3	—	12 500
Réseau de la rivière Michipicoten	1	3	—	—
Réseau de la rivière Montréal	1	1	—	—
<i>Loi sur la protection des eaux navigables</i> —Rivière Michipicoten	1	1	—	—
Chutes Neys et Rainbow —Programme de location saisonnière 2007	1	1	—	—
Nord de l'Ontario— <i>Lake Superior Magazine Guide</i>	1	1	—	100
Parcs Ontario—Matériel publicitaire bilingue	1	2	—	848
Parcs Ontario—Magazine <i>Camping Caravaning</i> <sup>2</sup>	—	—	—	63

2. Les dépenses ont été déclarées en 2005-2006, mais d'autres dépenses sont prévues pour 2006-2007.

5. L'annonce a été annulée après avoir été approuvée.

Coûts de tiers (\$)				Coûts médias (\$)		Total (\$ CAN)
Production	Interprétation	Distribution	Autre	CAN	US	
–	–	–	–	384		384
–	–	–	96	2 184		2 280
–	–	–	–	333		333
–	–	–	–	575		575
–	–	–	–	1 091		1 091
–	–	–	–	287		287
–	–	–	–	315		315
–	–	–	–	–		258
–	–	–	–	382 888		382 888
–	–	–	–	–		–
–	–	–	–	600		600
–	–	–	–	–		–
–	–	–	–	–		162
–	–	–	–	1 025		1 025
–	–	–	–	–		148
–	–	–	–	335		335
–	–	–	–	–		258
–	–	–	–	183		183
–	–	–	–	690		690
–	–	–	–	730		730
–	–	–	–	395		395
–	–	–	–	5 600		5 600
–	–	–	–	1 922		1 922
7 500	–	–	1 500	53 500		75 000
–	–	–	–	86		86
–	–	–	–	843		843
–	–	–	–	86		86
–	–	–	–	794		794
–	–	–	–	–	514	100
–	–	–	–	33 320		34 168
–	–	–	–	350		413

Ministère/Titre de la campagne	Nombre de soumissions	Nombre de documents	Coûts d'agence (\$)	
			Honoraires	Création
<b>Richesses naturelles (suite)</b>				
Parcs Ontario, Nord de l'Ontario—Carte-guide de vacances 2007	1	1	—	—
Parcs Ontario, Nord de l'Ontario— <i>Circle Tour Adventure Guide</i>	1	1	—	—
Parcs Ontario, Région du Nord-Ouest—Au pays du soleil couchant 2007	1	1	—	—
<i>L'Ontario Chemins de découverte</i> —automne/hiver	1	2	—	458
Modèles de plans de gestion des parcs	1	17	—	—
Plans d'aménagement des parcs Bonnechère et Foy Property <sup>2</sup>	—	—	—	—
Comité consultatif de la chasse et de la pêche du district de Pembroke	1	2	—	—
Guide de la Chambre de commerce de Perth—Parcs Ontario	1	1	—	—
Plan préliminaire d'aménagement du parc Petawawa Terrace	1	1	—	—
Parc provincial Petawawa Terrace	1	1	—	—
Modification mineure proposée à l'atlas des politiques d'aménagement du réseau routier	1	2	—	—
Plans d'aménagement du parc provincial Queen Elizabeth II Wildlands	1	1	—	—
Parc provincial Quetico	1	1	—	—
Plans d'aménagement du parc provincial Quetico	1	1	—	—
Plan de gestion des pêches du parc provincial Quetico	1	1	—	—
Guide des visiteurs de Saugeen Shores 2007	1	1	—	—
Programme de location saisonnière de terrains de camping	1	2	—	—
Programme de location saisonnière de terrains de camping—Parc provincial du Lac White <sup>2</sup>	—	—	—	—
Location saisonnière/mensuelle de terrains de camping—Chutes Kakabeka, Sleeping Giant et Quetico	1	1	—	—
Information sur les parcs de la zone de Temagami	1	1	—	—
Planification intégrée de Temagami	2	4	—	—
Parcs de Temagami <sup>1</sup>	1	2	—	—
Guide des visiteurs de Thunder Bay	1	1	—	—
Entretien du barrage de West Arm	1	1	—	—
Parc provincial du Lac White <sup>1</sup>	1	1	—	—
<b>Développement du Nord et Mines</b>				
Magazine du 75 <sup>e</sup> anniversaire—Prospecteurs et entrepreneurs	1	1	—	—
Géologie Ontario	1	1	—	—
Fonds du patrimoine du Nord de l'Ontario—Publicité collective	1	1	—	—
Fonds du patrimoine du Nord de l'Ontario—Programme des jeunes entrepreneurs	1	2	—	—

1. Les dépenses seront déclarées en 2007-2008.

2. Les dépenses ont été déclarées en 2005-2006, mais d'autres dépenses sont prévues pour 2006-2007.

Coûts de tiers (\$)				Coûts médias (\$)		Total (\$ CAN)
Production	Interprétation	Distribution	Autre	CAN	US	
–	–	–	–	795		795
–	–	–	–	3 105	2 363	3 105
–	–	–	–	945		945
–	–	–	–	6 855		7 313
–	–	67	–	478		545
–	–	–	–	735		735
–	–	–	–	1 442		1 442
–	–	–	–	500		500
–	–	–	–	639		639
–	–	–	–	503		503
–	–	–	–	2 096		2 096
–	–	–	–	1 355		1 355
–	–	–	–	1 006		1 006
–	–	–	–	391		391
–	–	–	–	770		770
–	–	–	–	900		900
–	–	–	45	1 305		1 350
–	–	–	–	560		560
–	–	–	–	660		660
–	–	–	–	400		400
–	–	–	209	6 903		7 112
–	–	–	–	–		–
–	–	–	–	850		850
–	–	–	–	135		135
–	–	–	–	–		–
–	–	–	–	–		–
–	–	–	–	–		–
–	–	–	–	9 595		9 595
–	–	–	–	11 400		11 400

Ministère/Titre de la campagne	Nombre de soumissions	Nombre de documents	Coûts d'agence (\$)	
			Honoraires	Création
<b>Secrétariat des affaires autochtones de l'Ontario</b>				
Revendication frontalière de la Première nation de Michipicoten	1	1	—	—
<b>Recherche et Innovation</b>				
Prix d'innovation du premier ministre <sup>3</sup>	1	1	2 376	—
<b>Petites entreprises et Entrepreneuriat</b>				
Hommage à la petite entreprise	1	3	25 418	—
<b>Formation, Collèges et Universités</b>				
Salon Formation Carrière <sup>1</sup>	1	1	—	—
Salon Formation Carrière d'octobre 2006	1	1	—	—
Emploi Ontario—« Aujourd'hui je peux »	2	29	48 389	79 424
Nouveau RAFEO—« Boulangerie »	2	25	80 415	265 266
Fenêtre d'accès au RAFEO <sup>1</sup>	1	4	17 903	—
Étudier à l'étranger <sup>1</sup>	1	1	—	—
<b>Transports</b>				
Plaque d'immatriculation des anciens combattants 2006	2	3	19 550	2 376
Par amour—Siège de sécurité pour enfant	4	8	135 000	—
<b>Total</b>	<b>189</b>	<b>1 047</b>	<b>3 484 957</b>	<b>1 776 859</b>

1. Les dépenses seront déclarées en 2007-2008.

3. L'annonce a été retirée.

Coûts de tiers (\$)				Coûts médias (\$)		Total (\$ CAN)
Production	Interprétation	Distribution	Autre	CAN	US	
–	–	–	–	200		200
–	–	–	–	–		2 376
5 750	–	5 740	1 241	232 165		270 314
–	–	–	–	–		–
–	–	–	–	3 381		3 381
–	–	–	50 094	760 168		938 076
–	–	–	12 000	1 919 776		2 277 457
–	–	–	–	–		17 903
–	–	–	–	–		–
10 977	3 875	594	–	728 619		765 991
193 426	35 558	–	16 900	1 391 671		1 772 555
<b>6 831 813</b>	<b>835 328</b>	<b>417 841</b>	<b>395 869</b>	<b>54 993 699</b>	<b>298 375</b>	<b>68 736 366</b>