



Communiqué

Pour diffusion immédiate

Le 7 décembre 2009

LA LOI SUR L'EXAMEN DES PUBLICITÉS FONCTIONNE BIEN, MAIS LE VÉRIFICATEUR GÉNÉRAL EXPRIME NÉANMOINS QUELQUES PRÉOCCUPATIONS

(TORONTO) La loi visant à empêcher le gouvernement de dépenser des fonds publics à des fins de publicité partisane fonctionne bien, mais les modifications qu'on avait prévu d'apporter à la loi et la publicité produite par des tiers ont constitué des sources de préoccupation, selon ce qu'indique le vérificateur général Jim McCarter dans son *Rapport annuel 2009*, publié aujourd'hui.

« Durant la dernière année, le gouvernement a voulu apporter des changements importants à la Loi de 2004 sur la publicité gouvernementale qui auraient fait en sorte de restreindre considérablement la définition de ce qui peut constituer une publicité partisane », a déclaré M. McCarter. « Nous sommes heureux de constater que, en réponse aux préoccupations que nous avons exprimées, le gouvernement a renoncé à effectuer les modifications qu'il proposait. »

« Cependant, nous demeurons disposés à discuter avec le gouvernement de toute modification à la Loi qu'il pourrait proposer à l'avenir en vue de la rendre encore plus efficace et transparente. »

En vertu de la Loi, le vérificateur général doit examiner certains types de publicité gouvernementale avant leur utilisation pour s'assurer qu'ils satisfont aux normes prescrites et que leur contenu n'est pas de nature surtout partisane et qu'il ne peut pas être perçu comme tel.

Durant le dernier exercice, le vérificateur a examiné 889 documents publicitaires, dont le coût total s'élevait à plus de 52 millions de dollars. Cinq documents ont été rejetés parce qu'ils ne respectaient pas les normes de la Loi, et quatre d'entre eux ont par la suite été présentés de nouveau et approuvés.

L'un des problèmes constatés dans la dernière année concernait la publicité produite par des tiers qui reçoivent des fonds de la province. Dans un cas, une publicité présente dans les transports en commun mettait en valeur le gouvernement en le félicitant pour un investissement d'infrastructure. En outre, la même publicité mettait bien en évidence le logo de l'Ontario.

« Nous avons appris que le tiers en question avait soumis à l'avance des exemplaires de sa publicité au gouvernement, et que celui-ci n'avait exprimé aucune préoccupation concernant les félicitations et le ton partisan du message », a dit M. McCarter. « Même si cette publicité n'était pas visée par la Loi, nous avons été préoccupés par le fait qu'on ne se soit pas efforcé de décourager le tiers d'utiliser la publicité compte tenu de son ton partisan. »

Le vérificateur s'inquiétait également du fait que l'utilisation du logo de la province pouvait donner l'impression que la publicité avait été approuvée par le gouvernement, surtout dans la mesure où la politique gouvernementale stipule que toute utilisation du logo nécessite une autorisation préalable. En réponse, le gouvernement a fait savoir qu'il essaierait dorénavant d'appliquer de façon plus rigoureuse ses politiques existantes concernant l'utilisation du logo de l'Ontario.

-30-

Renseignements :

Jim McCarter
Vérificateur général
(416) 327-1326

Andréa Vanasse/Joel Ruimy
Communications
(416) 327-2336