



# Communiqué

Pour diffusion immédiate

Le 30 novembre 2016

## Le gouvernement utilise des fonds publics pour faire plus d'autopromotion : la vérificatrice générale

(TORONTO) Après avoir considérablement affaibli, l'an dernier, une loi visant à empêcher le gouvernement d'utiliser l'argent des contribuables pour payer des publicités partisans, le gouvernement a ensuite dépensé des millions de dollars en 2015-2016 pour financer des messages publicitaires visant principalement à le faire bien paraître, observe la vérificatrice générale, Bonnie Lysyk, dans son *Rapport annuel 2016*.

« Lorsque le gouvernement a modifié la loi en 2015, nous avons mentionné que cela ouvrait la porte à ce type de publicité, a déclaré Mme Lysyk aujourd'hui, après le dépôt de son rapport à l'Assemblée législative. Or, il s'avère que le gouvernement a bel et bien franchi cette porte. »

La *Loi de 2004 sur la publicité gouvernementale* (la Loi) a été adoptée il y a plus de 10 ans, avec le soutien du Bureau de la vérificatrice générale. Cette Loi exigeait que la vérificatrice générale examine la plupart des publicités gouvernementales, et qu'elle approuve officiellement leur diffusion si elle les jugeait non partisans. La Loi établissait des normes pour guider ce travail et conférait à la vérificatrice générale le pouvoir discrétionnaire de déterminer ce qui était partisan.

Cette version de la Loi a été appliquée jusqu'en 2015, lorsque le gouvernement l'a modifiée en supprimant le pouvoir discrétionnaire de la vérificatrice générale et en imposant une définition étroite et précise de « publicité partisane ». La Loi modifiée exige toujours que la vérificatrice générale approuve officiellement une publicité avant sa diffusion, mais, en raison de la définition étroite de ce en quoi consiste une publicité partisane, l'approbation n'est guère plus qu'une simple formalité.

Durant l'exercice terminé le 31 mars 2016, le gouvernement a engagé des dépenses de publicité de 49,9 millions de dollars, contre 30 millions l'exercice précédent. Voici des exemples de publicité ayant posé problème :

- une campagne de promotion des investissements de près de 160 milliards de dollars de l'Ontario dans les infrastructures, qui a omis de préciser que les dépenses étaient échelonnées sur les 12 prochaines années;
- des publicités informant les Ontariens que le gouvernement hausse les dépenses en soins de santé de 1 milliard de dollars, mais comportant peu de détails, qui ont amené la vérificatrice générale à conclure qu'elles semblaient viser à faire l'éloge du gouvernement et à veiller à ce que l'on attribue au gouvernement le mérite de ses dépenses planifiées dans les soins de santé;
- une série de campagnes publicitaires sur l'environnement qui pouvaient être perçues comme complaisantes et, dans certains cas, trompeuses, dont une campagne relative au programme de plafonnement et d'échange qui donnait à penser que le programme était déjà en place, alors que, dans les faits, on prévoyait le lancer en 2017.

-30-

Renseignements :  
Bonnie Lysyk  
Vérificatrice générale  
(416) 327-1326

Le rapport est accessible à [www.auditor.on.ca](http://www.auditor.on.ca).

 @OntarioAuditor

Le Bureau de la vérificatrice générale de l'Ontario est un bureau indépendant de l'Assemblée législative qui mène des audits de l'optimisation des ressources et des audits financiers du gouvernement provincial et de ses ministères et organismes. Il audite également les organismes du secteur parapublic qui reçoivent un financement provincial. Sa vision est d'offrir une valeur et un niveau d'assurance exceptionnels aux députés à l'Assemblée législative, au Comité permanent des comptes publics et à l'ensemble de la population ontarienne en faisant un travail de haute qualité qui favorise la responsabilisation, l'optimisation des ressources et une gouvernance efficace dans le secteur public de l'Ontario.