



Communiqué

Pour diffusion immédiate

4 décembre 2019

Les dépenses de publicité du gouvernement n'ont jamais été aussi basses, selon la vérificatrice générale

(TORONTO) La vérificatrice générale de l'Ontario, Bonnie Lysyk, a déclaré aujourd'hui que les dépenses de publicité du gouvernement provincial se sont chiffrées à 16,39 millions de dollars au cours de l'exercice 2018-2019, soit le montant le plus bas depuis que son bureau a commencé à examiner la publicité gouvernementale, en 2005.

« Il s'agit d'une diminution importante », a souligné M^{me} Lysyk à la suite du dépôt de son *Rapport annuel 2019* à l'Assemblée législative. « À titre comparatif, ces dépenses avaient été de 62,60 millions de dollars lors de l'exercice précédent. »

Dans son rapport, la vérificatrice générale consacre un chapitre entier à son examen des dépenses de publicité du gouvernement, conformément à la *Loi de 2004 sur la publicité gouvernementale* (la Loi), afin de s'assurer que les publicités ne sont pas partisans.

Le rapport précise que le gouvernement a dépensé 12,55 millions de dollars pour produire 614 annonces sujettes à l'examen de la vérificatrice générale en 2018-2019, et 3,84 millions additionnels pour la diffusion d'annonces numériques sur des médias sociaux et pour des services de marketing par moteur de recherche, qui ne sont pas sujets à un examen, ce qui donne en tout 16,39 millions de dollars.

En 2017-2018, ces dépenses avaient été de 55,0 millions de dollars pour la production de 2 595 annonces sujettes à examen et 7,60 millions pour des annonces numériques non sujettes à examen, soit au total 62,60 millions.

À l'origine, la Loi, qui est entrée en vigueur vers la fin de 2005, exigeait que le gouvernement soumette ses publicités à l'examen du vérificateur général pour que celui-ci s'assure que les publicités n'étaient pas partisans et qu'elles constituaient un moyen raisonnable de communiquer un message. Seules les annonces approuvées à la suite de cet examen pouvaient être diffusées, et le vérificateur général avait le pouvoir discrétionnaire de déterminer ce qui est partisan.

Cependant, des modifications apportées à la Loi en 2015 ont supprimé ce pouvoir discrétionnaire et imposé une définition étroite du terme « partisan », de telle sorte qu'il est devenu virtuellement impossible de rejeter une publicité en invoquant ce motif.

Les modifications apportées en 2015 ont également imposé de nouvelles limites applicables à la publicité du gouvernement durant les campagnes électorales, et l'on indique dans le rapport déposé aujourd'hui que le gouvernement s'est conformé à ces limites lors des élections du 7 juin 2018.

De plus, le gouvernement nouvellement élu a annoncé le 18 juin 2018 une stratégie de gestion des dépenses prévoyant un gel des dépenses discrétionnaires des ministères, ce qui inclut les communications non essentielles, comme la publicité.

Au cours de la dernière année, une seule soumission a été jugée par la vérificatrice générale être non conforme à la Loi telle que modifiée : les versions préliminaires de huit annonces multilingues du ministère du Procureur général pour la télévision ne comprenaient pas une déclaration portant qu'elles étaient payées par le gouvernement de l'Ontario.

Le ministère du Procureur général a soumis des versions modifiées des annonces où l'on retrouvait la déclaration requise, de sorte que les annonces ont été jugées conformes aux exigences applicables.

Le rapport a aussi fait état de préoccupations concernant trois campagnes publicitaires soumises au cours de l'exercice 2019-2020 et qui n'auraient pas été approuvées aux termes de la Loi dans sa version antérieure à 2015 :

- On a jugé qu'une campagne publicitaire de 4 millions de dollars diffusée à la télévision, à la radio et sur les médias numériques à propos du plan environnemental du gouvernement avait pour but premier de véhiculer une image négative du gouvernement fédéral et de sa politique de tarification du carbone, et de transmettre une image positive du parti provincial au pouvoir.
- Concernant une campagne de 1,4 million de dollars du ministère des Finances sur la dette de l'Ontario, qui comportait des annonces vidéo et numériques, on a conclu que l'objectif principal était de dépendre le gouvernement sous un jour positif, sans fournir de précisions sur la manière dont ce dernier allait gérer la dette.
- Une campagne du ministère de l'Éducation comportant des annonces pour la radio contenait au départ ce que le rapport qualifie de « jugements de valeur de nature qualitative » sur la préparation des élèves afin qu'ils puissent connaître la réussite, jugements qui n'étaient pas étayés par quoi que ce soit. Dans une soumission subséquente de la campagne qui comportait des annonces multiethniques pour la radio, le ministère de l'Éducation a apporté des changements qui ont donné lieu à une approbation sans réserve des annonces .

-30-

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

Le rapport est accessible à l'adresse 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.