

Examen de la publicité gouvernementale

Suivi du chapitre 5 du *Rapport annuel 2016* par le Comité permanent des comptes publics

Le 15 novembre 2017, le Comité permanent des comptes publics (le Comité) a tenu une audience publique concernant l'examen de la publicité gouvernementale que nous avons effectué en 2016. En mai 2018, le Comité a déposé à l'Assemblée législative un rapport découlant de cette audience. La version intégrale du rapport peut être consultée à l'adresse : www.auditor.on.ca/fr/content-fr/standingcommittee/standingcommittee-fr.html.

Le Comité n'est pas parvenu à un consensus et son rapport ne contient aucune recommandation, bien que les membres du Parti progressiste-conservateur aient préparé une opinion dissidente jointe en annexe du rapport.

Selon cette opinion dissidente, le Comité aurait dû recommander que le gouvernement « rétablisse la surveillance de la publicité gouvernementale par le vérificateur général », selon les dispositions de la *Loi de 2004 sur la publicité gouvernementale* (LPG) avant qu'une série de modifications lui soit apportée, en 2015. L'opinion dissidente indique également que le Comité aurait dû recommander de confier à la vérificatrice générale « le pouvoir d'examiner et de rejeter la publicité gouvernementale partisane pour tous les médias numériques et électroniques, y compris les médias sociaux », et d'étendre le pouvoir de la vérificatrice générale à la publicité des « sociétés d'État et organismes ».

En vertu de la LPG, notre bureau doit examiner la plupart des publicités gouvernementales avant leur utilisation pour s'assurer qu'elles ne sont pas partisans et qu'elles satisfont à d'autres critères prescrits. Chaque année, la vérificatrice générale est tenue de faire rapport sur les questions qu'elle juge appropriées concernant ses pouvoirs et fonctions en vertu de la LPG. De plus, en vertu de la *Loi sur le vérificateur général*, les dépenses liées aux publicités examinées aux termes de la LPG pour chaque exercice doivent être incluses dans le rapport annuel du Bureau de la vérificatrice générale.

Les modifications importantes apportées à la LPG en juin 2015 ont affaibli celle-ci en éliminant le pouvoir discrétionnaire de notre bureau, c'est-à-dire déterminer si une publicité est partisane, et en nous obligeant plutôt à appliquer une définition précise et étroite de ce qui constitue une publicité partisane. Par conséquent, notre crédibilité à titre de bureau indépendant de l'Assemblée législative risque d'être minée étant donné que nous sommes placés dans une position où nous devons approuver des publicités qui, à notre avis, visent principalement à promouvoir les intérêts partisans du gouvernement ou à reconnaître le mérite du gouvernement pour ses réalisations.

Au cours de l'exercice terminé le 31 mars 2016 (première année durant laquelle la LPG affaiblie a été appliquée), le gouvernement a

dépensé 49,9 millions de dollars en publicité, comparativement à 30 millions l'exercice précédent. Cette année-là, notre bureau a approuvé des campagnes publicitaires dans les domaines des

pensions, de l'environnement, de l'infrastructure, de la santé et de l'éducation qui n'auraient pas été approuvées si notre examen avait été effectué en application de la version précédente de la LPG.