



26 avril 2022

Monsieur John Williamson  
Président  
Comité permanent des comptes publics  
Chambre des communes  
Ottawa (Ontario)  
K1A 0A6

Monsieur,

Je vous remercie pour votre lettre du 4 avril 2022 concernant la surveillance de la publicité gouvernementale. Je suis reconnaissant d'avoir l'occasion de clarifier la base sur laquelle les campagnes de publicité du gouvernement sont soumises à des examens externes obligatoires.

Bien que le processus d'examen externe du caractère non partisan soit un outil précieux, il est important de réitérer que toute la publicité du gouvernement du Canada est soumise à de nombreux contrôles internes tout au long des étapes de planification et d'approbation. Les fonctionnaires des ministères, ainsi que ceux du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada (SCT), de Services publics et Approvisionnement Canada (SPAC) et du Bureau du Conseil privé (BCP) travaillent ensemble pour s'assurer que la publicité est conforme aux priorités, aux lois et aux politiques du gouvernement. En outre, tous les fonctionnaires sont tenus de se conduire conformément au Code de valeurs et d'éthique du secteur public, notamment en s'acquittant de leurs fonctions dans le respect des lois, des politiques et des directives, de manière non partisane et impartiale.

L'une des recommandations énoncées dans le Rapport du printemps 2019 du vérificateur général du Canada intitulé *La surveillance de la publicité du gouvernement du Canada* était que le SCT envisage une approche fondée sur le risque pour déterminer les campagnes publicitaires qui devraient obligatoirement être soumises à un examen externe. Comme il a été mentionné dans la réponse de juillet 2021 au Comité permanent des comptes publics, le SCT a tenu compte de divers facteurs pour déterminer dans quelle mesure un seuil fondé sur la valeur monétaire constitue un indicateur de risque fiable. Cette étude portait notamment sur les différents niveaux de seuil, les campagnes liées aux priorités gouvernementales ainsi que le public ciblé et le sujet traité. En ce qui concerne le public ciblé et le sujet traité, les campagnes disposant de budgets plus importants sont généralement liées aux priorités du gouvernement et ont une portée plus large; par conséquent, elles devraient passer par le processus d'examen externe afin de réduire le risque de partisanerie dans la publicité.

.../2

Lorsque la décision a été prise de réduire le seuil à 250 000 \$ en 2020-2021, l'objectif était de couvrir, au minimum, 80 % de toutes les dépenses publicitaires. Le SCT s'est engagé à revoir le seuil fondé sur la valeur monétaire chaque année pour s'assurer que ce pourcentage est maintenu. Une analyse récente des données de 2020-2021 a indiqué qu'en fait, le nouveau seuil a fait passer 96 % des dépenses par le processus d'examen externe. En outre, les ministères peuvent soumettre des campagnes inférieures au seuil obligatoire à un examen volontaire, ce qui se fait d'ailleurs. Depuis la mise en place du mécanisme de surveillance en 2016, un total de 31 campagnes a été soumises volontairement à un examen externe.

Enfin, bien que plusieurs contrepoids internes et externes soient en place pour la publicité, les membres du public peuvent déposer une plainte en ligne de façon anonyme s'ils estiment qu'une publicité gouvernementale est partisane. Si une plainte est reçue, un examen est effectué et les conclusions sont affichées sur Canada.ca. Depuis notre mise à jour présentée au Comité permanent des comptes publics en 2021, quatre plaintes ont été reçues. Ces plaintes ont été examinées par le SCT et SPAC, et aucune des plaintes n'a été jugée recevable.

En conclusion, le SCT reste déterminé à assurer une surveillance indépendante solide de la publicité du gouvernement du Canada, de même qu'à surveiller l'efficacité du processus et à y apporter les modifications nécessaires. Nous sommes toujours d'avis qu'un seuil fondé sur la valeur monétaire pour les examens obligatoires demeure le meilleur moyen de garantir que les fonds publics ne sont pas utilisés à des fins partisans.

J'espère que cela répond à toute question restante concernant l'efficacité de l'approche du gouvernement en matière de publicité non partisane.

Je vous prie d'agréer, Monsieur, l'expression de mes sentiments distingués.

**Flack,  
Graham**

Digitally signed by Flack, Graham  
DN: C=CA, O=GC, OU=TBS-SCT, CN="Flack, Graham"  
Reason: I am the author of this document  
Location: your signing location here  
Date: 2022.04.26 16:45:06-04'00'  
Foxit PDF Editor Version: 11.0.1

Graham Flack