



2ND SESSION, 37TH LEGISLATURE, ONTARIO  
50 ELIZABETH II, 2001

2<sup>e</sup> SESSION, 37<sup>e</sup> LÉGISLATURE, ONTARIO  
50 ELIZABETH II, 2001

## Bill 115

**An Act to amend  
the Audit Act to require the  
Provincial Auditor to evaluate  
and report on the extent to  
which government advertising  
complies with guidelines**

**Mr. Kormos**

**Private Member's Bill**

1st Reading      October 22, 2001  
2nd Reading  
3rd Reading  
Royal Assent

## Projet de loi 115

**Loi modifiant la Loi sur la  
vérification des comptes publics  
de façon à exiger  
du Vérificateur provincial  
qu'il évalue la mesure  
selon laquelle la  
publicité gouvernementale  
est conforme aux lignes directrices  
et qu'il en fasse rapport**

**M. Kormos**

**Projet de loi de député**

1<sup>re</sup> lecture      22 octobre 2001  
2<sup>e</sup> lecture  
3<sup>e</sup> lecture  
Sanction royale



## EXPLANATORY NOTE

The Bill amends the *Audit Act* to assign to the Provincial Auditor the function of evaluating the extent to which government advertising complies with stated guidelines (set out in subsection 9.1 (2) of the Act). If the Auditor is of the opinion that government advertising is designed to promote or has the effect of promoting the interests of the party forming the government, he or she may recommend that the Consolidated Revenue Fund be reimbursed for the cost. The evaluations and any recommendations are dealt with in the Auditor's annual report.

## NOTE EXPLICATIVE

Le projet de loi modifie la *Loi sur la vérification des comptes publics* de façon à conférer au Vérificateur provincial la fonction d'évaluer la mesure selon laquelle la publicité gouvernementale est conforme aux lignes directrices stipulées (qui sont énoncées au paragraphe 9.1 (2) de la Loi). Si le Vérificateur est d'avis que la publicité gouvernementale est conçue pour favoriser ou a pour effet de favoriser les intérêts du parti qui constitue le gouvernement, il peut alors recommander que le coût de cette publicité soit remboursé au Trésor. Le rapport annuel du Vérificateur fait état de ces évaluations et de ces éventuelles recommandations.

**An Act to amend  
the Audit Act to require the  
Provincial Auditor to evaluate  
and report on the extent to  
which government advertising  
complies with guidelines**

Her Majesty, by and with the advice and consent of the Legislative Assembly of the Province of Ontario, enacts as follows:

**1. Section 1 of the *Audit Act* is amended by adding the following definition:**

“government advertising” means a communication that,

- (a) is funded by the Government of Ontario, and
- (b) publicizes a policy, product, service or activity of the Government of Ontario; (“publicité gouvernementale”)

**2. The Act is amended by adding the following section:**

**Government advertising**

**9.1** (1) The Auditor shall evaluate, on behalf of the Assembly and in such manner as the Auditor considers necessary, the extent to which government advertising complies with the guidelines set out in subsection (2).

**Guidelines**

(2) The following guidelines apply to government advertising:

1. Government advertising should provide good value for money.
2. The cost of government advertising should be justifiable. The Government of Ontario is accountable to the Assembly for the use it makes of public funds for publicity, as for any other purpose.
3. Government advertising should deal with matters for which the Government of Ontario has direct responsibility.
4. Government advertising should not be designed to promote or have the effect of promoting the interests of the party forming the government.

**Loi modifiant la Loi sur la  
vérification des comptes publics  
de façon à exiger  
du Vérificateur provincial  
qu’il évalue la mesure  
selon laquelle la  
publicité gouvernementale  
est conforme aux lignes directrices  
et qu’il en fasse rapport**

Sa Majesté, sur l’avis et avec le consentement de l’Assemblée législative de la province de l’Ontario, édicte :

**1. L’article 1 de la *Loi sur la vérification des comptes publics* est modifié par adjonction de la définition suivante :**

«publicité gouvernementale» S’entend d’une communication qui répond aux critères suivants :

- a) elle est financée par le gouvernement de l’Ontario;
- b) elle fait la publicité d’une politique, d’un produit, d’un service ou d’une activité du gouvernement de l’Ontario. («government advertising»)

**2. La Loi est modifiée par adjonction de l’article suivant :**

**Publicité gouvernementale**

**9.1** (1) Le Vérificateur évalue, au nom de l’Assemblée législative et selon les modalités qu’il juge nécessaires, la mesure selon laquelle la publicité gouvernementale est conforme aux lignes directrices énoncées au paragraphe (2).

**Lignes directrices**

(2) Les lignes directrices suivantes s’appliquent à la publicité gouvernementale :

1. La publicité gouvernementale doit représenter une saine gestion des sommes qui y sont affectées.
2. Le coût de la publicité gouvernementale doit pouvoir se justifier. Le gouvernement de l’Ontario est responsable devant l’Assemblée de l’usage qu’il fait des deniers publics à des fins publicitaires, tout comme il l’est à toute autre fin.
3. La publicité gouvernementale doit traiter de questions à l’égard desquelles le gouvernement de l’Ontario a une responsabilité directe.
4. La publicité gouvernementale ne doit pas être conçue de façon à favoriser ni avoir pour effet de favoriser les intérêts du parti qui constitue le gouvernement.

5. Government advertising should not be personalized, should avoid political slogans and should not directly attack the policies and opinions of opposition parties or groups.
6. Government advertising should be accurate and factual, with comment and analysis clearly distinguished from information as such. Pre-existing policies, products, services and activities should not be presented as new ones.
7. Government advertising should be objective and impartial.
8. When government advertising deals with issues on which there is no consensus, both arguments and counter-arguments should be provided so that public funds are not used to disseminate political party propaganda.

#### **Recommendation**

(3) If, in the Auditor's opinion, there is a contravention of the guideline set out in paragraph 4 of subsection (2), the Auditor may recommend that the party concerned reimburse the Consolidated Revenue Fund for all or part of the cost of the government advertising that contravenes the guideline.

**3. (1) Subsection 12 (2) of the Act is amended by adding the following clause:**

(e.1) the evaluation of government advertising under section 9.1;

**(2) Section 12 of the Act is amended by adding the following subsection:**

#### **Recommendation**

(3) The annual report shall include any recommendations for reimbursement made under subsection 9.1 (3).

#### **Commencement**

**4. This Act comes into force on the day it receives Royal Assent.**

#### **Short title**

**5. The short title of this Act is the *Propaganda Accountability Act, 2001*.**

5. La publicité gouvernementale ne doit pas être personnalisée, elle doit éviter les slogans politiques et elle ne doit pas attaquer directement les politiques et les opinions des partis ou groupes de l'opposition.
6. La publicité gouvernementale doit être exacte et conforme aux faits, les commentaires et les analyses qu'elle comporte devant être clairement distingués de l'information proprement dite. Les politiques, les produits, les services ainsi que les activités qui existent déjà ne doivent pas être présentés comme nouveaux.
7. La publicité gouvernementale doit être objective et impartiale.
8. Lorsque la publicité gouvernementale traite de questions qui ne font pas l'objet d'un consensus, les arguments en leur faveur aussi bien que les arguments contraires doivent être présentés de façon que les deniers publics ne servent pas à diffuser de la propagande de parti politique.

#### **Recommandation**

(3) S'il est d'avis qu'il est contrevenu à la ligne directrice énoncée à la disposition 4 du paragraphe (2), le Vérificateur peut alors recommander que le parti concerné rembourse au Trésor tout ou partie du coût de la publicité gouvernementale qui contrevient à cette ligne directrice.

**3. (1) Le paragraphe 12 (2) de la Loi est modifié par adjonction de l'alinéa suivant :**

e.1) de l'évaluation de la publicité gouvernementale effectuée en application de l'article 9.1;

**(2) L'article 12 de la Loi est modifié par adjonction du paragraphe suivant :**

#### **Recommandations**

(3) Le rapport annuel fait état des recommandations en matière de remboursement faites en vertu du paragraphe 9.1 (3).

#### **Entrée en vigueur**

**4. La présente loi entre en vigueur le jour où elle reçoit la sanction royale.**

#### **Titre abrégé**

**5. Le titre abrégé de la présente loi est *Loi de 2001 sur la responsabilité en matière de propagande*.**