

Mécanisme de surveillance de la publicité

Documents de référence

[Formulaires de demande et d'évaluation pour l'examen de la publicité](#) (accessible uniquement sur le réseau du gouvernement du Canada)

[Rôles et responsabilités : Processus d'examen du caractère non partisan de la publicité du gouvernement](#)

[Résultats d'examens et décisions](#)

[Procédure obligatoire relative à la publicité](#)

Les campagnes de publicité dont le budget est de plus de 250 000 \$ doivent faire l'objet d'un examen externe. Les ministères peuvent décider de demander un tel examen pour les campagnes dont le budget est plus modeste.

Sur cette page

- [Processus d'examen non partisan](#)
- [Plaintes du public au sujet du caractère partisan de la publicité](#)

Processus d'examen non partisan

Les publicités font l'objet d'un examen selon les [critères d'examen de la publicité](#). Cet examen est effectué par les Normes de la publicité, une organisation à but non lucratif qui administre le [Code canadien des normes de la publicité](#).

Les ministères sont responsables de s'assurer que la publicité est étudiée à l'interne avant d'être évaluée par les Normes de la publicité.

Dans cette section

- [Approche d'examen en deux étapes](#)
 - [Publicité avec des coûts ou des délais de production importants](#)
 - [Publicité avec de faibles coûts et en version finale](#)
 - [Demander un examen](#)
- [Exclusions](#)

Approche d'examen en deux étapes

La publicité est examinée en deux étapes – au début du processus de production et avant d'être rendue publique. Les ministères doivent planifier en conséquence pour préserver l'intégrité de

l'approche en deux étapes. Cependant, le processus est différent selon les coûts ou le temps requis pour la production.

Publicité avec des coûts ou des délais de production importants

La publicité qui comprend le tournage, l'embauche de talents, le temps studio, des essais auprès de groupes cibles, etc., doit être présentée en français **ou** en anglais pour un examen initial avant que d'autres éléments entrent en jeu :

- autres coûts de production pour corriger les problèmes décelés au moment de l'examen
- délais imprévus dans la planification, la production, la publication ou la diffusion
- coûts pouvant être évités, comme les pénalités pour annulation dans les médias ou pour l'espace publicitaire ou le temps d'antenne non utilisé, etc.

Publicité avec de faibles coûts et en version finale

Les publicités en français **et** en anglais peuvent être soumises pour un examen rapide si le chef des communications atteste dans le formulaire qu'elles ne seront pas modifiées. Cela permet de faire progresser automatiquement la publicité à l'étape d'examen final.

Demander un examen

Pour entreprendre un examen, les ministères doivent présenter un [formulaire de demande et d'évaluation pour l'examen de la publicité](#) rempli (accessible uniquement sur le réseau du gouvernement du Canada) avec la publicité en cause et transmettre le tout à Services publics et Approvisionnement Canada (ASPC).

Exclusions

Les annonces de nature purement administrative ou opérationnelle sont exclues du processus d'examen. Des exemples comprennent :

- la publicité portant sur les audiences publiques, les offres d'emploi, les avis de consultation publique, les demandes de soumissions ou les modifications apportées aux heures normales de bureau
- les messages à l'intention du public concernant des sujets urgents ayant des répercussions sur la santé et la sécurité publiques ou l'environnement

Plaintes du public au sujet du caractère partisan de la publicité

[Déposer une plainte au sujet du caractère partisan des publicités du gouvernement](#) auprès du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada.

Les questions ou commentaires d'ordre général sur la publicité du gouvernement qui n'ont pas trait à la publicité partisane peuvent être soumis à Services publics et Approvisionnement Canada.