



Office of the Auditor General of Canada
Bureau du vérificateur général du Canada



VOR des activités de commandite, de publicité et de recherche sur l'opinion publique

Présentation au Comité des comptes publics

Bureau du vérificateur général du Canada

19 février 2004

Processus de gestion du Programme de commandites



- 1. Sélection des agences**
- 2. Attribution des contrats**
- 3. Sélection des événements**
- 4. Niveaux de financement**
- 5. Valeur reçue en contrepartie de l'argent dépensé**





1. Sélection des agences

L'objectif des contrats publics est d'acquérir des biens et des services d'une manière qui

- contribue à accroître l'accès des fournisseurs aux affaires du gouvernement;
- favorise la concurrence et l'équité;
- assure l'optimisation des fonds publics ou l'équilibre optimal des avantages globaux pour les Canadiens.





1. Sélection des agences

Constatations

La sélection des agences de communication violait les règles.

- Aucune preuve que les exigences ont été affichées.
- Lettre d'intérêt imprécise (p. ex. période des services non spécifiée, exigences obligatoires non énoncées et critères de sélection non fournis).
- Même processus utilisé dans la sélection des fournisseurs pour la publicité.





1. Sélection des agences

Conséquences

- Les autres fournisseurs potentiels n'ont jamais eu la chance de soumissionner.
- Aucune des sociétés n'ont été sélectionnées de manière adéquate.
 - Les mêmes sociétés sélectionnées pour des services de publicité ont été utilisées pour gérer des événements commandités.





2. Attribution des contrats

La Politique sur les marchés exige que

- pour attribuer un contrat tous les fournisseurs qualifiés sur la liste de fournisseurs admissibles doivent présenter une soumission,
- la liste des fournisseurs doit être affichée annuellement afin de permettre à d'autres de se qualifier.





2. Attribution des contrats

Constatations

- Aucun affichage annuel afin de permettre aux fournisseurs potentiels de se qualifier.
- La DGSCC n'a jamais invité les fournisseurs déjà sur la liste à soumissionner.
- Aucune documentation indiquant la manière dont chaque contrat a été attribué ni pourquoi l'agence a été sélectionnée.
- Des contrats ont été attribués pour des événements particuliers sans respecter les politiques sur la passation des contrats.





3. Sélection des événements

Évaluation attendue des événements proposés, notamment

- de quelle manière l'événement contribuerait aux objectifs du Programme;
- analyses montrant le potentiel de visibilité fédérale;
- niveau de financement de commandite recommandé.





3. Sélection des événements

Constatations

Dans la plupart des cas :

- Pas de critères d'évaluation ou d'évaluation du bien-fondé du projet.
- Pas de justification de la décision de commanditer l'événement.
- Aucune information sur les organisateurs de l'événement, aucune description du projet, et aucune analyse de la visibilité qu'on voudrait obtenir.
- Aucune justification ni documentation indiquant pourquoi les événements étaient refusés ou avaient été refusés puis approuvés.





4. Niveaux de financement

Constatations

- Aucun motif en dossier pour justifier le niveau de financement approuvé ni preuves de discussions au sujet du niveau de financement.



5. Valeur reçue en contrepartie de l'argent dépensé



Constatations

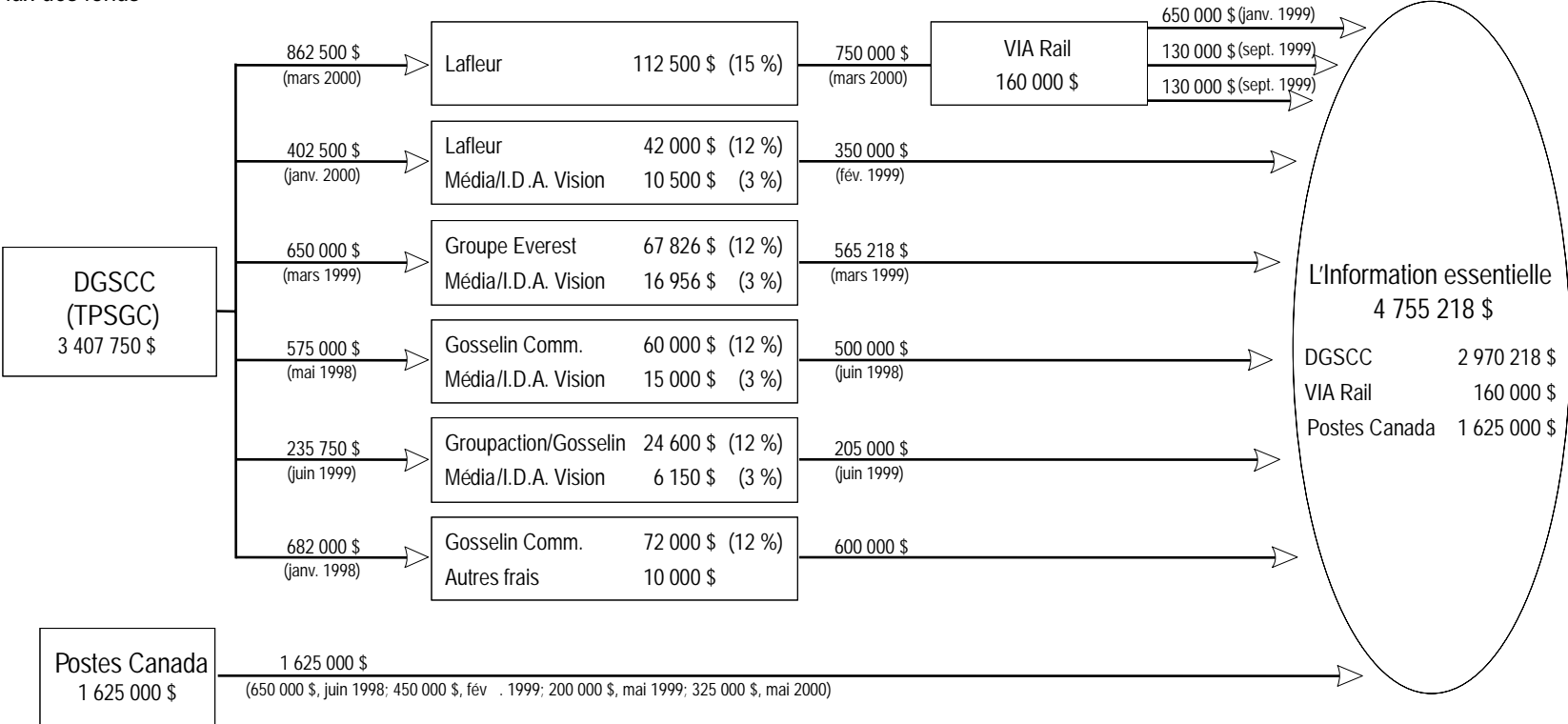
- Absence de plan de visibilité ou plan déficient
- Peu de documents sur les résultats
- Travaux donnés en sous-traitance sans appel d'offres
- Contrats modifiés sans pièce justificative
- Absence de conformité aux autorisations financières pertinentes





La série Maurice Richard — 1998 à 2000

Flux des fonds*



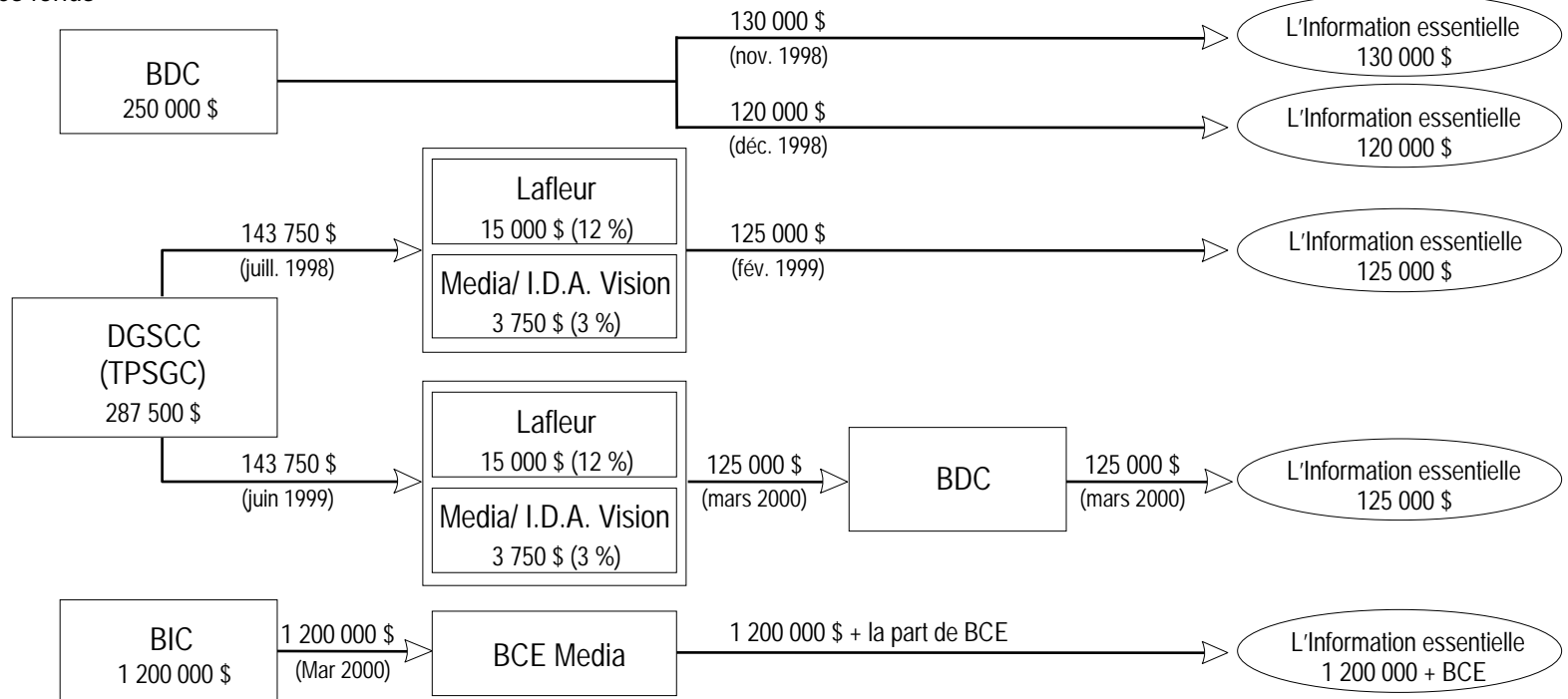
*La TPS et la TVP sont en sus (s'il y a lieu)



La série Le Canada du millénaire — 1998 à 2000



Flux des fonds*

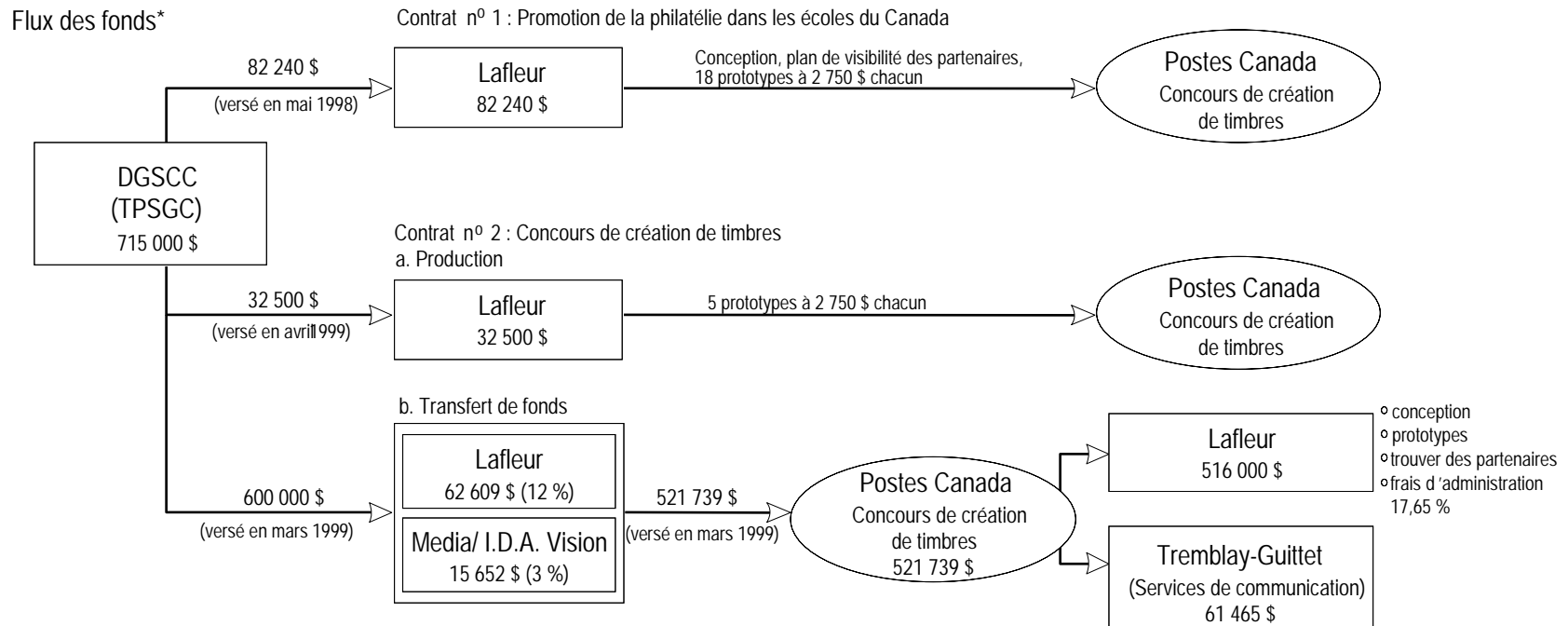


*La TPS et la TVP sont en sus (s'il y a lieu)



Postes Canada — Commandite

Concours de création de timbres — 1998-1999



*La TPS et la TVP sont en sus (s'il y a lieu)

