



ASSOCIATION DES
RADIODIFFUSEURS
COMMUNAUTAIRES
DU QUÉBEC



COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Pour diffusion immédiate

Les radios locales dénoncent l'incohérence des partis politiques fédéraux dans la bataille contre Meta et autres géants du web

Longueuil, 14 avril 2025 - Tout juste avant le déclenchement des élections, les principaux partis politiques, selon un article de la Presse canadienne, ont acheté pour plus de 900 000 \$ de publicité à Meta, cette entreprise américaine qui refuse de payer sa juste part fiscale au pays, et qui a banni nos médias canadiens de ses plateformes.

L'Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec (ARCC), l'Alliance des radios communautaires du Canada (ARCC) et l'Association des radios régionales francophones (ARRF) s'unissent afin de dénoncer l'incohérence de ce placement publicitaire sur les réseaux sociaux. En effet, un sentiment de déception et d'incompréhension envers les partis politiques est inévitable puisqu'au même moment, tous les partis confondus s'accordent pour soutenir l'achat local. Un sentiment de patriotisme qui ne semble pas atteindre les politiciens dans leurs achats de publicités, cependant. Et la situation ne s'est pas améliorée depuis le déclenchement des élections fédérales.

La question est toute simple « Nos politiciens ne devraient-ils pas soutenir notre information, nos médias, notre démocratie ? »

Nos médias auraient pu se partager la somme considérable investie dans Meta, près d'un million de dollars, particulièrement dans le contexte de la bataille avec les géants du Web et de la guerre commerciale.

Rappelons que le gouvernement fédéral avait cessé en 2023 d'acheter de la publicité sur Instagram et Facebook comme réaction à la décision de Meta de bloquer, au Canada, la totalité des contenus provenant des médias d'information. Ce blocage est en lien avec le projet de loi C-18, qui depuis a été adopté. Cette loi force les entreprises du numérique américaines à indemniser les médias pour le partage de leur contenu. Pour l'instant, Meta n'a pas révisé sa position et depuis janvier, notre gouvernement fédéral a quand même recommencé à y acheter de la publicité.

Pendant ce temps, les ventes publicitaires des radios canadiennes sont majoritairement en diminution, conséquence directe du glissement des investissements vers les géants du Web, alors que la désinformation et la propagande gagnent du terrain sur ces plateformes et fragilisent notre démocratie.

Un parti politique, ou un candidat, qui achète de la publicité dans un média local, pose un geste concret qui reconnaît et encourage la qualité de l'information en région, tout en contribuant à l'essor des communautés qui y vivent.

-30-

Pour information :

Sandra McNeil, Présidente de l'ARCQ (37 membres)
418 392-1692

Louis Béland, Directeur général de l'ARCC (28 membres)
613-562-0000

Dominic Bell, Président de l'ARRF (15 membres)
819-623-6610