

<< Achetez canadien >> doit financer des emplois et des nouvelles au pays, pas les géants technologiques américains

Un message des éditeurs de presse du Canada

Au gouvernement du Canada,

La souveraineté et l'économie du Canada sont menacées de l'étranger. Plus que jamais, les Canadiens doivent pouvoir décider librement de l'avenir de notre pays.

Un secteur de l'information fort, pluraliste et libre est indispensable à notre démocratie : une industrie en santé qui sert les Canadiens et leur rend des comptes, plutôt que de dépendre des géants technologiques étrangers.

Nos publications canadiennes ont toujours défendu un Canada fort et indépendant. Nous saluons l'ambition du gouvernement du Canada de bâtir un pays solide, ainsi que son engagement, dans le prochain budget, à acheter canadien.

L'an dernier, le gouvernement fédéral — y compris ses agences et sociétés d'État — a dépensé plus de 100 millions de dollars en publicité. La grande majorité de cette somme est allée aux géants technologiques américains.¹

Pourquoi finançons-nous des monopoles américains qui soutirent des dizaines de milliards de dollars par année du Canada — en grande partie sans payer d'impôt — au détriment du journalisme et de la culture d'ici, et dont les plateformes sont devenues des vecteurs de division et de désinformation?

Contrairement à eux, nous sommes imputables envers les Canadiens et légalement responsables de ce que nous publions. Nos journalistes professionnels cherchent la vérité, pas les algorithmes. Nous produisons de l'information fiable et digne de confiance.

Réinvestissons nos budgets publicitaires chez nous. Dans le Budget 2025, le gouvernement du Canada devrait suivre l'exemple de l'Ontario et réserver au moins 25 % de ses budgets publicitaires aux médias d'information canadiens.

Sans que cela coûte un sou de plus aux contribuables, le gouvernement peut soutenir des emplois locaux tout en diffusant ses messages dans un environnement sûr pour les marques. Beaucoup moins de Canadiens font confiance aux publicités vues sur Facebook et Instagram qu'à celles publiées dans les médias d'information canadiens.²

Acheter canadien en publicité dans nos médias d'information, c'est à la fois la bonne chose à faire et la décision la plus avisée.

Respectueusement,

Les éditeurs de presse du Canada



SOURCES

¹Rapport annuel sur les activités de publicité du gouvernement du Canada 2023 à 2024, combiné à des données exclusives de l'industrie.

²Totum Research Canada, janvier 2025. Canadiens de 18 ans et plus, n=2418 ; Pollara pour The Dais. 2025 Survey of Online Harms, Canadiens de 16 ans et plus, n=2502.