



Soutien aux entreprises médiatiques

Rivière-du-Loup cesse ses achats de publicité dans Facebook

Rivière-du-Loup, le 7 juillet 2023 – En réaction à la décision de Meta, maison-mère de Facebook et Instagram, de ne plus diffuser les contenus issus des médias dans leurs plateformes numériques, et à l’instar de nombreuses autres municipalités du Québec et du gouvernement fédéral, la Ville de Rivière-du-Loup annonce qu’elle suspend ses achats en publicité et en visibilité dans ces plateformes afin d’apporter son soutien aux médias traditionnels dont plusieurs sont établis à Rivière-du-Loup.

« Le refus de Meta de se plier aux exigences du projet de loi C-18 qui visait à garantir une libre circulation de l’information produite par les médias traditionnels dans les réseaux sociaux, que Meta veut dorénavant taxer, est inacceptable, dénonce le maire M. Mario Bastille. C’est une atteinte directe à la démocratie et nous devons faire pression pour que cette puissante multinationale revienne sur sa décision. C’est toute la population qui est prise en otage par cette mauvaise décision et qui en paiera le prix en se voyant refuser l’accès à une information variée et de qualité. »

Par solidarité avec les médias, notamment les médias locaux et régionaux (radio, télévision, journaux), qui doivent pouvoir utiliser ces plateformes pour joindre leurs publics, la Ville entend suivre la recommandation de l’Union des municipalités du Québec et cesser ses placements publicitaires dans les entreprises de Meta. C’est également pour s’assurer que les citoyens qui utilisent Facebook aient accès à une multitude de sources d’information, gratuitement et sans contrainte, que la Ville sévit.

« Facebook demeure encore aujourd’hui un outil intéressant pour joindre une bonne partie des Luperivois afin de les informer sur ce qui se passe dans leur ville, explique le directeur du Service des communications, Pascal Tremblay. Cesser d’acheter de la publicité dans cette plateforme réduira nécessairement l’efficacité de nos campagnes de communication. Nous continuerons de publier dans Facebook mais nous devons adapter nos façons de faire pour continuer de livrer une information de qualité.

...2

Bien que les investissements faits par la Ville pour du placement publicitaire des Facebook n'atteignent pas 3 000 \$ au total dans les 5 dernières années, en comparaison avec les placements faits dans les médias traditionnels qui, eux, atteignent bon an mal an plusieurs dizaines de milliers de dollars, la tendance est lourde. Les plateformes numériques grugent de plus en plus de parts de marché, et ce bien sûr, au détriment des médias locaux, régionaux et nationaux. Comme une importante part de la population se tient informée via les pages Facebook de ces médias, il y a un risque réel que de nombreuses personnes n'aient plus accès à de l'information de qualité.

Compte tenu de l'algorithme développé et utilisé par Meta, plusieurs citoyens utilisateurs de Facebook ne verront pas passer toutes les publications de la Ville dans leur fil d'actualité. Il est donc recommandé de donner le statut de « Favoris » aux différentes pages de la Ville, incluant celle du Service loisirs, culture et communautaire et de la bibliothèque Françoise-Bédard, en cliquant sur l'icône « « Abonné » ou « Suivi ».

Pour demeurer bien informés, ils sont également invités à consulter les médias locaux ou à visiter régulièrement le site Web **VilleRDL.ca**.

– 30 –

Source : Pascal Tremblay, directeur
Service des communications
418 867-6706