



POUR DIFFUSION IMMÉDIATE
Le 8 octobre 2008

Campagne publicitaire nationale

Votez pour conserver nos médias canadiens

Ottawa – Une campagne publicitaire nationale débutant aujourd'hui presse les électeurs et électrices à soutenir les candidats et candidates qui sont en faveur de conserver la propriété et le contrôle national de la radiodiffusion et des entreprises de communication canadiennes.

« Si nous perdons le contrôle de nos médias, nous perdons le contrôle de la diffusion de notre identité nationale et du débat démocratique. Nous n'aurons plus la possibilité de raconter nos propres histoires et de voir le monde à travers un regard canadien », a affirmé Peter Murdoch, vice-président Média du SCEP.

La campagne publicitaire « Keep it Canadian » cible les électeurs et électrices de circonscriptions où les luttes sont chaudes à travers le pays et elle est financée par trois chefs de file du secteur culturel et des communications : l'ACTRA, le Syndicat des communications, de l'énergie et du papier du Canada (SCEP) et les Amis de la radiodiffusion canadienne.

« Les projets de Stephen Harper d'assouplir les restrictions à la propriété étrangère sont irresponsables sur les plans culturels et économiques. Les industries culturelles du Canada contribuent indirectement 85 milliards \$, et plus d'un million d'emplois, à l'économie canadienne. Mettre en péril une industrie jouant un rôle aussi important pour l'économie canadienne est irresponsable sur le plan fiscal », a dit Stephen Waddell, directeur exécutif national de l'ACTRA.

Les groupes ont financé la campagne publicitaire afin d'attirer l'attention sur le désir de M. Harper de permettre aux radiodiffuseurs et aux entreprises de télécommunications canadiens d'être vendus au meilleur offrant étranger.

M. Harper a déclaré le 25 septembre que, s'il était réélu, il allait autoriser la propriété étrangère des entreprises de télécommunications. Tous les députés conservateurs ont voté contre une motion de la Chambre des communes le 30 mai 2006 et demandant le maintien des restrictions actuelles à la propriété étrangère dans le secteur culturel. Aussi, la plateforme électorale du parti conservateur en 2004 demandait l'assouplissement ou le retrait des restrictions à la propriété étrangère dans le secteur des communications.

« Le Premier ministre Harper a clairement dit qu'il voulait autoriser la vente des communications et des entreprises médiatiques canadiennes à des intérêts étrangers. C'est une politique de longue date du parti conservateur de M. Harper », a affirmé Ian Morrison, porte-parole des Amis de la radiodiffusion canadienne.

Selon un sondage réalisé en décembre 2007 par la firme Harris-Decima, la plupart des électeurs et électrices (66 %) pensent que la radiodiffusion et les communications sont trop

importantes pour notre sécurité nationale et notre souveraineté culturelle pour permettre un contrôle étranger d'entreprises canadiennes de ce secteur. Le sondage a révélé que 62 % des Canadiens et Canadiennes sont davantage susceptibles de voter en faveur de candidats et candidates qui s'opposent à donner le contrôle des médias canadiens à des intérêts étrangers, un pourcentage légèrement supérieur à celui de décembre 2003 lorsque cette question a été posée la dernière fois. Seulement 19 % sont davantage susceptibles de voter pour un candidat ou une candidate en faveur de laisser les entreprises étrangères posséder une part plus élevée des entreprises de radiodiffusion et de téléphone du Canada.

-30-

Pour voir les publicités, allez au site www.keepitcanadian.net

Pour tout renseignement:

Carol Taverner, relationniste, ACTRA
ctaverner@actra.ca 416-644-1519

Peter Murdoch, SCEP
905-516-5720

Jim Thompson, Amis de la radiodiffusion canadienne
jim@friends.ca 613-447-9592