



LA CAMPAGNE DE CURLING CANADA

#NOTASPORTSBAR

COMMENT POUVEZ-VOUS AIDER

LA QUESTION

Rogers et Bell ont récemment augmenté les frais des forfaits de câble comprenant TSN et Sportsnet pour les établissements accrédités d'une capacité de plus de 100 personnes. Les établissements autorisés d'offrir des places pour 100 à 200 personnes sont confrontés à une augmentation d'environ 300 \$ par mois pour continuer de montrer TSN et Sportsnet en plus des frais de leur câble régulier ou de satellite. Cela veut dire qu'un emplacement de cette taille ferait face à environ 270 \$ par mois ou 3 240 \$ de frais annuels. Les plus grands emplacements de 300 places seront facturés 400 \$ par mois en plus du prix de base du câble.

TSN et Rogers font valoir que « les programmes de sport en direct attirent un grand public dans les établissements tels que les bars et les restaurants. Pendant de nombreuses années, ces lieux ont payé des taux de contenus sportifs qui ne reflétaient pas les avantages dont ils jouissaient en raison du volume élevé de clients qui se rassemblent pour regarder les sports et des recettes qu'ils génèrent pour ces établissements. Notre nouveau forfait commercial s'aligne avec la valeur des sports offerts qu'il apporte à ces établissements. »

COMMENT CELA AFFECTE-T-IL LES CLUBS DE CURLING

Curling Canada a confirmé que les clubs de curling communautaires seront soumis aux mêmes frais appliqués pour les bars et restaurants à profit. Ces honoraires qui, chaque année, pourraient se situer entre 3 000 \$ et 5 000 \$. Bien que ces montants peuvent ne pas sembler importants pour des dirigeants d'entreprises chez Rogers et Bell, ils auront une incidence marquée sur nos clubs à travers le pays.

Les services dans leur ensemble représentent 30 % de toutes les dépenses des clubs de curling. Cela représente une ponction importante sur les ressources financières du club. Les nouveaux tarifs que Rogers et Bell réclament vont littéralement rendre difficile de garder les lumières allumées dans certaines installations.

Les clubs de curling sont uniques. Les mettre dans la même catégorie que les bars et restaurants n'a pas de bon sens. En les soumettant aux mêmes frais des bars sportifs à but lucratif est déraisonnable. Nous voulons faire en sorte que les frais de câble ne nuisent pas à votre centre de curling.

CE QUE VOUS POUVEZ FAIRE POUR AIDER

1. Envoyez un Email et Twitez à Bell et Rogers leur faisant savoir que vous soutenez la communauté de curling
2. Twitez à Melanie Joly, la Ministre du patrimoine et à la Ministre des Sports, Carla Qualtrough
3. Placez le sujet sur votre compte Facebook et indiquez la Ministre Joly et la Ministre Qualtrough
4. Encouragez les personnes que vous connaissez à visiter www.notasportsbar.ca pour s'engager et en apprendre davantage sur la question

VOICI COMMENT FAIRE:

1) Envoyez un Email à Bell et à Rogers

À qui l'envoyer:

À: Joe Natale, Président et Chef de la direction de Rogers Communications
joe.natale@rci.rogers.com

Kim Walker, Rogers Ombudsman
ombudsman@rci.rogers.com

CC: Hon. Carla Qualtrough, Ministre des Sports
Hon.Carla.Qualtrough@canada.ca

Hon. Mélanie Joly, Ministre du patrimoine
Hon.Melanie.Joly@canada.ca

À: Randy Lennox, Président de Bell Media
Randy.Lennox@bellmedia.ca

Équipe senior Bell
escalations_escalades@bell.ca

CC: Hon. Carla Qualtrough, Ministre des Sports
Hon.Carla.Qualtrough@canada.ca

Hon. Mélanie Joly, Ministre du patrimoine
Hon.Melanie.Joly@canada.ca

Quoi inclure?

Cher (le Chef de la direction de la compagnie concernée):

J'ai été un de vos clients depuis longtemps et un membre de mon club de curling. J'étais très en colère d'apprendre que votre entreprise a décidé d'augmenter les frais du câble pour vos forfaits de sports à mon club. Pourquoi ?

Peut-être que vous n'êtes pas au courant, mais mon club n'est pas un bar sportif haut de gamme ou un restaurant d'une chaîne internationale. Nous sommes un organisme communautaire principalement dirigé et géré par des bénévoles. Nous travaillons dur pour

garder notre établissement ouvert et accessible. Les frais supplémentaires que nous devons payer comme ceux que vous nous chargez maintenant ont un véritable impact sur nous et mes collègues sont en colère. Traiter les clubs de curlings de la façon dont vous traitez les grands bars sportifs est injuste.

Ma présomption est que vous et vos annonceurs veulent vous assurer que vos programmes sont bien perçus. Notre club pourrait avoir à couper ou changer notre forfait de câble à cause de cette augmentation des frais. Qu'est ce que vous et vos commanditaires en retirerez de bon si notre communauté n'est pas en mesure de recevoir une partie de votre couverture dans nos clubs ? Ne jamais oublier que cela fera l'objet d'une discussion et d'une potentielle action de centaines de milliers de joueurs de curling et de leaders communautaires, partout au pays.

Alors que j'ai toujours apprécié ce que votre entreprise a montré au curling, je trouve vraiment décevant que vous essayez de nous gruger de l'argent en particulier par l'intermédiaire de nos clubs de curling. Ces clubs sont au cœur de notre communauté et ce que vous faites pour récolter un peu d'argent supplémentaire n'est pas correct.

S'il vous plaît, reconsidérez vos décisions. Abolissez cette augmentation des frais.

Bien vôtre,

2) Envoyez un Twitter à Rogers, à Bell, aux Ministres fédéraux et à votre député local

À qui?

À Bell et à Rogers

Si vous le voulez, vous pouvez inclure n'importe quel des politiciens fédéraux:

Ministre du patrimoine, l'honorable Mélanie Joly

@melaniejoly

Ministre du Sport et des personnes handicapées , l'honorable Carla Qualtrough

@CQualtro

Votre membre local du parlement

Voyez le nom [ici](#).

Quoi Twitter?

Voici des suggestions:

@Bell et @Rogers qui émettent de grosses augmentations des frais aux centres de curling du Canada. Ce n'est qu'un club de curling, #NotASportsBar www.notasportsbar.ca

Est-ce que @melaniejoly et @CQualtro peuvent empêcher @Rogers et @Bell de viser mon club de curling? #NotASportsBar www.notasportsbar.ca

Mon club de curling n'est pas #NotASportsBar. Arrêtez de le traiter comme un bar @Bell @Rogers. <http://www.notasportsbar.ca/>

@Bell et @Rogers gruge mon club de curling avec des frais exorbitants. Le club est le contre de ma communauté, #NotASportsBar

Les clubs de curling sont au cœur de nombreuses collectivités partout au Canada. Pourquoi est-ce Bell et Rogers les traitent comme des bars sportifs? #NotASportsBar

Les clubs de curling sont des organisations dirigées par des bénévoles entraînés, bars sportifs à but non lucratif. Rogers et Bell, cessez de nous traiter comme un bar sportif.

Les clubs de curling sont des centres communautaires à but non lucratif. Pourquoi Rogers et Bell les frappent avec des frais excessifs ? #NotASportsBar

Pour les clients de Rogers/Bell [rotation @Bell/@Rogers selon le cas]

En tant que client fidèle chez Rogers, je supporte mal la hausse des frais scandaleux qui frappent mon club de curling. C'est notre centre communautaire, pas un bar sportif

Visitez www.notasportsbar.ca pour trouver des graphiques à joindre à votre message.

L'important jargon de Twitter:

Gérer: un nom d'utilisateur. Il s'agit de l'identifiant de votre Twitter.

Parler (@) : un moyen de faire référence à un autre utilisateur par son nom d'utilisateur dans un Twitter (p. ex. @mashable). Les utilisateurs sont avertis lorsque @ a parlé. C'est une façon de mener les discussions avec les autres utilisateurs d'un domaine public.

Hashtag (#): une façon de désigner un sujet de conversation ou de participer à une discussion plus large liée (par exemple #AmericanIdol, #Obama). Un hashtag est un outil de découverte qui permet aux autres de trouver vos Twittes axés sur les sujets. Vous pouvez également cliquer sur un hashtag pour voir tous les Twittes qui le mentionnent en temps réel – même de gens que vous ne suivez pas.

4 Choses à considérer lors de l'envoi de votre Twitter :

- 1) Rappelez-vous que les Twittes ne peuvent contenir qu'un maximum de 140 caractères, y compris les mentions et les hashtags.
- 2) Mettez toujours un point devant un guidon (ex.. @curlingcanada) au début d'un Twitte, sinon votre Twitte sera catégorisé comme une réponse.
- 3) Inclure le hashtag #NotASportsBar dans tous vos Twittes.
- 4) Inclure l'un des graphiques avec chacun de vos Twittes, les images rendent vos Twittes plus visibles et plus efficaces.
- 5) S'il y a assez de place à la fin de votre Twitte, inclure le lien www.notasportsbar.ca

3) Écrivez au sujet de la question sur votre compte Facebook et mettez les noms des ministres et de votre député

Qui nommer sur ma page:

La Ministre du Patrimoine, l'honorable Mélanie Joly
@melanie.joly.965 (Mélanie Joly Page)

La Ministre des Sports, l'honorable Carla Qualtrough
@CarlaQ2015 (Carla Qualtrough Page)

Rogers
@Rogers

Bell Canada
@Bell

Votre député:

Vous trouverez le nom [ici](#):

Quoi mettre?

Voici un échantillon de message sur Facebook:

Rogers et Bell ont récemment augmenté les frais des forfaits du câble de TSN et Sportsnet pour les établissements d'une capacité de plus de 100 personnes. L'objectif de la hausse tarifaire s'adresse aux bars sportifs, mais mon club de curling et les milliers d'autres clubs de curling au Canada qui possèdent un permis de boisson sont injustement pris dans cette augmentation. Il nous en coûtera un supplément de 3000 \$ à 5000 \$ par année. Mon club de curling n'est pas à but lucratif, il est géré par des bénévoles et il est le cœur de ma communauté. Aidez-nous à empêcher Bell et Rogers d'accabler les clubs de curling communautaires. Dites-leur d'annuler l'augmentation des frais de câble à nos clubs. Nous ne sommes pas des bars sportifs. Ces frais nous font mal et ne sont pas nécessaires. Visitez www.notasportsbar.ca et partager ce message, Twitez, envoyez des courriels, faites des appels et dites-leur qu'assez c'est assez.

Ci-joint sont quelques graphiques partageable à inclure dans vos messages.

3 Choses à considérer lors de la publication sur Facebook :

- 1) Publiez votre message. Cela permettra aux personnes que vous avez nommées de voir votre message. Vous pouvez faire cela sans rendre votre page entière publique; cliquez vers le bas près du bouton « Post » lors de la création de votre message et choisissez « Public : n'importe qui sur ou hors Facebook ».
- 2) Partagez le message avec des amis dans votre communauté de curling. Partagez la campagne avec tous les groupes où vous êtes incluant les partisans ou les membres de votre équipe de curling. Vous pouvez également mentionner des amis spécifiques ou des pages qui soutiennent la campagne

dans votre message (Soyez précis, ne mentionnez pas tous ceux que vous connaissez ou vos amis qui pourraient ne pas être trop heureux).

- 3) Inclure l'un des graphiques fournis (également disponible à www.notasportsbar.ca); les messages avec photos sont plus efficaces que des messages seuls.
- 4) Inclure le lien vers www.notasportsbar.ca avec tous vos messages.