

Le Bureau de l'immeuble fait remarquer que son Bulletin est expédié tous les jours à 2,700 personnes et que l'on distribue une abondante information sur les transactions immobilières. Depuis l'absence des quotidiens, le Bureau a commencé à publier un feuillet d'information donnant la liste des maisons inoccupées que les intéressés peuvent visiter pendant les fins de semaine.

Le problème le plus épineux est celui des propriétaires qui doivent vendre leur maison dans un délai très court. Dans des circonstances normales, l'agent annoncerait la vente quatre ou cinq fois par semaine dans l'un des quotidiens.

L'Association des propriétaires d'appartements du Grand Vancouver convient que les personnes cherchant un appartement éprouvent des difficultés. Outre l'absence de réclames, il y a le fait que le taux de vacance des appartements du Grand Vancouver n'est que de 0.8 p. 100, alors que, l'an dernier, il atteignait 1 p. 100. On considère comme normal un taux de vacance variant entre 3 et 4 p. 100.

Il faudra des semaines, voire des mois, une fois que le *Sun* et *The Province* auront repris leur activité, pour évaluer exactement les effets de la grève. Vu le caractère contradictoire des opinions émises, étant donné l'hésitation à dissocier du climat général de l'économie les répercussions de la non-publication des quotidiens, il devient très difficile, sinon impossible, de présenter un tableau fidèle des conséquences économiques de l'interruption de la publication.

Toutefois, il serait raisonnable de supposer que l'expérience de Vancouver Métropolitain a donné des résultats semblables à ceux que l'on a constatés il y a quelques années dans d'autres grandes villes, telles que Detroit et New York, si l'on en juge d'après les études qui ont été faites sur des interruptions semblables des journaux quotidiens dans ces villes.

L'Office publicitaire de l'Association des éditeurs de journaux américains dans un rapport sommaire sur les effets de la grève des journaux de New-York qui dura du 8 décembre 1962 au 30 mars 1963, a compilé certains faits qui pourraient aussi être constatés dans toute étude que l'on fera sur l'interruption des journaux quotidiens de Vancouver:

«D'après l'Association nationale des détaillants, les ventes au détail se sont à peine maintenues pendant la saison de Noël dans les magasins de Manhattan et, à partir du 14 janvier, ce commerce fut l'objet d'une paralysie progressive dont les manifestations se firent sentir jusqu'à la fin de la grève.

Les autres genres de commerce ont estimé leurs pertes à 15 ou 20 p. 100 pour les fleuristes, à 40 p. 100 pour les vendeurs de voitures usagées et à 50 ou 60 p. 100 pour les courtiers en immeubles. L'assistance tomba brusquement aux théâtres, cinémas, galeries d'objets d'art et musées. Les photographes indépendants disent que leur revenu diminua de 50 p. 100 pendant cette période, tandis que les bureaux de placement subissaient des pertes de 1 million à 2 millions de dollars par mois.

La reprise fut ensuite très lente bien que tous les journaux eussent recours aux plus vigoureuses méthodes de vente pour récupérer le tirage et le volume d'annonces perdus durant la grève. Les statistiques de circulation de l'ABC pour la période des six mois allant du 1^{er} avril au 30 septembre 1963 indiquent une diminution des tirages de 3 à 22 p. 100 en comparaison avec la même période de l'année 1962. D'après l'*Editor and Publisher* du 5-4-63, les trois causes principales de la diminution des tirages furent les suivantes:

- (1) Une diminution considérable de la vente au numéro des journaux du matin.
- (2) L'augmentation de 5c. à 10c. du prix par numéro des journaux du matin.
- (3) Des milliers d'habitants des banlieues «découvrirent» tout à coup leurs journaux locaux et perdirent l'habitude de la lecture des journaux de New-York pendant le trajet d'aller et retour au travail.

IV. Réaction des autres médias.

(a) La télévision

Grâce aux neuf canaux offerts par la télévision par câble, le Vancouver Métropolitain constitue probablement le débouché le plus important que la télévision ait au Canada.

Dans cette situation de vive concurrence, KVOS de Bellingham, dont 80 p. 100 de la publicité s'adresse à son public canadien, connut le trimestre le plus profitable de toute son histoire. A partir du 15 février, cette station dut refuser toute nouvelle annonce des commerçants de Vancouver qui cherchaient à atteindre leurs clients par ce moyen après que le *Sun* et la *Province* eurent cessé de paraître.

Durant la dernière grève des journaux de Vancouver, il y a deux ans, la station KVOS offrit aux deux journaux une période d'une demi-heure pour leurs commentateurs, mais cette fois-ci, à cause de ses engagements préalables, (82 p. 100 de son temps étant déjà