

CKWX et la station de télévision CHAN consentent à diffuser gratuitement, à titre de service public, les avis de décès et de funérailles communiqués par les entrepreneurs de pompes funèbres.

Ne sont diffusés toutefois que les détails essentiels: noms, endroits et heures des funérailles et des enterrements.

L'absence d'avis imprimés de décès a eu divers effets sur les commerces de fleuristes de Vancouver. D'une part, le fait d'omettre, dans l'annonce, l'avis indiquant de ne pas offrir de fleurs, a occasionné une augmentation des commandes de couronnes, de rameaux et de bouquets. D'autre part, comme disait un fleuriste, les personnes qui, en apprenant le décès et l'heure des funérailles, auraient normalement commandé une couronne ou un rameau plus coûteux, commandent maintenant des bouquets moins coûteux, qu'on envoie à la demeure des parents du défunt quelques jours plus tard.

Les entrepreneurs de pompes funèbres ont signalé qu'on a, en général, allongé l'intervalle entre le décès et les funérailles pour permettre aux parents de communiquer avec les autres membres de la famille et avec les amis.

d) Loisirs

Les cinémas, théâtres et boîtes de nuit du Grand Vancouver, dont le chiffre d'affaires est largement fonction de la publicité des journaux, ont souffert de l'absence de journaux. La *Playhouse Theatre Company* estime que la vente des places, depuis le 15 février, a connu une réduction de 20 à 25 p. 100. Seul théâtre professionnel de Vancouver, le *Playhouse Theatre* a 7,500 abonnés; il compte toutefois sur un complément de spectateurs occasionnels pour combler le solde des frais généraux. La réduction de 20 à 25 p. 100 du chiffre des ventes réalisées par le *Queen Elizabeth Theatre*, salle de 647 places louée à la compagnie par la ville de Vancouver, représente un montant variant entre \$3,000 et \$4,000.

Les réseaux de distribution de films, notamment les réseaux *Odéon* (groupant 18 salles) et *Famous Players* (groupant 20 salles), ont signalé une baisse générale de leur chiffre d'affaires allant de 5 à 20 p. 100, selon le film à l'affiche. Les films qui exigent une publicité intense et qui ont remporté du succès dans d'autres villes, n'ont rapporté que de maigres recettes. En l'absence de réclames et d'horaires, information habituellement fournie par les journaux, les cinémas ont effectué, dans les diverses salles, des enregistrements téléphoniques automatiques donnant le titre du film, la distribution et les heures de représentations.

III. Effets sur l'économie

a) Le commerce de détail

L'absence des deux quotidiens a certes influé directement sur le cours de la vie commerciale du Grand Vancouver. Toutefois, la plupart du temps, les hommes d'affaires du milieu commercial consultés pour la présente étude hésitaient à attribuer entièrement le fléchissement des affaires à l'absence de journaux. Invariablement, ils rattachaient cet état de choses aux conditions générales de l'économie dans les diverses régions du pays, notamment à l'incertitude qui caractérise l'économie de la Colombie-Britannique, en particulier en ce qui a trait à l'industrie forestière et à l'exploitation des remorqueurs.

La maison Eaton's, qui exploite cinq magasins de détail dans le Grand Vancouver, apporte encore une autre explication: la société a fêté, en 1969, son centenaire, événement qui, selon elle, ne pouvait qu'entraîner une baisse des ventes, étant donné le chiffre élevé réalisé l'année précédente par suite d'une publicité intensive et d'une série de soldes. Dans tous les cas—Eaton's, Simpson-Sears, Woodward's et Bay—on a refusé de divulguer son chiffre d'affaires. D'après le dernier rapport hebdomadaire du BFS sur les techniques marchandes, les ventes des grands magasins de la Colombie-Britannique ont augmenté, en janvier, de 13.4 p. 100. En 1969, le chiffre global d'affaires, en Colombie-Britannique, a atteint 3.04 milliards de dollars, dont la moitié a été réalisé dans le Grand Vancouver et les régions méridionales de la province. Le porte-parole de la maison Eaton's a reconnu que celle-ci a connu des difficultés pour la vente des articles de luxe, ajoutant que le chiffre des ventes de février et du début de mars a peut-être baissé, en général, de 5 p. 100, ce qui, selon d'autres détaillants et hommes d'affaires bien connus de Vancouver, représentait une estimation très modérée. Le porte-parole de la maison Bay a convenu que les affaires de cette société ont nettement souffert de la grève; il a toutefois déclaré que, en comparaison de l'an dernier, le chiffre global des ventes a monté. Il en a attribué la cause à la venue hâtive du printemps, qui a modifié les habitudes vestimentaires au cours des mois de février et de mars.

La maison Bay a opéré des remaniements de personnel. Les employés occasionnels qu'elle aurait normalement utilisés pour les soldes de fin d'hiver et du printemps, n'ont pas été embauchés. Quant au personnel permanent, il n'a subi aucune perte.

Tous les principaux magasins à rayons ont accordé à d'autres organes d'information, soit la radio, la télévision et les hebdomadaires, la