

tion et, non le coût de la pollution comme telle; quelles sommes devront être affectées à l'épuration de l'air et des eaux? quels montants devront être consacrés à la préservation et à la restauration de l'environnement?...

Même alors, les données se font rares, surtout au Québec. On peut bien citer quelques chiffres, pêle-mêle: il faudrait que le Québec investisse 1,5 milliard (en 25 ans) dans l'épuration des eaux...

longtemps que toute la société paye le prix de sa prospérité, tout en ayant à en subir les inconvénients: on estime, par exemple, que les Canadiens doivent dépenser \$1 milliard par année (ou \$73 parcapita) pour parer aux effets néfastes de la pollution sur leur santé et sur leur demeure. C'est un détail.

Et, si c'est peut-être "académique" de rechercher le coût total, global de la pollu-

qui n'a pas cessé de nous tromper — est beaucoup moins élevée qu'on ne le pense".

Au Québec, c'est la pollution des eaux qui a le plus fait parler d'elle. Et, s'il n'existe pas, ici, de statistiques précises établissant les coûts de financement nécessaires au rattrapage, au remplacement des installations désuètes, aux investissements à court et à long termes, on proc

l'au
à de
que
ter
par
l'eau
par
\$100
En
Eau
un
tre
en a
proc

2 janvier 1971 p. D3

Depuis hier, la publicité sur la cigarette est interdite à la télévision américaine

(PC-PA) — Le temps est venu pour la population de faire ses adieux aux délices de la Marlboro, à la mauvaise "orthographe" de Winston, aux inconvénients de la Benson and Hedges et aux charmants paysages frais en mentholés retransmis par la télévision américaine.

L'interdiction imposée par le Congrès aux commerciaux sur la cigarette est entrée en vigueur hier soir à minuit. A mesure que l'échange se rapprochait, les petits écrans s'enfumaient progressivement.

La compagnie Philip Morris a acheté une période de 25½ minutes pour mousser

sa publicité jusqu'à la dernière seconde. Il en a coûté \$1.25 million à Philip Morris pour s'octroyer des périodes pendant toutes les émissions qui étaient présentées hier soir.

R. J. Reynolds, Liggett and Myers et Lorillard ont également payé de leurs deniers quelques-uns des ultimes instants accordés aux publicitaires du tabac.

Echelle des tarifs

C'est aux championnats intercollégiaux de football que les périodes ont été les plus coûteuses. NBC, par exemple, a exigé \$135,000 pour

chaque minute consacrée aux commerciaux. Toutefois, le commanditaire paie rarement le prix exigé et il est improbable que Philip Morris versera le plein prix pour ses quatre précieuses minutes.

NBC a demandé \$75,000 la minute pour le Orange Bowl, CBS \$170,000 pour le Cotton Bowl et ABC \$53,000 la minute pour le Sugar Bowl.

Pour les émissions de commentaires, les prix ont suivi une échelle moins vertigineuse: \$18,000 la minute pour Caron, \$9,500 pour Griffin et \$5,000 pour Cavett. Pour le total des périodes accordées à ces trois émissions entre 23.30 heures et minuit, la facture d'élève à \$80,000.

L'interdit sur la publicité des cigarettes a été adoptée au Congrès au moment où la même mesure a été paralysée au Canada, sans espoir de résurrection.

Radio-Canada et certains autres radiodiffuseurs canadiens n'ont pas attendu l'intervention gouvernementale et ont imposé leurs propres interdictions sur la publicité.

Hausse prévue de la valeur de la production minière

046017

(PC) — La valeur totale de la production minière canadienne comportera sans doute une saine augmentation en 1971, malgré une faiblesse manifestée en certains domaines.

L'Association minière du Canada prévoit pour 1971 une production totale d'une valeur de \$6,000 millions, au regard d'une prévision de \$5,500 millions en 1970 et d'un résultat de \$4,690 millions en 1969.

La demande reste bonne, a expliqué M. John L. Bonus, directeur administratif de l'Association, mais l'industrie s'inquiète de l'impact des réformes fiscales.

"L'incertitude qui continue de marquer la nature de la législation définitive qui sortira du Livre blanc assombrira

de reprises pour l'année prochaine. Les Japonais ont besoin de charbon de bois et songent à signer des contrats avec les provinces de l'Ouest.

Pour le minerai de fer, l'un des plus importants secteurs de l'industrie du métal, on s'attend, après les hausses enregistrées en 1970, à de nouveaux gains pour l'an prochain. D'immenses cargos japonais viennent prendre le minerai d'or québécois dans les ports du golfe Saint-Laurent.

Le cuivre a fait volte-face en 1970. Les grandes sociétés ont voulu hausser leurs prix pendant la première moitié de l'année, mais cette mesure a été arrêtée par le gouvernement. A la fin de l'année, la demande avait

Le consommateur de la reprise

NEW YORK (AFP) — Le consommateur américain sera l'élément clé de la reprise économique aux Etats-Unis l'an prochain. De l'avis de tous les économistes c'est de son attitude que dépend le maintien à relativement long terme de l'expansion prévue pour les premiers mois de

par
ces
tion
ves
pecti
à la
La
dans
l'indu
santé