

Bulletin de service

Services de publicité et services connexes



2011

Faits saillants

- Les revenus d'exploitation de l'industrie de la publicité et des services connexes ont progressé de 2,1 % entre 2010 et 2011 pour atteindre 6,9 milliards de dollars. Des hausses ont été remarquées dans 6 provinces.
- La plus forte croissance des revenus a été enregistrée en Alberta avec 11,2%. Le Nouveau-Brunswick a fermé la marche avec une baisse de 16,5% de ses revenus.
- Parmi l'ensemble des industries, la plus forte croissance des revenus a été observée dans l'industrie des services de publipostage et de distribution de matériel publicitaire avec 4,2%. Au second rang ont suivi les distributeurs de publicité par l'objet avec une hausse des revenus de 3,2 %. Les autres services liés à la publicité ont enregistré une hausse de 3,0 %.
- Les dépenses d'exploitation ont elles aussi connu une augmentation de 2,0% pour atteindre 6,2 milliards de dollars. Les salaires, les traitements et les avantages sociaux, qui représentaient 40,4 % des dépenses d'exploitation, ont progressé de 3,8 % pour s'établir à 2,4 milliards de dollars.
- À l'échelle nationale, la marge bénéficiaire d'exploitation du secteur est demeurée stable à 10,7 %. La plus forte marge bénéficiaire a été observée en Saskatchewan avec 19,1 % alors que le Nouveau-Brunswick s'est classé au dernier rang avec 6,4 %.
- Comme pour les années précédentes, les entreprises de l'Ontario ont généré la majorité des revenus d'exploitation de l'industrie avec 57,9 %, suivies des entreprises du Québec (23,4 %) et de la Colombie-Britannique (8,4 %).
- En 2011, les agences de publicité ont encore obtenu la portion la plus élevée des revenus d'exploitation de l'industrie (40,1 %). Les services de publicité par affichage sont arrivés en deuxième position ex aequo avec les services de publipostage et de distribution de matériel publicitaire (12,6 %). Les services de publicité par l'objet (10,5 %), les autres services liés à la publicité (10,4 %) et les services de relations publiques (7,8 %) ont suivi alors que les agences d'achat de médias et les représentants de médias (6,1 %) représentaient la plus faible portion des revenus totaux.
- Parmi les différents types de services de publicité, seuls les services de publicité par affichage ont enregistré une diminution des revenus (-1,7 %). La baisse dans cette industrie ne constitue pas une surprise alors que les jeux Olympiques de Vancouver avaient entraîné une hausse notable en 2010.



Tableaux statistiques

Tableau 1

Statistiques sommaires pour l'industrie de la publicité et des services connexes, provinces et territoires, 2009 à 2011

	Revenus d'exploitation	Dépenses d'exploitation	Salaires, traitements et avantages sociaux	Marge bénéficiaire d'exploitation
	millions de dollars			pourcentage
2011 ^p				
Terre-Neuve-et-Labrador	26,1	23,9	10,0	8,5
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	61,0	51,9	22,5	14,9
Nouveau-Brunswick	23,2	21,7	8,1	6,4
Québec	1 620,5	1 432,1	523,1	11,6
Ontario	4 006,0	3 626,2	1 480,6	9,5
Manitoba	81,7	73,1	24,7	10,5
Saskatchewan	67,8	54,9	19,3	19,1
Alberta	437,5	370,8	116,6	15,2
Colombie-Britannique	581,7	512,0	168,6	12,0
Territoires ¹	x	x	x	x
Canada	6 916,6	6 176,3	2 378,1	10,7
2010 ^r				
Terre-Neuve-et-Labrador	27,9	26,5	11,6	5,0
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	60,2	51,1	22,1	15,1
Nouveau-Brunswick	27,8	24,9	10,2	10,3
Québec	1 536,0	1 365,8	498,1	11,1
Ontario	4 017,8	3 644,8	1 428,9	9,3
Manitoba	74,7	65,2	20,3	12,7
Saskatchewan	63,8	51,9	19,2	18,6
Alberta	393,5	335,1	111,4	14,9
Colombie-Britannique	565,7	480,5	166,1	15,1
Territoires ¹	x	x	x	x
Canada	6 777,1	6 054,6	2 292,0	10,7
2009 ^r				
Terre-Neuve-et-Labrador	32,9	31,0	13,5	5,7
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	61,0	53,3	20,8	12,6
Nouveau-Brunswick	25,7	23,4	10,5	8,9
Québec	1 493,4	1 355,0	495,8	9,3
Ontario	3 996,6	3 687,1	1 501,6	7,7
Manitoba	81,3	73,7	23,0	9,4
Saskatchewan	65,1	54,0	19,7	17,1
Alberta	423,7	381,1	128,0	10,0
Colombie-Britannique	558,2	485,7	174,2	13,0
Territoires ¹	x	x	x	x
Canada	6 748,1	6 153,1	2 390,9	8,8

1. Les territoires incluent : Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut.

Note(s) : Les résultats présentés dans ce tableau sont pour les entreprises comprises dans la catégorie 5418 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Voir la section « Sources de données, définitions et méthodologie » à la fin des tableaux pour la définition des termes.

Tableau 2
Statistiques sommaires pour les agences de publicité, provinces et territoires, 2009 à 2011

	Revenus d'exploitation	Dépenses d'exploitation	Salaires, traitements et avantages sociaux	Marge bénéficiaire d'exploitation
	millions de dollars			pourcentage
2011 p				
Terre-Neuve-et-Labrador	15,2	13,9	6,7	8,7
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	22,8	20,1	9,6	11,9
Nouveau-Brunswick	9,0	8,4	4,1	6,0
Québec	693,0	609,4	271,9	12,1
Ontario	1 640,5	1 446,3	761,8	11,8
Manitoba	27,2	25,3	12,3	7,0
Saskatchewan	23,5	17,9	10,7	23,7
Alberta	128,4	112,5	49,4	12,4
Colombie-Britannique	207,6	189,5	75,9	8,7
Territoires ¹	x	x	x	x
Canada	2 773,8	2 449,0	1 205,8	11,7
2010 r				
Terre-Neuve-et-Labrador	17,2	16,1	8,3	6,6
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	27,0	23,0	12,2	14,8
Nouveau-Brunswick	11,4	10,3	5,7	9,4
Québec	633,4	567,6	258,4	10,4
Ontario	1 649,3	1 479,6	727,7	10,3
Manitoba	23,3	19,5	8,9	16,2
Saskatchewan	22,8	17,3	10,7	24,1
Alberta	119,3	104,7	52,0	12,2
Colombie-Britannique	198,1	168,1	71,7	15,1
Territoires ¹	x	x	x	x
Canada	2 708,2	2 412,2	1 158,8	10,9
2009 r				
Terre-Neuve-et-Labrador	20,3	19,0	10,1	6,5
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	27,7	24,0	12,1	13,2
Nouveau-Brunswick	10,2	9,7	5,4	4,7
Québec	610,9	563,5	260,8	7,8
Ontario	1 759,1	1 607,6	819,2	8,6
Manitoba	23,6	21,0	9,3	11,0
Saskatchewan	23,8	18,8	10,7	20,9
Alberta	104,0	96,4	50,8	7,4
Colombie-Britannique	200,1	164,6	75,0	17,7
Territoires ¹	x	x	x	x
Canada	2 786,9	2 531,3	1 256,1	9,2

1. Les territoires incluent : Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut.

Note(s) : Les résultats présentés dans ce tableau sont pour les entreprises comprises dans la catégorie 541810 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Voir la section « Sources de données, définitions et méthodologie » à la fin des tableaux pour la définition des termes.

Tableau 3
Statistiques sommaires pour les services de relations publiques, provinces et territoires, 2009 à 2011

	Revenus d'exploitation	Dépenses d'exploitation	Salaires, traitements et avantages sociaux	Marge bénéficiaire d'exploitation
	millions de dollars			pourcentage
2011 p				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	6,5	5,0	2,8	22,8
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	95,6	80,0	38,4	16,4
Ontario	325,8	280,9	149,6	13,8
Manitoba	x	x	x	x
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	28,7	22,2	10,3	22,6
Colombie-Britannique	65,8	54,8	22,6	16,7
Territoires ¹	x	x	x	x
Canada	536,3	454,9	228,7	15,2
2010 r				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	5,1	4,0	2,2	21,4
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	90,3	74,7	36,9	17,3
Ontario	326,5	288,4	158,5	11,7
Manitoba	x	x	x	x
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	25,6	21,4	10,1	16,2
Colombie-Britannique	65,0	51,8	22,6	20,2
Territoires ¹	x	x	x	x
Canada	526,3	452,8	235,5	14,0
2009 r				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	5,1	4,0	2,0	21,8
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	90,0	80,5	38,3	10,6
Ontario	319,3	287,2	150,6	10,1
Manitoba	x	x	x	x
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	32,4	26,3	12,8	18,8
Colombie-Britannique	59,9	50,3	24,0	16,1
Territoires ¹	x	x	x	x
Canada	518,7	458,7	233,0	11,6

1. Les territoires incluent : Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut.

Note(s) : Les résultats présentés dans ce tableau sont pour les entreprises comprises dans la catégorie 541820 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Voir la section « Sources de données, définitions et méthodologie » à la fin des tableaux pour la définition des termes.

Tableau 4
Statistiques sommaires pour les agences d'achat de médias et représentants de médias, provinces et territoires, 2009 à 2011

	Revenus d'exploitation	Dépenses d'exploitation	Salaires, traitements et avantages sociaux	Marge bénéficiaire d'exploitation
	millions de dollars			pourcentage
2011 p				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	x	x	x	x
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	85,1	73,1	34,6	14,1
Ontario	282,3	229,3	120,8	18,8
Manitoba	x	x	x	x
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	9,0	8,0	3,7	11,3
Colombie-Britannique	37,4	36,7	16,0	1,9
Territoires ¹	x	x	x	x
Canada	422,5	354,0	177,1	16,2
2010 r				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	x	x	x	x
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	82,2	72,9	33,6	11,3
Ontario	290,5	239,6	106,7	17,5
Manitoba	x	x	x	x
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	7,6	6,9	3,4	8,9
Colombie-Britannique	31,6	26,7	11,3	15,3
Territoires ¹	x	x	x	x
Canada	421,0	354,2	157,5	15,9
2009 r				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	x	x	x	x
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	91,9	84,1	39,9	8,5
Ontario	283,6	238,5	105,2	15,9
Manitoba	x	x	x	x
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	12,7	11,1	4,5	13,1
Colombie-Britannique	33,2	27,7	11,1	16,4
Territoires ¹	x	x	x	x
Canada	432,8	371,1	163,5	14,3

1. Les territoires incluent : Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut.

Note(s) : Les résultats présentés dans ce tableau sont pour les entreprises comprises dans les catégories 541830 et 541840 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Voir la section « Sources de données, définitions et méthodologie » à la fin des tableaux pour la définition des termes.

Tableau 5
Statistiques sommaires pour les services de publicité par affichage, provinces et territoires, 2009 à 2011

	Revenus d'exploitation	Dépenses d'exploitation	Salaires, traitements et avantages sociaux	Marge bénéficiaire d'exploitation
	millions de dollars			pourcentage
2011 p				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	10,5	8,4	1,5	19,3
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	195,5	169,6	49,1	13,2
Ontario	451,9	440,6	97,6	2,5
Manitoba	15,9	13,5	3,4	15,5
Saskatchewan	16,6	12,3	1,9	26,1
Alberta	101,0	75,3	16,6	25,4
Colombie-Britannique	75,2	60,6	9,9	19,5
Territoires ¹	x	x	x	x
Canada	869,6	782,8	180,7	10,0
2010 r				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	9,8	7,8	1,4	20,3
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	188,1	160,2	42,0	14,9
Ontario	475,4	457,3	93,1	3,8
Manitoba	13,3	10,7	2,7	19,2
Saskatchewan	14,3	10,2	1,8	28,6
Alberta	91,7	67,4	14,1	26,5
Colombie-Britannique	89,3	61,7	11,6	30,9
Territoires ¹	x	x	x	x
Canada	885,0	777,8	167,2	12,1
2009 r				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	9,8	8,6	1,5	11,8
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	154,5	134,0	36,7	13,3
Ontario	393,8	388,9	80,9	1,2
Manitoba	14,7	12,0	2,9	18,3
Saskatchewan	13,1	10,0	1,7	24,0
Alberta	104,4	88,0	22,3	15,7
Colombie-Britannique	75,0	61,2	10,9	18,3
Territoires ¹	x	x	x	x
Canada	773,0	709,2	158,4	8,2

1. Les territoires incluent : Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut.

Note(s) : Les résultats présentés dans ce tableau sont pour les entreprises comprises dans la catégorie 541850 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Voir la section « Sources de données, définitions et méthodologie » à la fin des tableaux pour la définition des termes.

Tableau 6
Statistiques sommaires pour les services de publi-postage et les services de distribution de matériel publicitaire, provinces et territoires, 2010 et 2011

	Revenus d'exploitation	Dépenses d'exploitation	Salaires, traitements et avantages sociaux	Marge bénéficiaire d'exploitation
	millions de dollars			pourcentage
2011 p				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	6,4	5,8	2,0	8,6
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	295,9	260,6	56,4	11,9
Ontario	460,4	426,4	98,2	7,4
Manitoba	4,6	4,2	1,7	8,7
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	33,9	27,3	5,7	19,5
Colombie-Britannique	54,6	46,7	17,0	14,5
Territoires ¹	x	x	x	x
Canada	869,6	783,9	185,0	9,9
2010 r				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	6,0	5,9	2,0	2,2
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	297,1	265,4	56,6	10,7
Ontario	431,0	387,8	96,2	10,0
Manitoba	4,8	4,4	1,8	7,3
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	33,1	24,4	5,9	26,4
Colombie-Britannique	49,4	48,5	16,4	1,7
Territoires ¹	x	x	x	x
Canada	834,7	749,2	182,8	10,2

1. Les territoires incluent : Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut.

Note(s) : Les résultats présentés dans ce tableau sont pour les entreprises comprises dans les catégories 541860 et 541870 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Voir la section « Sources de données, définitions et méthodologie » à la fin des tableaux pour la définition des termes.

Tableau 7
Statistiques sommaires pour les distributeurs de publicité par l'objet, provinces et territoires, 2009 à 2011

	Revenus d'exploitation	Dépenses d'exploitation	Salaires, traitements et avantages sociaux	Marge bénéficiaire d'exploitation
	millions de dollars			pourcentage
2011 p				
Terre-Neuve-et-Labrador	6,3	6,0	1,4	4,2
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	x	x	x	x
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	103,5	100,8	17,8	2,6
Ontario	385,9	377,1	80,7	2,3
Manitoba	23,1	21,1	4,8	8,5
Saskatchewan	14,3	13,0	2,4	9,2
Alberta	88,2	82,4	16,5	6,6
Colombie-Britannique	100,2	91,0	17,3	9,2
Territoires ¹	x	x	x	x
Canada	727,3	696,5	141,7	4,2
2010 r				
Terre-Neuve-et-Labrador	6,5	6,4	1,4	1,9
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	F	F	F	F
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	97,7	93,6	15,5	4,2
Ontario	392,4	380,9	72,8	2,9
Manitoba	22,0	20,5	4,2	6,5
Saskatchewan	12,5	11,4	2,1	8,5
Alberta	75,9	73,3	14,1	3,4
Colombie-Britannique	91,7	87,9	18,9	4,2
Territoires ¹	x	x	x	x
Canada	705,0	679,9	129,9	3,6
2009 r				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	6,0	5,6	0,7	6,6
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	108,8	104,1	17,8	4,4
Ontario	352,7	354,7	70,9	-0,6
Manitoba	22,1	20,8	4,1	6,0
Saskatchewan	13,2	12,4	2,7	6,4
Alberta	93,6	92,7	18,7	1,0
Colombie-Britannique	81,4	76,0	19,2	6,6
Territoires ¹	x	x	x	x
Canada	686,5	674,7	135,7	1,7

1. Les territoires incluent : Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut.

Note(s) : Les résultats présentés dans ce tableau sont pour les entreprises comprises dans la catégorie 541891 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Voir la section « Sources de données, définitions et méthodologie » à la fin des tableaux pour la définition des termes.

Tableau 8
Statistiques sommaires pour les autres services liés à la publicité, provinces et territoires, 2009 à 2011

	Revenus d'exploitation	Dépenses d'exploitation	Salaires, traitements et avantages sociaux	Marge bénéficiaire d'exploitation
	millions de dollars			pourcentage
2011 p				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	x	x	x	x
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	151,9	138,6	54,9	8,7
Ontario	459,2	425,7	171,9	7,3
Manitoba	x	x	x	x
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	48,3	43,1	14,5	10,7
Colombie-Britannique	40,7	32,8	9,8	19,4
Territoires ¹	x	x	x	x
Canada	717,5	655,0	259,0	8,7
2010 r				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	4,6	3,8	2,1	17,7
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	147,2	131,5	55,2	10,7
Ontario	452,8	411,1	173,9	9,2
Manitoba	x	x	x	x
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	40,4	37,0	11,8	8,4
Colombie-Britannique	40,7	35,7	13,6	12,3
Territoires ¹	x	x	x	x
Canada	696,9	628,4	260,4	9,8
2009 r				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	3,5	3,0	1,5	14,1
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	129,6	114,3	44,9	11,8
Ontario	481,0	448,9	184,2	6,7
Manitoba	x	x	x	x
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	36,0	34,9	10,7	3,0
Colombie-Britannique	43,8	40,0	13,3	8,7
Territoires ¹	x	x	x	x
Canada	707,3	653,1	259,6	7,7

1. Les territoires incluent : Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut.

Note(s) : Les résultats présentés dans ce tableau sont pour les entreprises comprises dans la catégorie 541899 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Voir la section « Sources de données, définitions et méthodologie » à la fin des tableaux pour la définition des termes.

Tableau 9
Dépenses en pourcentage du total des dépenses d'exploitation pour l'industrie de la publicité et des services connexes, Canada, 2010 à 2011

Dépenses de l'industrie	2010 ^f	2011 ^p
	<u>pourcentage</u>	
Total des dépenses d'exploitation ¹	100,0	100,0
Salaires, traitements et avantages sociaux	40,0	40,4
Commissions versées à des personnes autres que les employés	1,5	1,4
Frais pour des services professionnels et des services aux entreprises	2,4	2,9
Contrats de sous-traitance	8,1	8,4
Frais pour des services fournis par les sièges sociaux	F	F
Coût des biens vendus	19,4	19,6
Fournitures de bureau	1,5	1,5
Location et crédit-bail	5,7	5,6
Réparation et entretien	3,1	2,6
Assurances	F	F
Publicité, marketing et promotions	1,4	1,7
Frais de déplacement, de repas et de divertissement	1,7	1,9
Services publics et dépenses en télécommunications	1,4	1,5
Impôts fonciers et taxes d'affaires, licences et permis	F	F
Redevances, droits, contrats de licence et redevances de franchisage	F	F
Frais de livraison, d'entreposage, frais postaux et frais pour services de messagerie	F	F
Frais de services financiers	F	F
Amortissement et dépréciation des actifs corporels et incorporels	3,0	2,9
Créances irrécouvrables	F	F
Toutes les autres dépenses	6,0	5,0

1. Total des dépenses d'exploitation excluent les valeurs non encaissables, les pertes en capital, les pertes extraordinaires, l'intérêt sur les emprunts et les autres montants qui ne sont pas de nature répétitive.

Note(s) : Les résultats présentés dans ce tableau sont pour les entreprises comprises dans la catégorie 5418 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Voir la section « Sources de données, définitions et méthodologie » à la fin des tableaux pour la définition des termes. Les données présentées dans ce tableau représentent la portion enquêtée seulement. La portion enquêtée exclut les plus petites entreprises (en termes de revenus gagnés). Ces entreprises ne comptent que pour une petite part du total des revenus de l'industrie et ne sont pas comprises dans les estimations de ce tableau.

Tableau 10
Dépenses en pourcentage du total des dépenses d'exploitation pour les agences de publicité, Canada, 2010 à 2011

Dépenses de l'industrie	2010 ^f	2011 ^p
	<u>pourcentage</u>	
Total des dépenses d'exploitation ¹	100,0	100,0
Salaires, traitements et avantages sociaux	52,9	53,9
Commissions versées à des personnes autres que les employés	F	F
Frais pour des services professionnels et des services aux entreprises	2,4	3,0
Contrats de sous-traitance	6,1	6,9
Frais pour des services fournis par les sièges sociaux	F	F
Coût des biens vendus	5,1	6,5
Fournitures de bureau	2,0	1,9
Location et crédit-bail	4,5	4,5
Réparation et entretien	5,0	3,3
Assurances	F	F
Publicité, marketing et promotions	1,8	2,0
Frais de déplacement, de repas et de divertissement	2,2	2,2
Services publics et dépenses en télécommunications	F	F
Impôts fonciers et taxes d'affaires, licences et permis	F	F
Redevances, droits, contrats de licence et redevances de franchisage	F	F
Frais de livraison, d'entreposage, frais postaux et frais pour services de messagerie	F	F
Frais de services financiers	F	F
Amortissement et dépréciation des actifs corporels et incorporels	2,2	1,9
Créances irrécouvrables	F	F
Toutes les autres dépenses	10,2	7,5

1. Total des dépenses d'exploitation excluent les valeurs non encaissables, les pertes en capital, les pertes extraordinaires, l'intérêt sur les emprunts et les autres montants qui ne sont pas de nature répétitive.

Note(s) : Les résultats présentés dans ce tableau sont pour les entreprises comprises dans la catégorie 541810 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Voir la section « Sources de données, définitions et méthodologie » à la fin des tableaux pour la définition des termes. Les données présentées dans ce tableau représentent la portion enquêtée seulement. La portion enquêtée exclut les plus petites entreprises (en termes de revenus gagnés). Ces entreprises ne comptent que pour une petite part du total des revenus de l'industrie et ne sont pas comprises dans les estimations de ce tableau.

Tableau 11
Dépenses en pourcentage du total des dépenses d'exploitation pour les services de relations publiques, Canada, 2010 à 2011

Dépenses de l'industrie	2010 ^t	2011 ^p
	<u>pourcentage</u>	
Total des dépenses d'exploitation ¹	100,0	100,0
Salaires, traitements et avantages sociaux	53,9	52,2
Commissions versées à des personnes autres que les employés	x	x
Frais pour des services professionnels et des services aux entreprises	5,1	4,3
Contrats de sous-traitance	5,0	6,0
Frais pour des services fournis par les sièges sociaux	F	x
Coût des biens vendus	8,8	8,8
Fournitures de bureau	1,8	1,7
Location et crédit-bail	6,0	5,9
Réparation et entretien	1,7	2,2
Assurances	F	F
Publicité, marketing et promotions	1,4	1,6
Frais de déplacement, de repas et de divertissement	3,1	3,3
Services publics et dépenses en télécommunications	1,7	1,7
Impôts fonciers et taxes d'affaires, licences et permis	F	F
Redevances, droits, contrats de licence et redevances de franchisage	x	F
Frais de livraison, d'entreposage, frais postaux et frais pour services de messagerie	x	x
Frais de services financiers	x	F
Amortissement et dépréciation des actifs corporels et incorporels	1,7	1,7
Créances irrécouvrables	F	F
Toutes les autres dépenses	6,3	7,1

1. Total des dépenses d'exploitation excluent les valeurs non encaissables, les pertes en capital, les pertes extraordinaires, l'intérêt sur les emprunts et les autres montants qui ne sont pas de nature répétitive.

Note(s) : Les résultats présentés dans ce tableau sont pour les entreprises comprises dans la catégorie 541820 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Voir la section « Sources de données, définitions et méthodologie » à la fin des tableaux pour la définition des termes. Les données présentées dans ce tableau représentent la portion enquêtée seulement. La portion enquêtée exclut les plus petites entreprises (en termes de revenus gagnés). Ces entreprises ne comptent que pour une petite part du total des revenus de l'industrie et ne sont pas comprises dans les estimations de ce tableau.

Tableau 12
Dépenses en pourcentage du total des dépenses d'exploitation pour les agences d'achat de médias et représentants de médias, Canada, 2010 à 2011

Dépenses de l'industrie	2010 ^t	2011 ^p
	<u>pourcentage</u>	
Total des dépenses d'exploitation ¹	100,0	100,0
Salaires, traitements et avantages sociaux	55,2	59,5
Commissions versées à des personnes autres que les employés	x	x
Frais pour des services professionnels et des services aux entreprises	6,8	6,3
Contrats de sous-traitance	4,4	2,8
Frais pour des services fournis par les sièges sociaux	2,5	2,4
Coût des biens vendus	F	1,3
Fournitures de bureau	1,9	1,8
Location et crédit-bail	4,4	5,1
Réparation et entretien	3,4	3,0
Assurances	F	F
Publicité, marketing et promotions	1,3	2,7
Frais de déplacement, de repas et de divertissement	2,2	2,2
Services publics et dépenses en télécommunications	F	F
Impôts fonciers et taxes d'affaires, licences et permis	F	F
Redevances, droits, contrats de licence et redevances de franchisage	x	x
Frais de livraison, d'entreposage, frais postaux et frais pour services de messagerie	F	F
Frais de services financiers	x	F
Amortissement et dépréciation des actifs corporels et incorporels	4,6	3,4
Créances irrécouvrables	F	x
Toutes les autres dépenses	6,6	5,2

1. Total des dépenses d'exploitation excluent les valeurs non encaissables, les pertes en capital, les pertes extraordinaires, l'intérêt sur les emprunts et les autres montants qui ne sont pas de nature répétitive.

Note(s) : Les résultats présentés dans ce tableau sont pour les entreprises comprises dans les catégories 541830 et 541840 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Voir la section « Sources de données, définitions et méthodologie » à la fin des tableaux pour la définition des termes. Les données présentées dans ce tableau représentent la portion enquêtée seulement. La portion enquêtée exclut les plus petites entreprises (en termes de revenus gagnés). Ces entreprises ne comptent que pour une petite part du total des revenus de l'industrie et ne sont pas comprises dans les estimations de ce tableau.

Tableau 13
Dépenses en pourcentage du total des dépenses d'exploitation pour les services de publicité par affichage, Canada, 2010 à 2011

Dépenses de l'industrie	2010 ^r	2011 ^p
	<u>pourcentage</u>	
Total des dépenses d'exploitation ¹	100,0	100,0
Salaires, traitements et avantages sociaux	21,4	22,7
Commissions versées à des personnes autres que les employés	3,7	3,0
Frais pour des services professionnels et des services aux entreprises	1,7	1,6
Contrats de sous-traitance	5,1	4,7
Frais pour des services fournis par les sièges sociaux	F	F
Coût des biens vendus	23,5	22,8
Fournitures de bureau	F	F
Location et crédit-bail	17,1	17,0
Réparation et entretien	3,0	3,4
Assurances	F	F
Publicité, marketing et promotions	F	F
Frais de déplacement, de repas et de divertissement	F	F
Services publics et dépenses en télécommunications	1,8	1,9
Impôts fonciers et taxes d'affaires, licences et permis	F	F
Redevances, droits, contrats de licence et redevances de franchisage	x	x
Frais de livraison, d'entreposage, frais postaux et frais pour services de messagerie	x	x
Frais de services financiers	x	F
Amortissement et dépréciation des actifs corporels et incorporels	8,4	9,2
Créances irrécouvrables	F	x
Toutes les autres dépenses	3,8	3,5

1. Total des dépenses d'exploitation excluent les valeurs non encaissables, les pertes en capital, les pertes extraordinaires, l'intérêt sur les emprunts et les autres montants qui ne sont pas de nature répétitive.

Note(s) : Les résultats présentés dans ce tableau sont pour les entreprises comprises dans la catégorie 541850 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Voir la section « Sources de données, définitions et méthodologie » à la fin des tableaux pour la définition des termes. Les données présentées dans ce tableau représentent la portion enquêtée seulement. La portion enquêtée exclut les plus petites entreprises (en termes de revenus gagnés). Ces entreprises ne comptent que pour une petite part du total des revenus de l'industrie et ne sont pas comprises dans les estimations de ce tableau.

Tableau 14
Dépenses en pourcentage du total des dépenses d'exploitation pour les services de publipostage et les services de distribution de matériel publicitaire, Canada, 2010 à 2011

Dépenses de l'industrie	2010 ^r	2011 ^p
	<u>pourcentage</u>	
Total des dépenses d'exploitation ¹	100,0	100,0
Salaires, traitements et avantages sociaux	24,6	23,6
Commissions versées à des personnes autres que les employés	F	F
Frais pour des services professionnels et des services aux entreprises	1,4	2,2
Contrats de sous-traitance	27,3	27,0
Frais pour des services fournis par les sièges sociaux	F	x
Coût des biens vendus	25,4	25,1
Fournitures de bureau	1,2	1,2
Location et crédit-bail	3,3	3,3
Réparation et entretien	1,7	2,1
Assurances	F	F
Publicité, marketing et promotions	1,0	F
Frais de déplacement, de repas et de divertissement	1,1	1,1
Services publics et dépenses en télécommunications	1,0	1,0
Impôts fonciers et taxes d'affaires, licences et permis	F	F
Redevances, droits, contrats de licence et redevances de franchisage	F	x
Frais de livraison, d'entreposage, frais postaux et frais pour services de messagerie	4,4	4,4
Frais de services financiers	F	F
Amortissement et dépréciation des actifs corporels et incorporels	2,5	2,4
Créances irrécouvrables	F	F
Toutes les autres dépenses	1,9	2,4

1. Total des dépenses d'exploitation excluent les valeurs non encaissables, les pertes en capital, les pertes extraordinaires, l'intérêt sur les emprunts et les autres montants qui ne sont pas de nature répétitive.

Note(s) : Les résultats présentés dans ce tableau sont pour les entreprises comprises dans les catégories 541860 et 541870 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Voir la section « Sources de données, définitions et méthodologie » à la fin des tableaux pour la définition des termes. Les données présentées dans ce tableau représentent la portion enquêtée seulement. La portion enquêtée exclut les plus petites entreprises (en termes de revenus gagnés). Ces entreprises ne comptent que pour une petite part du total des revenus de l'industrie et ne sont pas comprises dans les estimations de ce tableau.

Tableau 15
Dépenses en pourcentage du total des dépenses d'exploitation pour les distributeurs de publicité par l'objet,
Canada, 2010 à 2011

Dépenses de l'industrie	2010 ¹	2011 ^P
	pourcentage	
Total des dépenses d'exploitation ¹	100,0	100,0
Salaires, traitements et avantages sociaux	19,7	20,9
Commissions versées à des personnes autres que les employés	3,4	3,0
Frais pour des services professionnels et des services aux entreprises	1,5	1,4
Contrats de sous-traitance	F	F
Frais pour des services fournis par les sièges sociaux	x	x
Coût des biens vendus	59,1	57,6
Fournitures de bureau	1,5	1,4
Location et crédit-bail	2,4	2,4
Réparation et entretien	1,1	1,2
Assurances	F	F
Publicité, marketing et promotions	1,6	1,6
Frais de déplacement, de repas et de divertissement	1,0	1,1
Services publics et dépenses en télécommunications	2,6	2,6
Impôts fonciers et taxes d'affaires, licences et permis	x	x
Redevances, droits, contrats de licence et redevances de franchisage	F	x
Frais de livraison, d'entreposage, frais postaux et frais pour services de messagerie	F	F
Frais de services financiers	F	F
Amortissement et dépréciation des actifs corporels et incorporels	1,1	1,1
Créances irrécouvrables	F	F
Toutes les autres dépenses	2,1	2,2

1. Total des dépenses d'exploitation excluent les valeurs non encaissables, les pertes en capital, les pertes extraordinaires, l'intérêt sur les emprunts et les autres montants qui ne sont pas de nature répétitive.

Note(s) : Les résultats présentés dans ce tableau sont pour les entreprises comprises dans la catégorie 541891 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Voir la section « Sources de données, définitions et méthodologie » à la fin des tableaux pour la définition des termes. Les données présentées dans ce tableau représentent la portion enquêtée seulement. La portion enquêtée exclut les plus petites entreprises (en termes de revenus gagnés). Ces entreprises ne comptent que pour une petite part du total des revenus de l'industrie et ne sont pas comprises dans les estimations de ce tableau.

Tableau 16
Dépenses en pourcentage du total des dépenses d'exploitation pour les autres services liés à la publicité,
Canada, 2010 à 2011

Dépenses de l'industrie	2010 ¹	2011 ^P
	pourcentage	
Total des dépenses d'exploitation ¹	100,0	100,0
Salaires, traitements et avantages sociaux	43,1	40,8
Commissions versées à des personnes autres que les employés	1,2	F
Frais pour des services professionnels et des services aux entreprises	1,8	3,6
Contrats de sous-traitance	7,5	7,2
Frais pour des services fournis par les sièges sociaux	x	x
Coût des biens vendus	28,3	27,9
Fournitures de bureau	1,1	1,2
Location et crédit-bail	2,5	2,7
Réparation et entretien	1,5	1,4
Assurances	F	F
Publicité, marketing et promotions	1,2	1,9
Frais de déplacement, de repas et de divertissement	1,7	2,2
Services publics et dépenses en télécommunications	1,4	1,2
Impôts fonciers et taxes d'affaires, licences et permis	x	x
Redevances, droits, contrats de licence et redevances de franchisage	F	x
Frais de livraison, d'entreposage, frais postaux et frais pour services de messagerie	F	F
Frais de services financiers	F	F
Amortissement et dépréciation des actifs corporels et incorporels	1,9	2,0
Créances irrécouvrables	F	F
Toutes les autres dépenses	3,2	3,3

1. Total des dépenses d'exploitation excluent les valeurs non encaissables, les pertes en capital, les pertes extraordinaires, l'intérêt sur les emprunts et les autres montants qui ne sont pas de nature répétitive.

Note(s) : Les résultats présentés dans ce tableau sont pour les entreprises comprises dans la catégorie 541899 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Voir la section « Sources de données, définitions et méthodologie » à la fin des tableaux pour la définition des termes. Les données présentées dans ce tableau représentent la portion enquêtée seulement. La portion enquêtée exclut les plus petites entreprises (en termes de revenus gagnés). Ces entreprises ne comptent que pour une petite part du total des revenus de l'industrie et ne sont pas comprises dans les estimations de ce tableau.

Tableau 17
Ventes selon le type de client pour l'industrie de la publicité et des services connexes, Canada, 2010 à 2011

	Publicité et services connexes	Agences de publicité	Services de relations publiques	Agences d'achat de médias et représentants de médias ¹	Publicité par affichage	Publipostage et services de distribution de matériel publicitaire ²	Distributeurs de publicité par l'objet	Tous les autres services liés à la publicité
	pourcentage							
2011 ^p								
Ventes aux entreprises	84,4	81,9	71,3	86,8	94,4	83,4	82,5	93,6
Ventes aux particuliers et ménages	F	F	x	x	x	F	2,4	F
Ventes aux administrations, organismes à but non lucratif et établissements publics	7,9	9,1	11,9	6,5	4,6	F	8,0	F
Ventes à l'extérieur du Canada (exportations)	F	F	x	x	x	5,7	7,0	3,4
Total des ventes aux clients	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
2010 ^r								
Ventes aux entreprises	84,0	80,7	71,3	80,3	92,9	89,1	79,6	93,5
Ventes aux particuliers et ménages	1,1	x	F	x	x	F	5,0	F
Ventes aux administrations, organismes à but non lucratif et établissements publics	7,2	8,8	11,6	7,0	5,1	F	10,0	F
Ventes à l'extérieur du Canada (exportations)	6,3	x	F	x	x	5,9	5,3	3,8
Total des ventes aux clients	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

1. Comprend les codes suivants du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) : 541830 et 541840.

2. Comprend les codes suivants du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) : 541860 et 541870.

Note(s) : Les résultats présentés dans ce tableau sont pour les entreprises comprises dans les catégories 5418, 541810, 541820, 541830 et 541840, 541850, 541860 et 541870, 541891, 541899 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Voir la section « Sources de données, définitions et méthodologie » à la fin des tableaux pour la définition des termes. Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre. Les données présentées dans ce tableau représentent la portion enquêtée seulement. La portion enquêtée exclut les plus petites entreprises (en termes de revenus gagnés). Ces entreprises ne comptent que pour une petite part du total des revenus de l'industrie et ne sont pas comprises dans les estimations de ce tableau.

Sources de données, définitions et méthodologie

Aperçu

Cette enquête sert à recueillir les données financières et opérationnelles nécessaires pour produire des statistiques sur l'industrie Services de préparation de voyages et de réservation au Canada.

Les données recueillies auprès des entreprises sont regroupées avec l'information provenant d'autres sources pour produire des estimations officielles de la production économique nationale et provinciale pour cette industrie.

Les estimations de l'enquête sont disponibles pour les entreprises, les gouvernements, les investisseurs, les associations et le public. Les données sont utilisées pour surveiller la croissance de l'industrie, mesurer les performances et faire des comparaisons avec d'autres sources de données afin de mieux comprendre cette industrie.

Population cible

La population cible est constituée de tous les établissements statistiques (parfois appelés entreprises ou unités) considérés comme faisant partie des Services de préparation de voyages (SCIAN 5615) selon le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) au cours de l'année de référence. Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale sont les Services de préparation de voyages et de réservation.

Échantillonnage

Il s'agit d'une enquête transversale par échantillon.

La base de sondage est la liste des établissements dont la partie admissible à l'échantillonnage est déterminée et fait l'objet d'un prélèvement. La base fournit des renseignements fondamentaux sur chaque entreprise, notamment : adresse, classification industrielle et renseignements provenant des sources de données administratives. La base de sondage est maintenue dans le Registre des entreprises de Statistique Canada et mise à jour à l'aide des données administratives.

L'objectif de l'enquête consiste principalement à produire des estimations pour l'ensemble de la branche d'activité — entreprises constituées et non constituées. Les estimations sont calculées à partir de deux sources de données : une enquête par sondage auprès des entreprises dont le revenu brut d'entreprise est supérieur ou égal à un certain seuil (nota : le seuil varie selon les enquêtes et parfois selon les industries et les provinces d'une même enquête) et pour lesquelles on peut utiliser les données d'enquête ou les données administratives; et les données administratives pour les entreprises dont le revenu est inférieur au seuil donné. En ce qui a trait aux données provenant des fichiers administratifs, il est à noter que seuls des renseignements financiers tels que les revenus, les dépenses, l'amortissement et les salaires, traitements et avantages sociaux peuvent être obtenus à partir de données administratives. Des caractéristiques détaillées ne peuvent être obtenues que pour les établissements participant à la collecte des données.

Avant le tirage d'un échantillon aléatoire, les établissements sont classés en groupes homogènes (c.-à-d. des groupes portant les mêmes codes SCIAN, se trouvant dans la même province ou le même territoire). Des exigences de qualité sont établies, puis chaque groupe est réparti en sous-groupes appelés strates : tirage complet, tirage obligatoire et tirage partiel.

La strate à tirage complet englobe les principales sociétés sur le plan du rendement sectoriel (selon les revenus). La strate à tirage obligatoire est constituée d'unités prélevées en fonction des caractéristiques d'une structure complexe (entreprises à plusieurs établissements, à plusieurs entités juridiques, ayant plusieurs codes SCIAN ou se trouvant dans plusieurs provinces). Toutes les unités des strates à tirage complet et à tirage obligatoire font partie de l'échantillon. Les unités appartenant aux strates à tirage partiel font l'objet d'un tirage aléatoire simple.

La taille réelle de l'échantillon de l'année de référence 2011 s'est établie à 1080 entités.

Définitions

- Le **revenu d'exploitation** exclut les revenus de placements, les gains en capital, les gains extraordinaires et les autres montants qui ne sont pas de nature répétitive.
- Les **dépenses d'exploitation** excluent les valeurs non encaissables, les pertes en capital, les pertes extraordinaires, l'intérêt sur les emprunts et les autres montants qui ne sont pas de nature répétitive.
- La **marge bénéficiaire d'exploitation** est calculée comme suit : le revenu d'exploitation moins les dépenses d'exploitation, le tout exprimé en pourcentage du revenu d'exploitation. Cette donnée dérivée ne comprend pas l'impôt sur le revenu des corporations payé par les entreprises constituées en société et l'impôt sur le revenu des particuliers payé par les entreprises non constituées en société. Pour les entreprises non constituées en société, la marge bénéficiaire d'exploitation comprend la rémunération non payée aux associés et aux propriétaires qui n'est pas enregistrée comme salaires, traitements et avantages sociaux. C'est pourquoi l'estimation des bénéfices sera plus élevée dans les industries où les entreprises non constituées en société sont les contributeurs importants.
- La catégorie **salaires, traitements et avantages sociaux** comprend les payes de vacances et les commissions de tous les employés pour qui un feuillet T4 a été rempli. Cette catégorie comprend aussi, entre autres, la part des avantages sociaux versée par l'employeur pour le Régime de pensions du Canada/Régime des rentes du Québec et les cotisations d'assurance-emploi. Les salaires et les traitements ne comprennent pas les dividendes versés aux propriétaires actifs et ne comprennent pas la rémunération des propriétaires des entreprises non constituées en société : c'est pourquoi le niveau relatif des salaires, traitements et avantages sociaux sera moins élevé dans les industries où les entreprises non constituées en société sont des contributeurs importants.

- Un **établissement statistique** actif est l'entité de production ou le plus petit groupe d'entités de production qui produit un ensemble de biens et/ou de services homogènes, dont les activités ne débordent pas les frontières provinciales et qui est en mesure de fournir des données sur la valeur de la production ainsi que le coût des principaux produits intermédiaires utilisés et sur le coût et l'importance de la main-d'oeuvre affectée à la production.

Évaluation de la qualité

Avant d'être diffusés, les résultats combinés de l'enquête sont analysés pour la qualité globale; en général, cette opération consiste à examiner en détail les réponses individuelles (surtout celles des grandes sociétés), à revoir la conjoncture générale et les tendances historiques et enfin à comparer ces résultats à d'autres sources de données.

Contrôle de la divulgation

La Loi interdit à Statistique Canada de rendre publique toute donnée susceptible de révéler de l'information obtenue en vertu de la Loi sur la statistique et se rapportant à toute personne, entreprise ou organisation reconnaissable sans que cette personne, entreprise ou organisation le sache ou y consente par écrit. Diverses règles de confidentialité s'appliquent à toutes les données diffusées ou publiées afin d'empêcher la publication ou la divulgation de toute information jugée confidentielle. Au besoin, des données sont supprimées pour empêcher la divulgation directe ou par recoupement de données reconnaissables.

Exactitude des données

Des unités échantillonnées qui ont contribué aux estimations finales, le taux de réponse pondéré était de 85,6 %.

Produits connexes

Choisis parmi les tableaux de CANSIM de Statistique Canada

360-0003	Services de publicité et services connexes, statistiques sommaires, selon le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), annuel (640 séries)
360-0014	Services de publicité et services connexes, dépenses d'exploitation, selon le système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), annuel (pourcentage) (189 séries)
360-0015	Services de publicité et services connexes, ventes selon le type de client basé sur le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), annuel (pourcentage) (45 séries)

Enquête(s)

Définitions, source de données et méthodes : numéro d'enquête 2437 - Enquête annuelle sur les industries de services : publicité et services connexes

Date de parution : Janvier 2013

Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada :

.	indisponible pour toute période de référence
..	indisponible pour une période de référence précise
...	n'ayant pas lieu de figurer
0	zéro absolu ou valeur arrondie à zéro
0 ^s	valeur arrondie à 0 (zéro) là où il y a une distinction importante entre le zéro absolu et la valeur arrondie
P	provisoire
r	révisé
x	confidentiel en vertu des dispositions de la <i>Loi sur la statistique</i>
E	à utiliser avec prudence
F	trop peu fiable pour être publié
*	valeur significativement différente de l'estimation pour la catégorie de référence ($p < 0,05$)

Comment accéder à ce produit

Le produit n° 63-257-X au catalogue est disponible gratuitement sous format électronique. Pour obtenir un exemplaire, il suffit de visiter notre site Web à www.statcan.gc.ca et de parcourir par « Ressource clé » > « Publications ».

Périodicité : annuelle / ISSN 1916-9922

Pour obtenir des informations sur l'ensemble des données de Statistique Canada, veuillez composer le numéro national sans frais 1-800-263-1136.

This publication is also available in English.

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. © Ministre de l'Industrie, 2013.

Tous droits réservés. L'utilisation de la présente publication est assujettie aux modalités de l'entente de *licence ouverte de Statistique Canada* :

<http://www.statcan.gc.ca/reference/copyright-droit-auteur-fra.htm>

Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois. À cet égard, notre organisme s'est doté de *normes de service à la clientèle* que les employés observent.

Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec Statistique Canada au numéro sans frais 1-800-263-1136. Les normes de service sont aussi publiées sur le site www.statcan.gc.ca sous « À propos de nous » > « Notre organisme » > « Offrir des services aux Canadiens ».

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.