

Bulletin de service

Services de publicité et services connexes



2012

Faits saillants

- Les revenus d'exploitation des services de publicité et services connexes ont progressé de 2,9 % entre 2011 et 2012 pour atteindre 7,1 milliards de dollars. Les revenus d'exploitation ont augmenté dans toutes les provinces, sauf au Nouveau-Brunswick, où ils ont reculé. Les principales augmentations ont surtout été observées dans les provinces de l'Ouest.
- Parmi l'ensemble des industries, ce sont tous les autres services liés à la publicité (par exemple la peinture d'enseignes et la réalisation de vitrines) qui ont affiché la plus forte augmentation des revenus d'exploitation, ceux-ci s'étant accrus de 7,5 %. Venaient ensuite les agences d'achat de médias et représentants de médias (6,5 %). Toutes les industries des services de publicité et services connexes ont signalé une hausse des revenus d'exploitation.
- Les dépenses d'exploitation ont augmenté de 3,3 % pour se fixer à 6,4 milliards de dollars en 2012. Les salaires, traitements et avantages sociaux ont crû de 4,5 % pour atteindre 2,5 milliards de dollars et ont continué de représenter la principale composante des dépenses d'exploitation, leur part s'élevant à 41,0 %.
- La marge bénéficiaire d'exploitation des entreprises des services de publicité et services connexes est restée stable, s'étant fixée à 10,2 %. Parmi l'ensemble des provinces, c'est encore les entreprises de la Saskatchewan qui ont déclaré la marge bénéficiaire d'exploitation la plus élevée, celle-ci s'étant établie à 19,4 %.
- Les entreprises de l'Ontario ont continué de générer la majorité des revenus d'exploitation de l'industrie, celles-ci ayant produit 57,7 % des revenus, suivies des entreprises du Québec (23,0 %) et de la Colombie-Britannique (8,5 %).
- En 2012, les agences de publicité ont encore réalisé la plus grande part des revenus d'exploitation de l'industrie (39,7 %). Les services de publipostage et de distribution de matériel publicitaire venaient ensuite (12,7 %), suivis de la publicité par affichage (12,1 %), de tous les autres services liés à la publicité (10,8 %), des distributeurs de publicité par l'objet (10,3 %), et des services de relations publiques (7,9 %). Les agences d'achat de médias et représentants de médias (6,4 %) représentaient la plus faible part des revenus d'exploitation.

Tableaux statistiques

Tableau 1

Statistiques sommaires pour l'industrie de la publicité et des services connexes, provinces et territoires, 2010 à 2012

	Revenu d'exploitation	Dépenses d'exploitation	Salaires, traitements et avantages sociaux	Marge bénéficiaire d'exploitation
	millions de dollars			pourcentage
2012 P				
Terre-Neuve-et-Labrador	28,4	26,2	10,9	7,8
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	65,8	56,3	26,2	14,4
Nouveau-Brunswick	21,8	20,0	7,6	8,4
Québec	1 641,9	1 457,1	556,6	11,3
Ontario	4 112,9	3 735,7	1 534,2	9,2
Manitoba	97,1	89,1	30,7	8,2
Saskatchewan	75,5	60,8	21,8	19,4
Alberta	471,5	402,8	126,9	14,6
Colombie-Britannique	606,1	543,2	190,9	10,4
Canada 1	7 132,0	6 402,0	2 511,2	10,2
2011 r				
Terre-Neuve-et-Labrador	26,1	23,9	10,0	8,5
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	65,7	56,5	24,3	14,0
Nouveau-Brunswick	23,2	21,7	8,1	6,4
Québec	1 586,0	1 410,3	512,9	11,1
Ontario	4 053,8	3 661,2	1 511,6	9,7
Manitoba	83,0	74,9	25,2	9,8
Saskatchewan	68,2	55,2	19,6	19,0
Alberta	441,3	376,7	118,2	14,6
Colombie-Britannique	575,0	505,8	167,9	12,0
Canada 1	6 932,9	6 195,6	2 402,4	10,6
2010 r				
Terre-Neuve-et-Labrador	27,9	26,5	11,6	5,0
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	65,6	55,8	24,1	15,0
Nouveau-Brunswick	27,8	24,9	10,2	10,3
Québec	1 536,0	1 365,8	498,1	11,1
Ontario	4 013,4	3 639,1	1 428,6	9,3
Manitoba	74,7	65,2	20,3	12,7
Saskatchewan	64,2	52,2	19,4	18,7
Alberta	393,5	335,1	111,4	14,9
Colombie-Britannique	565,7	480,5	166,1	15,1
Canada 1	6 778,4	6 053,8	2 293,9	10,7

1. Canada inclut toutes les provinces et les territoires, cependant, les données pour les territoires ne sont pas publiées afin de protéger la confidentialité des répondants à l'enquête. 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. Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre. L'échelonnement pourrait également avoir une incidence sur le calcul des ratios.

Tableau 2
Statistiques sommaires pour les agences de publicité, provinces et territoires, 2010 à 2012

	Revenu d'exploitation	Dépenses d'exploitation	Salaires, traitements et avantages sociaux	Marge bénéficiaire d'exploitation
	millions de dollars			pourcentage
2012 ^p				
Terre-Neuve-et-Labrador	16,0	14,5	7,0	9,5
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	26,5	24,4	13,7	8,0
Nouveau-Brunswick	7,4	7,2	3,8	2,8
Québec	698,2	616,5	307,5	11,7
Ontario	1 681,0	1 432,4	790,4	14,8
Manitoba	38,5	37,1	18,7	3,5
Saskatchewan	24,3	19,1	11,0	21,4
Alberta	123,5	106,3	52,1	14,0
Colombie-Britannique	210,6	191,4	85,1	9,1
Canada ¹	2 833,1	2 456,0	1 293,5	13,3
2011 ^r				
Terre-Neuve-et-Labrador	15,2	13,9	6,7	8,7
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	27,6	24,7	11,5	10,4
Nouveau-Brunswick	9,0	8,4	4,1	6,0
Québec	679,4	607,5	272,6	10,6
Ontario	1 668,6	1 459,1	781,4	12,6
Manitoba	28,9	26,9	13,2	6,9
Saskatchewan	23,5	17,9	10,7	23,7
Alberta	128,4	112,5	49,4	12,4
Colombie-Britannique	203,2	183,2	75,3	9,8
Canada ¹	2 790,1	2 460,0	1 228,3	11,8
2010 ^r				
Terre-Neuve-et-Labrador	17,2	16,1	8,3	6,6
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	32,4	27,6	14,2	14,7
Nouveau-Brunswick	11,4	10,3	5,7	9,4
Québec	633,4	567,6	258,4	10,4
Ontario	1 644,8	1 474,0	727,4	10,4
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
Canada ¹	2 709,1	2 411,2	1 160,5	11,0

1. Canada inclut toutes les provinces et les territoires, cependant, les données pour les territoires ne sont pas publiées afin de protéger la confidentialité des répondants à l'enquête. 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. Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre. L'échelonnage pourrait également avoir une incidence sur le calcul des ratios.

Tableau 3
Statistiques sommaires pour les services de relations publiques, provinces et territoires, 2010 à 2012

	Revenu d'exploitation	Dépenses d'exploitation	Salaires, traitements et avantages sociaux	Marge bénéficiaire d'exploitation
	millions de dollars			pourcentage
2012 p				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	7,1	5,4	3,2	23,2
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	110,3	89,5	43,0	18,8
Ontario	337,1	288,2	150,3	14,5
Manitoba	x	x	x	x
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	31,3	25,3	12,0	19,1
Colombie-Britannique	63,3	54,1	24,2	14,6
Canada¹	562,2	473,7	237,5	15,7
2011 r				
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	100,6	84,5	40,2	16,0
Ontario	325,2	280,7	151,2	13,7
Manitoba	x	x	x	x
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	29,3	22,8	10,9	22,0
Colombie-Britannique	65,7	55,1	22,5	16,3
Canada¹	540,7	459,7	232,7	15,0
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
Canada¹	526,3	452,8	235,5	14,0

1. Canada inclut toutes les provinces et les territoires, cependant, les données pour les territoires ne sont pas publiées afin de protéger la confidentialité des répondants à l'enquête. 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. Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre. L'échelonnage pourrait également avoir une incidence sur le calcul des ratios.

Tableau 4
Statistiques sommaires pour les agences d'achat de médias et représentants de médias, provinces et territoires, 2010 à 2012

	Revenu d'exploitation	Dépenses d'exploitation	Salaires, traitements et avantages sociaux	Marge bénéficiaire d'exploitation
	millions de dollars			pourcentage
2012 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	107,2	88,8	41,5	17,1
Ontario	293,7	240,3	128,5	18,2
Manitoba	x	x	x	x
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	10,4	8,6	4,0	16,9
Colombie-Britannique	37,7	34,1	16,3	9,6
Canada 1	458,6	379,4	192,6	17,3
2011 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	86,8	74,5	35,6	14,2
Ontario	289,6	233,4	123,9	19,4
Manitoba	x	x	x	x
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	9,5	8,5	3,9	10,9
Colombie-Britannique	35,6	33,7	15,0	5,3
Canada 1	430,7	357,4	180,7	17,0
2010 r				
Terre-Neuve-et-Labrador
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
Canada 1	421,3	354,5	157,6	15,9

1. Canada inclut toutes les provinces et les territoires, cependant, les données pour les territoires ne sont pas publiées afin de protéger la confidentialité des répondants à l'enquête. 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. Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre. L'échelonnage pourrait également avoir une incidence sur le calcul des ratios.

Tableau 5
Statistiques sommaires pour les services de publicité par affichage, provinces et territoires, 2010 à 2012

	Revenu d'exploitation	Dépenses d'exploitation	Salaires, traitements et avantages sociaux	Marge bénéficiaire d'exploitation
	millions de dollars			pourcentage
2012 p				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	12,3	9,2	1,5	24,9
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	177,2	164,9	42,6	6,9
Ontario	448,4	468,1	99,6	-4,4
Manitoba	17,7	13,8	2,6	22,4
Saskatchewan	19,0	13,1	2,5	31,2
Alberta	105,2	80,0	15,4	23,9
Colombie-Britannique	80,5	62,9	10,7	21,8
Canada¹	862,9	814,2	175,7	5,6
2011 r				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	10,4	8,3	1,5	19,8
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	182,4	157,4	40,6	13,7
Ontario	454,7	443,1	98,1	2,6
Manitoba	15,9	13,5	3,4	15,5
Saskatchewan	16,6	12,3	1,9	26,1
Alberta	98,8	73,2	15,4	26,0
Colombie-Britannique	72,1	57,4	9,9	20,3
Canada¹	853,9	767,7	171,6	10,1
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
Canada¹	885,0	777,8	167,2	12,1

1. Canada inclut toutes les provinces et les territoires, cependant, les données pour les territoires ne sont pas publiées afin de protéger la confidentialité des répondants à l'enquête. 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. Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre. L'échelonnage pourrait également avoir une incidence sur le calcul des ratios.

Tableau 6
Statistiques sommaires pour les services de publi-postage et les services de distribution de matériel publicitaire, provinces et territoires, 2010 à 2012

	Revenu d'exploitation	Dépenses d'exploitation	Salaires, traitements et avantages sociaux	Marge bénéficiaire d'exploitation
	millions de dollars			pourcentage
2012 p				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	7,3	6,5	2,6	10,6
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	292,5	262,9	54,6	10,1
Ontario	471,1	474,2	113,0	-0,7
Manitoba	6,5	7,6	2,5	-15,8
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	42,5	41,7	9,7	1,9
Colombie-Britannique	72,8	75,2	22,3	-3,3
Canada 1	907,4	881,9	209,3	2,8
2011 r				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	6,4	6,1	2,2	5,5
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	286,8	253,5	53,8	11,6
Ontario	468,6	438,9	103,8	6,3
Manitoba	5,7	5,7	2,1	-1,2
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	39,0	34,4	7,7	11,7
Colombie-Britannique	59,3	54,0	17,7	8,8
Canada 1	879,7	805,7	191,3	8,4
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
Canada 1	834,7	749,2	182,8	10,2

1. Canada inclut toutes les provinces et les territoires, cependant, les données pour les territoires ne sont pas publiées afin de protéger la confidentialité des répondants à l'enquête. 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. Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre. L'échelonnage pourrait également avoir une incidence sur le calcul des ratios.

Tableau 7
Statistiques sommaires pour les distributeurs de publicité par l'objet, provinces et territoires, 2010 à 2012

	Revenu d'exploitation	Dépenses d'exploitation	Salaires, traitements et avantages sociaux	Marge bénéficiaire d'exploitation
	millions de dollars			pourcentage
2012 p				
Terre-Neuve-et-Labrador	7,0	6,8	1,6	3,0
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	x	x	x	x
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	102,3	97,6	17,6	4,6
Ontario	387,8	376,8	79,6	2,8
Manitoba	21,8	20,3	3,7	7,1
Saskatchewan	16,1	14,5	2,8	9,6
Alberta	102,4	96,1	17,2	6,1
Colombie-Britannique	93,6	85,9	20,3	8,3
Canada¹	737,3	703,9	143,6	4,5
2011 r				
Terre-Neuve-et-Labrador	6,2	6,0	1,3	4,2
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	x	x	x	x
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	102,4	99,7	17,6	2,6
Ontario	382,5	373,7	79,2	2,3
Manitoba	21,6	19,8	4,0	8,6
Saskatchewan	14,2	12,9	2,4	9,2
Alberta	88,5	82,8	16,6	6,5
Colombie-Britannique	99,5	90,3	17,8	9,2
Canada¹	720,8	690,4	139,6	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	x	x	x	x
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
Canada¹	705,0	679,9	129,9	3,6

1. Canada inclut toutes les provinces et les territoires, cependant, les données pour les territoires ne sont pas publiées afin de protéger la confidentialité des répondants à l'enquête. 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. Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre. L'échelonnage pourrait également avoir une incidence sur le calcul des ratios.

Tableau 8
Statistiques sommaires pour tous les autres services liés à la publicité, provinces et territoires, 2010 à 2012

	Revenu d'exploitation	Dépenses d'exploitation	Salaires, traitements et avantages sociaux	Marge bénéficiaire d'exploitation
	millions de dollars			pourcentage
2012 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	154,3	136,9	49,8	11,2
Ontario	493,7	455,8	172,9	7,7
Manitoba	x	x	x	x
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	56,2	44,7	16,5	20,4
Colombie-Britannique	47,5	39,6	12,1	16,6
Canada¹	770,6	692,9	259,1	10,1
2011 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	147,5	133,1	52,5	9,8
Ontario	464,7	432,5	173,9	6,9
Manitoba	x	x	x	x
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	47,8	42,6	14,2	10,9
Colombie-Britannique	39,6	32,0	9,7	19,3
Canada¹	716,9	654,8	258,1	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
Canada¹	696,9	628,4	260,4	9,8

1. Canada inclut toutes les provinces et les territoires, cependant, les données pour les territoires ne sont pas publiées afin de protéger la confidentialité des répondants à l'enquête. 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. Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre. L'échelonnage pourrait également avoir une incidence sur le calcul des ratios.

Tableau 9
Dépenses en pourcentage du total des dépenses d'exploitation pour l'industrie de la publicité et des services connexes, Canada, 2011 et 2012

	2011 ^f	2012 ^p
	pourcentage	
Salaires, traitements et avantages sociaux	40,7	41,0
Commissions versées à des personnes autres que les employés	1,3	1,2
Frais pour des services professionnels et des services aux entreprises	3,4	3,5
Contrats de sous-traitance	8,7	9,3
Frais pour des services fournis par les sièges sociaux	F	F
Coût des biens vendus	18,5	18,7
Fournitures de bureau	1,5	1,4
Location et crédit-bail	5,7	5,6
Réparation et entretien	2,6	2,4
Assurances	F	F
Publicité, marketing et promotions	1,6	1,5
Frais de déplacement, de repas et de divertissement	1,9	2,0
Services publics et dépenses en télécommunications	1,6	1,6
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	2,9	2,9
Créances irrécouvrables	F	F
Toutes les autres dépenses	5,0	4,3
Total des dépenses d'exploitation¹	100,0	100,0

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). 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. 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. L'échelonnage pourrait également avoir une incidence sur le calcul des ratios.

Tableau 10

Dépenses en pourcentage du total des dépenses d'exploitation pour les agences de publicité, Canada, 2011 et 2012

	2011 ^r	2012 ^p
	pourcentage	
Salaires, traitements et avantages sociaux	54,7	57,1
Commissions versées à des personnes autres que les employés	F	F
Frais pour des services professionnels et des services aux entreprises	4,7	4,5
Contrats de sous-traitance	7,1	8,3
Frais pour des services fournis par les sièges sociaux	F	F
Coût des biens vendus	4,3	2,9
Fournitures de bureau	1,9	1,8
Location et crédit-bail	4,5	5,1
Réparation et entretien	3,3	2,8
Assurances	F	F
Publicité, marketing et promotions	1,7	1,6
Frais de déplacement, de repas et de divertissement	2,3	2,4
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	1,9	2,2
Créances irrécouvrables	F	F
Toutes les autres dépenses	7,2	5,4
Total des dépenses d'exploitation¹	100,0	100,0

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 541810 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). 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. 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. L'échelonnement pourrait également avoir une incidence sur le calcul des ratios.

Tableau 11
Dépenses en pourcentage du total des dépenses d'exploitation pour les services de relations publiques,
Canada, 2011 et 2012

	2011 ^f	2012 ^p
	pourcentage	
Salaires, traitements et avantages sociaux	52,6	52,3
Commissions versées à des personnes autres que les employés	x	x
Frais pour des services professionnels et des services aux entreprises	4,2	3,9
Contrats de sous-traitance	6,0	6,4
Frais pour des services fournis par les sièges sociaux	x	F
Coût des biens vendus	8,3	9,0
Fournitures de bureau	1,8	1,8
Location et crédit-bail	5,7	5,5
Réparation et entretien	2,2	1,8
Assurances	F	F
Publicité, marketing et promotions	1,6	1,5
Frais de déplacement, de repas et de divertissement	3,3	3,3
Services publics et dépenses en télécommunications	1,7	1,6
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	x	x
Frais de services financiers	F	F
Amortissement et dépréciation des actifs corporels et incorporels	1,7	1,6
Créances irrécouvrables	F	F
Toutes les autres dépenses	7,5	8,0
Total des dépenses d'exploitation¹	100,0	100,0

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 541820 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). 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. 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. L'échelonnage pourrait également avoir une incidence sur le calcul des ratios.

Tableau 12

Dépenses en pourcentage du total des dépenses d'exploitation pour les agences d'achat de médias et représentants de médias, Canada, 2011 et 2012

	2011 ^f	2012 ^p
	pourcentage	
Salaires, traitements et avantages sociaux	60,1	59,2
Commissions versées à des personnes autres que les employés	x	x
Frais pour des services professionnels et des services aux entreprises	6,4	7,6
Contrats de sous-traitance	2,8	4,0
Frais pour des services fournis par les sièges sociaux	2,3	F
Coût des biens vendus	F	F
Fournitures de bureau	1,8	1,8
Location et crédit-bail	5,1	5,0
Réparation et entretien	3,2	4,0
Assurances	F	F
Publicité, marketing et promotions	2,7	1,4
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	x
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	F	F
Amortissement et dépréciation des actifs corporels et incorporels	3,7	3,4
Créances irrécouvrables	x	F
Toutes les autres dépenses	5,2	4,6
Total des dépenses d'exploitation¹	100,0	100,0

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 les catégories 541830 et 541840 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). 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. 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. L'échelonnage pourrait également avoir une incidence sur le calcul des ratios.

Tableau 13
Dépenses en pourcentage du total des dépenses d'exploitation pour les services de publicité par affichage,
Canada, 2011 et 2012

	2011 ^f	2012 ^p
	pourcentage	
Salaires, traitements et avantages sociaux	21,9	21,5
Commissions versées à des personnes autres que les employés	3,0	2,1
Frais pour des services professionnels et des services aux entreprises	1,6	1,8
Contrats de sous-traitance	4,8	6,0
Frais pour des services fournis par les sièges sociaux	F	x
Coût des biens vendus	23,2	24,3
Fournitures de bureau	F	F
Location et crédit-bail	17,3	15,0
Réparation et entretien	3,4	4,3
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	1,9	1,8
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	F	F
Amortissement et dépréciation des actifs corporels et incorporels	9,4	9,1
Créances irrécouvrables	x	F
Toutes les autres dépenses	3,4	3,8
Total des dépenses d'exploitation¹	100,0	100,0

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 541850 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). 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. 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. L'échelonnage pourrait également avoir une incidence sur le calcul des ratios.

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, 2011 et 2012

	2011 ^r	2012 ^p
	pourcentage	
Salaires, traitements et avantages sociaux	23,8	23,8
Commissions versées à des personnes autres que les employés	F	F
Frais pour des services professionnels et des services aux entreprises	1,6	2,1
Contrats de sous-traitance	28,0	27,1
Frais pour des services fournis par les sièges sociaux	x	F
Coût des biens vendus	23,7	24,7
Fournitures de bureau	x	F
Location et crédit-bail	3,6	3,6
Réparation et entretien	2,0	1,4
Assurances	F	F
Publicité, marketing et promotions	F	F
Frais de déplacement, de repas et de divertissement	1,2	1,3
Services publics et dépenses en télécommunications	1,0	1,0
Impôts fonciers et taxes d'affaires, licences et permis	F	x
Redevances, droits, contrats de licence et redevances de franchisage	x	x
Frais de livraison, d'entreposage, frais postaux et frais pour services de messagerie	4,5	4,5
Frais de services financiers	F	F
Amortissement et dépréciation des actifs corporels et incorporels	2,4	1,8
Créances irrécouvrables	F	F
Toutes les autres dépenses	2,7	2,4
Total des dépenses d'exploitation¹	100,0	100,0

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 les catégories 541860 et 541870 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). 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. 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. L'échelonnage pourrait également avoir une incidence sur le calcul des ratios.

Tableau 15
Dépenses en pourcentage du total des dépenses d'exploitation pour les distributeurs de publicité par l'objet,
Canada, 2011 et 2012

	2011 ^f	2012 ^p
	pourcentage	
Salaires, traitements et avantages sociaux	20,8	20,6
Commissions versées à des personnes autres que les employés	2,9	2,7
Frais pour des services professionnels et des services aux entreprises	1,4	1,7
Contrats de sous-traitance	F	F
Frais pour des services fournis par les sièges sociaux	x	x
Coût des biens vendus	57,8	58,5
Fournitures de bureau	1,4	1,3
Location et crédit-bail	2,4	2,2
Réparation et entretien	1,2	1,2
Assurances	F	F
Publicité, marketing et promotions	1,6	1,6
Frais de déplacement, de repas et de divertissement	1,1	1,0
Services publics et dépenses en télécommunications	2,6	2,7
Impôts fonciers et taxes d'affaires, licences et permis	x	x
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	F	F
Amortissement et dépréciation des actifs corporels et incorporels	1,1	1,2
Créances irrécouvrables	F	x
Toutes les autres dépenses	2,2	2,3
Total des dépenses d'exploitation¹	100,0	100,0

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 541891 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). 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. 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. L'échelonnage pourrait également avoir une incidence sur le calcul des ratios.

Tableau 16

Dépenses en pourcentage du total des dépenses d'exploitation pour tous les autres services liés à la publicité, Canada, 2011 et 2012

	2011 ^f	2012 ^p
	pourcentage	
Salaires, traitements et avantages sociaux	40,7	39,0
Commissions versées à des personnes autres que les employés	F	F
Frais pour des services professionnels et des services aux entreprises	3,6	3,7
Contrats de sous-traitance	7,2	6,5
Frais pour des services fournis par les sièges sociaux	x	x
Coût des biens vendus	28,1	29,8
Fournitures de bureau	1,2	1,3
Location et crédit-bail	2,6	3,0
Réparation et entretien	1,3	1,5
Assurances	F	F
Publicité, marketing et promotions	1,9	1,8
Frais de déplacement, de repas et de divertissement	2,2	2,2
Services publics et dépenses en télécommunications	1,2	1,1
Impôts fonciers et taxes d'affaires, licences et permis	x	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	F	F
Amortissement et dépréciation des actifs corporels et incorporels	2,0	2,0
Créances irrécouvrables	F	x
Toutes les autres dépenses	3,3	3,3
Total des dépenses d'exploitation¹	100,0	100,0

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 541899 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). 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. 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. L'échelonnage pourrait également avoir une incidence sur le calcul des ratios.

Tableau 17
Ventes selon le type de client pour l'industrie de la publicité et des services connexes, Canada, 2011 et 2012

	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							
2012 ^p								
Ventes aux entreprises	85,3	85,1	71,3	85,8	93,3	83,7	81,2	93,0
Ventes aux particuliers et ménages	1,0	F	F	x	x	x	3,0	F
Ventes aux administrations, organismes à but non lucratif et établissements publics	7,3	6,9	12,8	6,1	5,2	F	10,2	F
Ventes à l'extérieur du Canada (exportations)	6,4	F	F	x	x	x	5,6	3,8
Total des ventes aux clients	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
2011 ^r								
Ventes aux entreprises	84,8	82,5	71,5	87,1	94,4	84,3	82,4	93,6
Ventes aux particuliers et ménages	F	F	x	x	x	F	2,5	F
Ventes aux administrations, organismes à but non lucratif et établissements publics	7,9	9,4	11,7	6,4	4,6	F	8,0	F
Ventes à l'extérieur du Canada (exportations)	F	F	x	x	x	5,3	7,1	3,3
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). 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. 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. L'échelonnage pourrait également avoir une incidence sur le calcul des ratios.

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 de publicité et services connexes 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 de l'industrie de publicité et services connexes (SCIAN 5418) 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 est publicité et services connexes.

Échantillonnage

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 peuvent être obtenus d'autres sources telles que les revenus, les dépenses, l'amortissement et les salaires, traitements et avantages sociaux. 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 2012 s'est établie à 1092 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 lesquels 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 divulguer toute information recueillie qui pourrait dévoiler l'identité d'une personne, d'une entreprise ou d'un organisme sans leur permission ou sans en être autorisé par la loi. 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 80,9 %. Les CV ont été calculés pour chaque estimation produite. On peut obtenir ces CV sur demande.

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)

Date de parution : Janvier 2014

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, 2014.

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.