

# Bulletin de service

## Services de publicité et services connexes



2008

### Faits saillants

- Les revenus d'exploitation de l'industrie de la publicité et des services connexes ont augmenté de 3,0 % en 2008 pour atteindre presque 6,7 milliards de dollars.
- Comme pour les années précédentes, les entreprises de l'Ontario ont généré la majorité (57,0 %) des revenus d'exploitation de l'industrie, suivies des entreprises du Québec (22,5 %) et de la Colombie-Britannique (9,3 %). En revanche, seulement 1,0 % des revenus de l'industrie proviennent des agences de publicité de la Saskatchewan.
- Le secteur des entreprises est demeuré le principal client de l'industrie de la publicité, représentant 85,1 % des ventes.
- La marge bénéficiaire d'exploitation globale de l'industrie au Canada était de 10,1 %. En 2008, la marge bénéficiaire d'exploitation la plus élevée a été observée pour les entreprises de la Saskatchewan (18,6 %), tandis que la plus faible a été enregistrée à Terre-Neuve-et-Labrador (3,6 %).
- Les dépenses d'exploitation ont atteint près de 6,0 milliards de dollars, en hausse de 2,7 % par rapport à 2007.
- Les salaires, traitements et avantages sociaux versés par l'industrie de la publicité ont augmenté de 3,1 % par rapport à 2007, représentant 38,8 % de toutes les dépenses d'exploitation de l'industrie. Cette proportion ressemble à celle de l'année précédente.
- Parmi les différents types de services de publicité, les agences de publicité ont continué de produire la portion la plus élevée des revenus d'exploitation totaux de l'industrie (42,2 %), suivies des distributeurs de publicité par l'objet (12,8 %) et des services de publicité par affichage (12,1 %). Les services de publipostage ont contribué le moins aux revenus d'exploitation (4,8%).
- En 2008, la croissance des revenus a été la plus prononcée chez les fournisseurs de services de distribution de matériel publicitaire (7,3 %) et les services de publicité par affichage (5,9 %). En revanche, les revenus des services de publipostage ont diminué (-3,2 %).
- Les services de distribution de matériel publicitaire ont affiché la plus forte hausse des dépenses d'exploitation, soit 10,4 % par rapport à 2007.
- Les marges bénéficiaires d'exploitation les plus élevées ont été enregistrées pour les agences de publicité (12,1 %) et tous les autres services liés à la publicité (11,7 %), alors que les marges bénéficiaires les plus faibles ont été observées pour les services de publipostage (2,3 %) et les distributeurs de publicité par l'objet (3,3 %).



**Note :** Cette enquête vise les établissements considérés comme faisant partie du secteur des services de publicité et des services connexes (catégorie 5418 définie par le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord [SCIAN]) au cours de l'année de référence. Ce secteur ne comprend pas les ventes de publicité effectuées par les journaux, les magazines, la radio, la télévision ou Internet, ce qui explique la majeure partie de la différence entre les résultats de cette enquête et le montant total des dépenses liées à la publicité au Canada.

## Tableaux statistiques

Tableau 1

Statistiques sommaires pour l'industrie de la publicité et services connexes, par provinces et territoires, 2006 à 2008

	Revenus d'exploitation	Dépenses d'exploitation	Salaires, traitements et avantages sociaux	Marge bénéficiaire d'exploitation
	millions de dollars			pourcentage
2008 <sup>p</sup>				
Terre-Neuve-et-Labrador	34,4	33,2	15,0	3,6
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	66,8	61,7	25,7	7,7
Nouveau-Brunswick	30,5	26,7	12,9	12,5
Québec	1 496,1	1 337,0	484,5	10,6
Ontario	3 788,8	3 458,4	1 410,4	8,7
Manitoba	87,1	77,6	27,6	10,9
Saskatchewan	65,2	53,1	19,1	18,6
Alberta	451,1	379,9	123,5	15,8
Colombie-Britannique	620,2	538,7	194,4	13,1
Territoires <sup>1</sup>	x	x	x	x
<b>Canada</b>	<b>6 650,0</b>	<b>5 975,0</b>	<b>2 316,6</b>	<b>10,1</b>
2007 <sup>r</sup>				
Terre-Neuve-et-Labrador	35,1	31,4	14,2	10,4
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	60,2	52,0	21,4	13,5
Nouveau-Brunswick	34,2	30,7	12,8	10,2
Québec	1 454,0	1 266,5	463,0	12,9
Ontario	3 716,9	3 422,0	1 382,2	7,9
Manitoba	82,1	71,1	23,5	13,3
Saskatchewan	61,1	53,2	21,4	12,9
Alberta	424,8	360,6	120,0	15,1
Colombie-Britannique	580,5	523,4	187,3	9,8
Territoires <sup>1</sup>	x	x	x	x
<b>Canada</b>	<b>6 454,4</b>	<b>5 815,4</b>	<b>2 247,4</b>	<b>9,9</b>
2006 <sup>r</sup>				
Terre-Neuve-et-Labrador	31,9	30,4	15,2	4,8
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	55,4	48,7	20,2	12,0
Nouveau-Brunswick	25,4	22,8	10,5	10,2
Québec	1 406,5	1 279,8	460,9	9,0
Ontario	3 615,8	3 287,1	1 293,5	9,1
Manitoba	76,4	65,7	21,0	14,1
Saskatchewan	53,5	46,7	16,0	12,7
Alberta	385,1	330,9	112,5	14,1
Colombie-Britannique	538,4	484,0	157,0	10,1
Territoires <sup>1</sup>	x	x	x	x
<b>Canada</b>	<b>6 192,6</b>	<b>5 599,5</b>	<b>2 108,3</b>	<b>9,6</b>

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

**Note(s)** : Les estimations pour l'année la plus récente sont préliminaires. Ces données préliminaires sont sujettes à être révisées. Les données pour 2006 et 2007 ont été révisées. 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 « Source 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 plus petites firmes, en termes de revenu, ne sont pas incluses dans les estimés. Ces firmes représentent une portion relativement petite des revenus totaux de l'industrie. Avec la publication des données annuelles de 2006, la méthodologie employée pour produire les données a été modifiée pour augmenter la qualité de ces évaluations. En conséquence, les données pour 2006 et les années suivantes, ne sont pas comparables aux données publiées avant 2006.

**Tableau 2**  
**Statistiques sommaires pour les agences de publicité, par provinces et territoires, 2006 à 2008**

	Revenus d'exploitation	Dépenses d'exploitation	Salaires, traitements et avantages sociaux	Marge bénéficiaire d'exploitation
	millions de dollars			pourcentage
2008 <sup>p</sup>				
Terre-Neuve-et-Labrador	23,1	22,1	12,2	4,3
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	34,1	31,6	15,8	7,3
Nouveau-Brunswick	15,8	13,8	7,8	12,5
Québec	633,4	550,9	239,6	13,0
Ontario	1 686,4	1 487,0	779,6	11,8
Manitoba	34,3	32,1	15,6	6,5
Saskatchewan	24,0	16,9	10,2	29,8
Alberta	128,7	113,2	56,8	12,1
Colombie-Britannique	219,3	191,5	93,1	12,7
Territoires <sup>1</sup>	x	x	x	x
<b>Canada</b>	<b>2 806,4</b>	<b>2 465,9</b>	<b>1 233,3</b>	<b>12,1</b>
2007 <sup>r</sup>				
Terre-Neuve-et-Labrador	26,7	23,3	11,7	12,5
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	29,5	25,9	13,4	12,2
Nouveau-Brunswick	20,7	18,9	8,6	8,6
Québec	630,8	546,0	248,1	13,4
Ontario	1 649,2	1 504,0	748,7	8,8
Manitoba	28,0	22,9	10,9	18,1
Saskatchewan	25,1	21,4	13,2	14,7
Alberta	120,0	105,7	57,4	11,9
Colombie-Britannique	180,5	166,0	92,3	8,0
Territoires <sup>1</sup>	x	x	x	x
<b>Canada</b>	<b>2 713,4</b>	<b>2 436,5</b>	<b>1 205,2</b>	<b>10,2</b>
2006 <sup>r</sup>				
Terre-Neuve-et-Labrador	23,1	22,3	12,6	3,8
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	26,9	23,1	12,3	14,1
Nouveau-Brunswick	14,8	13,4	6,5	9,8
Québec	584,7	529,3	240,0	9,5
Ontario	1 606,5	1 410,6	684,7	12,2
Manitoba	21,2	19,2	8,7	9,5
Saskatchewan	21,1	17,9	9,1	15,1
Alberta	116,3	100,8	51,1	13,4
Colombie-Britannique	166,9	150,6	69,0	9,8
Territoires <sup>1</sup>	x	x	x	x
<b>Canada</b>	<b>2 584,2</b>	<b>2 289,4</b>	<b>1 095,1</b>	<b>11,4</b>

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

**Note(s) :** Les estimations pour l'année la plus récente sont préliminaires. Ces données préliminaires sont sujettes à être révisées. Les données pour 2006 et 2007 ont été révisées. 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 « Source 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 plus petites firmes, en termes de revenu, ne sont pas incluses dans les estimés. Ces firmes représentent une portion relativement petite des revenus totaux de l'industrie. Avec la publication des données annuelles de 2006, la méthodologie employée pour produire les données a été modifiée pour augmenter la qualité de ces évaluations. En conséquence, les données pour 2006 et les années suivantes, ne sont pas comparables aux données publiées avant 2006.

**Tableau 3**  
**Statistiques sommaires pour les services de relations publiques, par provinces et territoires, 2006 à 2008**

	Revenus d'exploitation	Dépenses d'exploitation	Salaires, traitements et avantages sociaux	Marge bénéficiaire d'exploitation
	millions de dollars			pourcentage
<b>2008 p</b>				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	5,2	4,2	2,0	20,5
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	84,9	79,1	33,5	6,8
Ontario	278,1	249,3	128,7	10,4
Manitoba	x	x	x	x
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	26,5	20,8	10,6	21,4
Colombie-Britannique	56,7	46,8	23,5	17,5
Territoires <sup>1</sup>	x	x	x	x
<b>Canada</b>	<b>462,3</b>	<b>409,3</b>	<b>202,8</b>	<b>11,5</b>
<b>2007 r</b>				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	4,7	3,9	2,1	16,7
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	81,2	70,0	28,9	13,8
Ontario	265,3	238,9	122,1	10,0
Manitoba	2,5	2,1	0,8	14,9
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	20,0	16,5	8,8	17,5
Colombie-Britannique	60,4	54,3	24,6	10,1
Territoires <sup>1</sup>	x	x	x	x
<b>Canada</b>	<b>441,0</b>	<b>392,0</b>	<b>190,3</b>	<b>11,1</b>
<b>2006 r</b>				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	..	..	..	..
Nouvelle-Écosse	4,5	4,1	2,4	8,6
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	85,6	73,7	34,3	13,9
Ontario	229,4	200,9	103,8	12,4
Manitoba	2,9	3,0	1,6	-2,5
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	21,9	16,8	8,9	23,3
Colombie-Britannique	55,4	48,1	20,2	13,2
Territoires <sup>1</sup>	x	x	x	x
<b>Canada</b>	<b>406,0</b>	<b>352,1</b>	<b>173,9</b>	<b>13,3</b>

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

**Note(s) :** Les estimations pour l'année la plus récente sont préliminaires. Ces données préliminaires sont sujettes à être révisées. Les données pour 2006 et 2007 ont été révisées. 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 « Source 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 plus petites firmes, en termes de revenu, ne sont pas incluses dans les estimés. Ces firmes représentent une portion relativement petite des revenus totaux de l'industrie. Avec la publication des données annuelles de 2006, la méthodologie employée pour produire les données a été modifiée pour augmenter la qualité de ces évaluations. En conséquence, les données pour 2006 et les années suivantes, ne sont pas comparables aux données publiées avant 2006.

**Tableau 4**  
**Statistiques sommaires pour les agences d'achat de médias et représentants de médias, par provinces et**  
**erritoires, 2006 à 2008**

	Revenus d'exploitation	Dépenses d'exploitation	Salaires, traitements et avantages sociaux	Marge bénéficiaire d'exploitation
	millions de dollars			pourcentage
2008 <sup>p</sup>				
Provinces de l'Atlantique <sup>1</sup>	x	x	x	x
Québec	86,1	84,7	39,2	1,6
Ontario	250,2	222,3	96,8	11,2
Manitoba	x	x	x	x
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	13,9	11,5	4,3	17,3
Colombie-Britannique	17,2	16,3	6,6	5,2
Territoires <sup>2</sup>	x	x	x	x
<b>Canada</b>	<b>374,7</b>	<b>340,6</b>	<b>149,0</b>	<b>9,1</b>
2007 <sup>r</sup>				
Provinces de l'Atlantique <sup>1</sup>	x	x	x	x
Québec	80,5	74,4	34,3	7,6
Ontario	247,3	213,7	107,3	13,6
Manitoba	x	x	x	x
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	9,8	8,6	2,9	12,2
Colombie-Britannique	16,9	15,5	8,3	8,6
Territoires <sup>2</sup>	x	x	x	x
<b>Canada</b>	<b>361,5</b>	<b>317,9</b>	<b>155,1</b>	<b>12,1</b>
2006 <sup>r</sup>				
Provinces de l'Atlantique <sup>1</sup>	x	x	x	x
Québec	80,8	74,4	34,6	7,9
Ontario	232,4	209,7	104,3	9,8
Manitoba	x	x	x	x
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	9,5	8,0	3,7	15,8
Colombie-Britannique	16,7	13,9	8,1	16,8
Territoires <sup>2</sup>	x	x	x	x
<b>Canada</b>	<b>349,1</b>	<b>311,1</b>	<b>152,5</b>	<b>10,9</b>

1. Les provinces de l'Atlantique incluent : Terre-Neuve-et-Labrador, Île-du-Prince-Édouard, Nouvelle-Écosse et Nouveau-Brunswick.

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

**Note(s)** : Les estimations pour l'année la plus récente sont préliminaires. Ces données préliminaires sont sujettes à être révisées. Les données pour 2006 et 2007 ont été révisées. 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 « Source 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 plus petites firmes, en termes de revenu, ne sont pas incluses dans les estimés. Ces firmes représentent une portion relativement petite des revenus totaux de l'industrie. Avec la publication des données annuelles de 2006, la méthodologie employée pour produire les données a été modifiée pour augmenter la qualité de ces évaluations. En conséquence, les données pour 2006 et les années suivantes, ne sont pas comparables aux données publiées avant 2006.

**Tableau 5**  
**Statistiques sommaires pour les services de publicité par affichage, par provinces et territoires, 2006 à 2008**

	Revenus d'exploitation	Dépenses d'exploitation	Salaires, traitements et avantages sociaux	Marge bénéficiaire d'exploitation
	millions de dollars			pourcentage
<b>2008 <sup>p</sup></b>				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	10,2	9,3	3,2	8,3
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	189,7	167,2	38,5	11,8
Ontario	383,7	370,4	74,7	3,5
Manitoba	13,2	10,5	2,9	20,7
Saskatchewan	11,9	8,4	1,5	28,9
Alberta	105,4	74,5	17,1	29,4
Colombie-Britannique	85,4	67,4	11,8	21,1
Territoires <sup>1</sup>	x	x	x	x
<b>Canada</b>	<b>804,5</b>	<b>712,8</b>	<b>150,7</b>	<b>11,4</b>
<b>2007 <sup>r</sup></b>				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	9,6	7,4	1,9	22,5
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	173,0	149,9	34,2	13,3
Ontario	367,3	343,5	70,0	6,5
Manitoba	13,6	11,4	2,8	15,6
Saskatchewan	10,9	8,4	1,6	23,1
Alberta	101,7	73,5	16,7	27,8
Colombie-Britannique	81,0	68,0	10,7	16,1
Territoires <sup>1</sup>	x	x	x	x
<b>Canada</b>	<b>759,7</b>	<b>664,4</b>	<b>138,5</b>	<b>12,5</b>
<b>2006 <sup>r</sup></b>				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	7,7	6,7	1,5	13,4
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	170,4	177,9	39,1	-4,4
Ontario	358,0	324,9	59,6	9,2
Manitoba	14,7	11,4	2,6	22,5
Saskatchewan	10,5	8,0	1,1	23,1
Alberta	85,3	67,8	16,5	20,5
Colombie-Britannique	73,5	64,1	10,7	12,8
Territoires <sup>1</sup>	x	x	x	x
<b>Canada</b>	<b>722,2</b>	<b>662,8</b>	<b>131,6</b>	<b>8,2</b>

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

**Note(s) :** Les estimations pour l'année la plus récente sont préliminaires. Ces données préliminaires sont sujettes à être révisées. Les données pour 2006 et 2007 ont été révisées. 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 « Source 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 plus petites firmes, en termes de revenu, ne sont pas incluses dans les estimés. Ces firmes représentent une portion relativement petite des revenus totaux de l'industrie. Avec la publication des données annuelles de 2006, la méthodologie employée pour produire les données a été modifiée pour augmenter la qualité de ces évaluations. En conséquence, les données pour 2006 et les années suivantes, ne sont pas comparables aux données publiées avant 2006.

**Tableau 6**  
**Statistiques sommaires pour les services de publipostage, par provinces et territoires, 2006 à 2008**

	Revenus d'exploitation	Dépenses d'exploitation	Salaires, traitements et avantages sociaux	Marge bénéficiaire d'exploitation
	millions de dollars			pourcentage
2008 <sup>p</sup>				
Provinces de l'Atlantique <sup>1</sup>	x	x	x	x
Québec	54,5	51,5	16,9	5,5
Ontario	205,5	203,3	76,2	1,1
Manitoba	x	x	x	x
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	x	x	x	x
Colombie-Britannique	35,9	34,5	12,5	3,8
Territoires <sup>2</sup>	x	x	x	x
<b>Canada</b>	<b>317,1</b>	<b>309,9</b>	<b>113,1</b>	<b>2,3</b>
2007 <sup>r</sup>				
Provinces de l'Atlantique <sup>1</sup>	x	x	x	x
Québec	60,1	56,5	18,0	6,0
Ontario	212,1	206,9	76,3	2,5
Manitoba	x	x	x	x
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	5,0	5,0	1,7	0,1
Colombie-Britannique	34,1	30,3	9,9	11,2
Territoires <sup>2</sup>	x	x	x	x
<b>Canada</b>	<b>327,7</b>	<b>314,2</b>	<b>112,0</b>	<b>4,1</b>
2006 <sup>r</sup>				
Provinces de l'Atlantique <sup>1</sup>	x	x	x	x
Québec	61,1	59,2	17,8	3,1
Ontario	213,5	207,1	76,2	3,0
Manitoba	x	x	x	x
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	4,9	4,5	1,3	8,6
Colombie-Britannique	31,6	28,2	9,9	10,9
Territoires <sup>2</sup>	x	x	x	x
<b>Canada</b>	<b>326,8</b>	<b>313,9</b>	<b>111,0</b>	<b>3,9</b>

1. Les provinces de l'Atlantique incluent : Terre-Neuve-et-Labrador, Île-du-Prince-Édouard, Nouvelle-Écosse et Nouveau-Brunswick.

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

**Note(s)** : Les estimations pour l'année la plus récente sont préliminaires. Ces données préliminaires sont sujettes à être révisées. Les données pour 2006 et 2007 ont été révisées. Les résultats présentés dans ce tableau sont pour les entreprises comprises dans la catégorie 541860 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Voir la section « Source 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 plus petites firmes, en termes de revenu, ne sont pas incluses dans les estimés. Ces firmes représentent une portion relativement petite des revenus totaux de l'industrie. Avec la publication des données annuelles de 2006, la méthodologie employée pour produire les données a été modifiée pour augmenter la qualité de ces évaluations. En conséquence, les données pour 2006 et les années suivantes, ne sont pas comparables aux données publiées avant 2006.

**Tableau 7**  
**Statistiques sommaires pour les services de distribution de matériel publicitaire, par provinces et territoires, 2006 à 2008**

	Revenus d'exploitation	Dépenses d'exploitation	Salaires, traitements et avantages sociaux	Marge bénéficiaire d'exploitation
	millions de dollars			pourcentage
2008 <sup>p</sup>				
Provinces de l'Atlantique <sup>1</sup>	x	x	x	x
Québec	210,8	184,6	60,5	12,4
Ontario	176,0	158,3	49,0	10,1
Manitoba	x	x	x	x
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	x	x	x	x
Colombie-Britannique	27,1	25,6	8,0	5,5
Territoires <sup>2</sup>	x	x	x	x
<b>Canada</b>	<b>451,7</b>	<b>399,6</b>	<b>125,3</b>	<b>11,5</b>
2007 <sup>r</sup>				
Provinces de l'Atlantique <sup>1</sup>	x	x	x	x
Québec	200,8	164,8	44,3	17,9
Ontario	164,3	147,9	43,8	10,0
Manitoba	x	x	x	x
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	30,0	24,6	5,7	17,9
Colombie-Britannique	20,4	19,4	6,9	5,0
Territoires <sup>2</sup>	x	x	x	x
<b>Canada</b>	<b>421,1</b>	<b>361,8</b>	<b>101,9</b>	<b>14,1</b>
2006 <sup>r</sup>				
Provinces de l'Atlantique <sup>1</sup>	x	x	x	x
Québec	184,8	153,2	34,6	17,1
Ontario	168,7	160,4	44,6	4,9
Manitoba	x	x	x	x
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	27,1	22,5	6,0	17,0
Colombie-Britannique	14,6	14,5	4,9	1,0
Territoires <sup>2</sup>	x	x	x	x
<b>Canada</b>	<b>399,5</b>	<b>354,0</b>	<b>90,9</b>	<b>11,4</b>

1. Les provinces de l'Atlantique incluent : Terre-Neuve-et-Labrador, Île-du-Prince-Édouard, Nouvelle-Écosse et Nouveau-Brunswick.

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

**Note(s) :** Les estimations pour l'année la plus récente sont préliminaires. Ces données préliminaires sont sujettes à être révisées. Les données pour 2006 et 2007 ont été révisées. Les résultats présentés dans ce tableau sont pour les entreprises comprises dans la catégorie 541870 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Voir la section « Source 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 plus petites firmes, en termes de revenu, ne sont pas incluses dans les estimés. Ces firmes représentent une portion relativement petite des revenus totaux de l'industrie. Avec la publication des données annuelles de 2006, la méthodologie employée pour produire les données a été modifiée pour augmenter la qualité de ces évaluations. En conséquence, les données pour 2006 et les années suivantes, ne sont pas comparables aux données publiées avant 2006.

**Tableau 8**  
**Statistiques sommaires pour les distributeurs de publicité par l'objet, par provinces et territoires, 2006 à 2008**

	Revenus d'exploitation	Dépenses d'exploitation	Salaires, traitements et avantages sociaux	Marge bénéficiaire d'exploitation
	millions de dollars			pourcentage
<b>2008 p</b>				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	7,1	6,6	0,9	6,8
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	101,7	101,8	17,2	-0,1
Ontario	453,1	449,5	86,6	0,8
Manitoba	23,3	21,6	4,6	7,1
Saskatchewan	15,2	14,9	2,9	1,7
Alberta	102,7	96,6	17,3	6,0
Colombie-Britannique	136,7	121,3	23,3	11,3
Territoires <sup>1</sup>	x	x	x	x
<b>Canada</b>	<b>848,6</b>	<b>821,0</b>	<b>154,6</b>	<b>3,3</b>
<b>2007 r</b>				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	6,9	6,4	0,9	7,7
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	98,2	88,8	13,7	9,5
Ontario	469,8	488,2	99,0	-3,9
Manitoba	23,8	22,4	4,5	6,1
Saskatchewan	13,4	12,5	2,8	6,7
Alberta	98,9	92,7	17,4	6,2
Colombie-Britannique	148,7	131,6	23,8	11,5
Territoires <sup>1</sup>	x	x	x	x
<b>Canada</b>	<b>868,4</b>	<b>851,1</b>	<b>164,1</b>	<b>2,0</b>
<b>2006 r</b>				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	6,3	6,1	1,0	4,6
Nouveau-Brunswick	x	x	x	x
Québec	96,1	91,3	14,4	5,0
Ontario	463,8	470,9	104,5	-1,5
Manitoba	21,6	21,0	4,4	3,1
Saskatchewan	11,0	10,5	2,2	4,7
Alberta	87,5	83,2	17,1	5,0
Colombie-Britannique	142,8	131,3	26,0	8,0
Territoires <sup>1</sup>	x	x	x	x
<b>Canada</b>	<b>837,2</b>	<b>822,0</b>	<b>171,3</b>	<b>1,8</b>

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

**Note(s) :** Les estimations pour l'année la plus récente sont préliminaires. Ces données préliminaires sont sujettes à être révisées. Les données pour 2006 et 2007 ont été révisées. 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 « Source 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 plus petites firmes, en termes de revenu, ne sont pas incluses dans les estimés. Ces firmes représentent une portion relativement petite des revenus totaux de l'industrie. Avec la publication des données annuelles de 2006, la méthodologie employée pour produire les données a été modifiée pour augmenter la qualité de ces évaluations. En conséquence, les données pour 2006 et les années suivantes, ne sont pas comparables aux données publiées avant 2006.

**Tableau 9**  
**Statistiques sommaires pour les autres services liés à la publicité, par provinces et territoires, 2006 à 2008**

	Revenus d'exploitation	Dépenses d'exploitation	Salaires, traitements et avantages sociaux	Marge bénéficiaire d'exploitation
	millions de dollars			pourcentage
<b>2008 p</b>				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	2,3	2,0	0,9	14,0
Nouveau-Brunswick	4,4	3,4	1,7	24,1
Québec	134,9	117,0	39,0	13,3
Ontario	355,7	318,4	118,9	10,5
Manitoba	x	x	x	x
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	37,1	34,3	10,3	7,7
Colombie-Britannique	41,9	35,3	15,5	15,8
Territoires <sup>1</sup>	x	x	x	x
<b>Canada</b>	<b>584,7</b>	<b>516,2</b>	<b>187,8</b>	<b>11,7</b>
<b>2007 r</b>				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	2,4	2,1	0,9	14,9
Nouveau-Brunswick	4,4	3,2	1,5	27,7
Québec	129,4	116,1	41,5	10,3
Ontario	341,6	278,9	115,0	18,4
Manitoba	x	x	x	x
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	39,4	34,0	9,3	13,7
Colombie-Britannique	38,5	38,4	10,9	0,2
Territoires <sup>1</sup>	x	x	x	x
<b>Canada</b>	<b>561,6</b>	<b>477,4</b>	<b>180,3</b>	<b>15,0</b>
<b>2006 r</b>				
Terre-Neuve-et-Labrador	x	x	x	x
Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x
Nouvelle-Écosse	2,4	2,0	0,9	17,6
Nouveau-Brunswick	4,1	3,4	1,9	15,6
Québec	143,0	120,7	46,2	15,6
Ontario	343,5	302,5	115,8	11,9
Manitoba	x	x	x	x
Saskatchewan	x	x	x	x
Alberta	32,6	27,4	7,9	16,1
Colombie-Britannique	36,8	33,4	8,2	9,3
Territoires <sup>1</sup>	x	x	x	x
<b>Canada</b>	<b>567,7</b>	<b>494,2</b>	<b>181,9</b>	<b>12,9</b>

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

**Note(s) :** Les estimations pour l'année la plus récente sont préliminaires. Ces données préliminaires sont sujettes à être révisées. Les données pour 2006 et 2007 ont été révisées. 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 « Source 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 plus petites firmes, en termes de revenu, ne sont pas incluses dans les estimés. Ces firmes représentent une portion relativement petite des revenus totaux de l'industrie. Avec la publication des données annuelles de 2006, la méthodologie employée pour produire les données a été modifiée pour augmenter la qualité de ces évaluations. En conséquence, les données pour 2006 et les années suivantes, ne sont pas comparables aux données publiées avant 2006.

Tableau 10

## Dépenses en pourcentage du total des dépenses d'exploitation pour l'industrie de la publicité et services connexes, Canada, 2007 à 2008

Dépenses de l'industrie	2007 <sup>r</sup>	2008 <sup>1</sup>
<b>Total des dépenses d'exploitation<sup>2</sup></b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Salaires, traitements et avantages sociaux	39,6	41,0
Commissions versées à des personnes autres que les employés	1,8	1,6
Frais pour des services professionnels et des services aux entreprises	3,7	3,3
Contrats de sous-traitance	7,0	5,6
Frais pour des services fournis par votre siège social	F	F
Coût des biens vendus	20,8	20,6
Fournitures de bureau	1,7	2,7
Location et crédit-bail	4,9	4,5
Réparation et entretien	3,2	3,2
Assurances	F	F
Publicité, marketing et promotions	1,1	1,9
Frais de déplacement, de repas et de représentation	2,1	2,0
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	2,8	2,8
Créances irrécouvrables	F	F
Toutes les autres dépenses	4,2	4,2

F Trop peu fiable pour être publié.

1. Les estimations pour l'année la plus récente sont des résultats préliminaires. Les données préliminaires sont susceptibles d'être révisées. Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre (s'il y a lieu). Les estimations de l'industrie sont fondées sur la partie de l'enquête représentant environ 90 % du total des revenus de l'industrie.
2. 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 « Source de données, définitions et méthodologie » à la fin des tableaux pour la définition des termes.

**Tableau 11**  
**Dépenses en pourcentage du total des dépenses d'exploitation pour les agences de publicité, Canada, 2007 à 2008**

Dépenses de l'industrie	2007 <sup>r</sup>	2008 <sup>1</sup>
<b>Total des dépenses d'exploitation<sup>2</sup></b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Salaires, traitements et avantages sociaux	57,8	54,3
Commissions versées à des personnes autres que les employés	F	F
Frais pour des services professionnels et des services aux entreprises	3,8	4,0
Contrats de sous-traitance	7,4	5,5
Frais pour des services fournis par votre siège social	F	F
Coût des biens vendus	F	7,5
Fournitures de bureau	1,9	3,3
Location et crédit-bail	5,8	4,6
Réparation et entretien	5,1	3,6
Assurances	F	F
Publicité, marketing et promotions	1,6	2,7
Frais de déplacement, de repas et de représentation	2,7	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	2,2	2,1
Créances irrécouvrables	F	F
Toutes les autres dépenses	3,9	4,5

<sup>F</sup> Trop peu fiable pour être publié.

1. Les estimations pour l'année la plus récente sont des résultats préliminaires. Les données préliminaires sont susceptibles d'être révisées. Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre (s'il y a lieu). Les estimations de l'industrie sont fondées sur la partie de l'enquête représentant environ 90 % du total des revenus de l'industrie.
2. 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 « Source de données, définitions et méthodologie » à la fin des tableaux pour la définition des termes.

**Tableau 12**  
**Dépenses en pourcentage du total des dépenses d'exploitation pour les services de relations publiques,**  
**Canada, 2007 à 2008**

Dépenses de l'industrie	2007 <sup>r</sup>	2008 <sup>1</sup>
<b>Total des dépenses d'exploitation<sup>2</sup></b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Salaires, traitements et avantages sociaux	51,3	51,7
Commissions versées à des personnes autres que les employés	x	x
Frais pour des services professionnels et des services aux entreprises	8,0	5,1
Contrats de sous-traitance	7,3	7,5
Frais pour des services fournis par votre siège social	x	F
Coût des biens vendus	7,2	6,8
Fournitures de bureau	2,8	2,9
Location et crédit-bail	6,0	5,9
Réparation et entretien	1,7	2,4
Assurances	F	F
Publicité, marketing et promotions	1,3	1,9
Frais de déplacement, de repas et de représentation	3,2	3,7
Services publics et dépenses en télécommunications	F	F
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	1,6	1,7
Créances irrécouvrables	F	F
Toutes les autres dépenses	4,8	5,0

F Trop peu fiable pour être publié.

x Confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique.

1. Les estimations pour l'année la plus récente sont des résultats préliminaires. Les données préliminaires sont susceptibles d'être révisées. Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre (s'il y a lieu). Les estimations de l'industrie sont fondées sur la partie de l'enquête représentant environ 90 % du total des revenus de l'industrie.
2. 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 « Source de données, définitions et méthodologie » à la fin des tableaux pour la définition des termes.

Tableau 13

## Dépenses en pourcentage du total des dépenses d'exploitation pour les agences d'achat de médias et représentants de médias, Canada, 2007 à 2008

Dépenses de l'industrie	2007 <sup>r</sup>	2008 <sup>1</sup>
<b>Total des dépenses d'exploitation<sup>2</sup></b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Salaires, traitements et avantages sociaux	61,8	52,4
Commissions versées à des personnes autres que les employés	F	F
Frais pour des services professionnels et des services aux entreprises	4,3	5,6
Contrats de sous-traitance	2,0	5,2
Frais pour des services fournis par votre siège social	F	F
Coût des biens vendus	F	F
Fournitures de bureau	1,3	1,5
Location et crédit-bail	3,9	4,4
Réparation et entretien	2,0	5,7
Assurances	F	F
Publicité, marketing et promotions	1,3	1,2
Frais de déplacement, de repas et de représentation	2,3	2,5
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	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	1,6	2,5
Créances irrécouvrables	x	F
Toutes les autres dépenses	7,3	6,7

F Trop peu fiable pour être publié.

x Confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique.

1. Les estimations pour l'année la plus récente sont des résultats préliminaires. Les données préliminaires sont susceptibles d'être révisées. Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre (s'il y a lieu). Les estimations de l'industrie sont fondées sur la partie de l'enquête représentant environ 90 % du total des revenus de l'industrie.

2. 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)** : Comprend les codes suivants du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) : 54183 et 54184.

**Tableau 14**  
**Dépenses en pourcentage du total des dépenses d'exploitation pour les services de publicité par affichage,**  
**Canada, 2007 à 2008**

Dépenses de l'industrie	2007 <sup>r</sup>	2008 <sup>1</sup>
<b>Total des dépenses d'exploitation<sup>2</sup></b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Salaires, traitements et avantages sociaux	20,6	21,2
Commissions versées à des personnes autres que les employés	4,7	4,1
Frais pour des services professionnels et des services aux entreprises	3,8	1,6
Contrats de sous-traitance	5,2	4,9
Frais pour des services fournis par votre siège social	F	F
Coût des biens vendus	21,4	21,6
Fournitures de bureau	F	F
Location et crédit-bail	8,5	8,3
Réparation et entretien	2,6	5,2
Assurances	F	F
Publicité, marketing et promotions	F	F
Frais de déplacement, de repas et de représentation	1,2	1,4
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	7,7	8,3
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	9,4	9,2
Créances irrécouvrables	F	F
Toutes les autres dépenses	5,7	6,1

F Trop peu fiable pour être publié.

1. Les estimations pour l'année la plus récente sont des résultats préliminaires. Les données préliminaires sont susceptibles d'être révisées. Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre (s'il y a lieu). Les estimations de l'industrie sont fondées sur la partie de l'enquête représentant environ 90 % du total des revenus de l'industrie.
2. 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 « Source de données, définitions et méthodologie » à la fin des tableaux pour la définition des termes.

Tableau 15

## Dépenses en pourcentage du total des dépenses d'exploitation pour les services de publipostage, Canada, 2007 à 2008

Dépenses de l'industrie	2007 <sup>r</sup>	2008 <sup>1</sup>
<b>Total des dépenses d'exploitation<sup>2</sup></b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Salaires, traitements et avantages sociaux	34,7	37,1
Commissions versées à des personnes autres que les employés	F	x
Frais pour des services professionnels et des services aux entreprises	1,5	2,1
Contrats de sous-traitance	3,3	2,7
Frais pour des services fournis par votre siège social	F	x
Coût des biens vendus	36,2	37,1
Fournitures de bureau	3,3	2,8
Location et crédit-bail	3,4	3,6
Réparation et entretien	2,9	1,8
Assurances	F	F
Publicité, marketing et promotions	F	F
Frais de déplacement, de repas et de représentation	F	F
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	F	F
Frais de livraison, d'entreposage, frais postaux et frais pour services de messagerie	3,3	2,5
Frais de services financiers	F	F
Amortissement et dépréciation des actifs corporels et incorporels	1,5	1,7
Créances irrécouvrables	F	x
Toutes les autres dépenses	4,7	2,0

F Trop peu fiable pour être publié.

x Confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique.

1. Les estimations pour l'année la plus récente sont des résultats préliminaires. Les données préliminaires sont susceptibles d'être révisées. Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre (s'il y a lieu). Les estimations de l'industrie sont fondées sur la partie de l'enquête représentant environ 90 % du total des revenus de l'industrie.

2. 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 541860 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Voir la section « Source de données, définitions et méthodologie » à la fin des tableaux pour la définition des termes.

**Tableau 16**  
**Dépenses en pourcentage du total des dépenses d'exploitation pour les services de distribution de matériel publicitaire, Canada, 2007 à 2008**

Dépenses de l'industrie	2007 <sup>r</sup>	2008 <sup>1</sup>
<b>Total des dépenses d'exploitation<sup>2</sup></b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Salaires, traitements et avantages sociaux	27,8	30,5
Commissions versées à des personnes autres que les employés	3,4	2,5
Frais pour des services professionnels et des services aux entreprises	4,0	2,6
Contrats de sous-traitance	22,8	12,2
Frais pour des services fournis par votre siège social	F	F
Coût des biens vendus	17,6	22,2
Fournitures de bureau	F	F
Location et crédit-bail	4,3	4,1
Réparation et entretien	2,5	2,2
Assurances	F	F
Publicité, marketing et promotions	F	F
Frais de déplacement, de repas et de représentation	2,0	1,9
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	x
Frais de livraison, d'entreposage, frais postaux et frais pour services de messagerie	4,3	7,1
Frais de services financiers	1,6	1,1
Amortissement et dépréciation des actifs corporels et incorporels	1,4	2,8
Créances irrécouvrables	F	x
Toutes les autres dépenses	3,0	2,4

F Trop peu fiable pour être publié.

x Confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique.

1. Les estimations pour l'année la plus récente sont des résultats préliminaires. Les données préliminaires sont susceptibles d'être révisées. Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre (s'il y a lieu). Les estimations de l'industrie sont fondées sur la partie de l'enquête représentant environ 90 % du total des revenus de l'industrie.
2. 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 541870 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Voir la section « Source de données, définitions et méthodologie » à la fin des tableaux pour la définition des termes.

Tableau 17

## Dépenses en pourcentage du total des dépenses d'exploitation pour les distributeurs de publicité par l'objet, Canada, 2007 à 2008

Dépenses de l'industrie	2007 <sup>r</sup>	2008 <sup>1</sup>
<b>Total des dépenses d'exploitation<sup>2</sup></b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Salaires, traitements et avantages sociaux	18,9	18,9
Commissions versées à des personnes autres que les employés	1,8	2,9
Frais pour des services professionnels et des services aux entreprises	2,7	1,7
Contrats de sous-traitance	F	F
Frais pour des services fournis par votre siège social	x	F
Coût des biens vendus	60,4	59,0
Fournitures de bureau	1,1	1,2
Location et crédit-bail	2,0	2,0
Réparation et entretien	2,0	1,6
Assurances	F	F
Publicité, marketing et promotions	F	F
Frais de déplacement, de repas et de représentation	F	F
Services publics et dépenses en télécommunications	F	F
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	F	F
Créances irrécouvrables	F	F
Toutes les autres dépenses	3,6	3,2

F Trop peu fiable pour être publié.

x Confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique.

1. Les estimations pour l'année la plus récente sont des résultats préliminaires. Les données préliminaires sont susceptibles d'être révisées. Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre (s'il y a lieu). Les estimations de l'industrie sont fondées sur la partie de l'enquête représentant environ 90 % du total des revenus de l'industrie.
2. 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 « Source de données, définitions et méthodologie » à la fin des tableaux pour la définition des termes.

**Tableau 18**  
**Dépenses en pourcentage du total des dépenses d'exploitation pour les autres services liés à la publicité,**  
**Canada, 2007 à 2008**

Dépenses de l'industrie	2007 <sup>r</sup>	2008 <sup>1</sup>
<b>Total des dépenses d'exploitation<sup>2</sup></b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
Salaires, traitements et avantages sociaux	34,8	38,5
Commissions versées à des personnes autres que les employés	x	F
Frais pour des services professionnels et des services aux entreprises	2,8	3,5
Contrats de sous-traitance	10,5	9,2
Frais pour des services fournis par votre siège social	x	x
Coût des biens vendus	29,7	27,8
Fournitures de bureau	1,4	2,5
Location et crédit-bail	2,5	2,4
Réparation et entretien	2,5	1,8
Assurances	F	F
Publicité, marketing et promotions	F	F
Frais de déplacement, de repas et de représentation	2,2	1,8
Services publics et dépenses en télécommunications	F	F
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	1,6	1,1
Créances irrécouvrables	x	x
Toutes les autres dépenses	3,2	3,0

F Trop peu fiable pour être publié.

x Confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique.

1. Les estimations pour l'année la plus récente sont des résultats préliminaires. Les données préliminaires sont susceptibles d'être révisées. Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre (s'il y a lieu). Les estimations de l'industrie sont fondées sur la partie de l'enquête représentant environ 90 % du total des revenus de l'industrie.
2. 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 « Source de données, définitions et méthodologie » à la fin des tableaux pour la définition des termes.

**Tableau 19**  
**Ventes selon le type de client pour l'industrie de la publicité et services connexes, Canada, 2007 à 2008**

	Publicité et services connexes	Agences de publicité	Services de relations publiques	Agences <sup>2</sup> d'achat de médias et représentants de médias	Publicité par affichage	Publipostage	Services de distribution de matériel publicitaire	Distributeurs de publicité par l'objet	Tous les autres services liés à la publicité
	pourcentage								
2008 p <sup>1</sup>									
Ventes aux entreprises	85,1	82,7	81,0	82,4	90,1	77,2	96,7	83,1	91,4
Ventes aux particuliers et ménages	F	F	1,0	x	F	x	x	1,3	1,1
Ventes aux administrations, organismes à but non lucratif et établissements publics	7,9	9,4	13,6	8,1	5,7	x	x	9,0	3,6
Ventes à l'extérieur du Canada (exportations)	6,1	7,2	4,4	x	3,7	15,4	x	6,6	3,9
<b>Total des ventes aux clients</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
2007 r									
Ventes aux entreprises	84,3	81,4	76,9	79,5	92,8	75,9	96,2	84,1	90,4
Ventes aux particuliers et ménages	1,3	F	x	x	F	7,6	x	1,6	F
Ventes aux administrations, organismes à but non lucratif et établissements publics	7,1	7,3	17,2	7,9	5,0	6,4	1,5	8,0	4,1
Ventes à l'extérieur du Canada (exportations)	6,9	10,5	x	x	1,6	10,1	x	6,3	4,4
<b>Total des ventes aux clients</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

F Trop peu fiable pour être publié.

x Confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique.

1. Les estimations pour l'année la plus récente sont des résultats préliminaires. Les données préliminaires sont susceptibles d'être révisées. Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre (s'il y a lieu). Les estimations de l'industrie sont fondées sur la partie de l'enquête représentant environ 90 % du total des revenus de l'industrie.

2. Comprend les codes suivants du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) : 54183 et 54184.

**Note(s)** : Les résultats présentés dans ce tableau sont pour les entreprises comprises dans les catégories 5418, 541810, 541820, 541830 et 541840, 541850, 541860, 541870, 541891, 541899 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Voir la section « Source de données, définitions et méthodologie » à la fin des tableaux pour la définition des termes.

## 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 collectées 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, de mesurer les performances, et de faire des comparaisons avec les 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

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 peuvent être obtenus de cette source telle 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 2008 s'est établie à 1 151 entités de collecte.

## 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

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.

## 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 à l'estimation finale, le taux de réponse pondéré était de 81,5 %. Les CV ont été calculés pour chaque estimation produite. On peut obtenir ces CV sur demande.

## Produits connexes

### CANSIM

Tableau 360-0003 - Services de publicité et services connexes, statistiques sommaires, selon le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), annuel

Tableau 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

Tableau 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

### Enquête(s)

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

### Publications

Bulletin des industries de service, n° 63-018-X au catalogue.

Série d'études analytiques, Division des industries de service, n° 63F0002X au catalogue.

Date de parution : Juin 2010

### 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 <sup>s</sup>	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

### 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](http://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, 2010. Tous droits réservés. Le contenu de la présente publication électronique peut être reproduit en tout ou en partie, et par quelque moyen que ce soit, sans autre permission de Statistique Canada, sous réserve que la reproduction soit effectuée uniquement à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé destiné aux journaux et/ou à des fins non commerciales. Statistique Canada doit être cité comme suit : Source (ou « Adapté de », s'il y a lieu) : Statistique Canada, année de publication, nom du produit, numéro au catalogue, volume et numéro, période de référence et page(s). Autrement, il est interdit de reproduire le contenu de la présente publication, ou de l'emmagasiner dans un système d'extraction, ou de le transmettre sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, reproduction électronique, mécanique, photographique, pour quelque fin que ce soit, sans l'autorisation écrite préalable des Services d'octroi de licences, Division des services à la clientèle, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

### 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](http://www.statcan.gc.ca) sous « À propos de nous » > « 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.