

DOMINION BUREAU OF STATISTICS

OTTAWA - CANADA

Published by Authority of the Minister of Industry, Trade and Commerce

BUREAU FÉDÉRAL DE LA STATISTIQUE

Publication autorisée par le ministre de l'Industrie et du Commerce

CATALOGUE No.

63-201

ANNUAL -- ANNUEL

Price -- Prix: 25 cents

ADVERTISING AGENCIES

AGENCES DE PUBLICITÉ

1968

Coverage

In 1968, there were 171 advertising agencies operated in Canada, a decrease of 5 from 1967. It should be noted, that the number of agencies reporting billings exceeding \$2.5 million remained constant between 1967 and 1968. There was however, some movement of agencies between the size groups (Table 4).

Summary of data

The 171 advertising agencies reported billings to clients totalling \$426,144,921, down 0.8% from the \$429,595,237 reported by 176 agencies in 1967. Of the billings reported \$416,627,895 was for publications, television, radio and other kinds of advertising on a commission or fee basis, leaving \$9,517,026 for market surveys, research and other fees including production work done by agency staffs (Table 1).

Text concluded on page 2.

Champ de l'enquête

En 1968, 171 agences de publicité étaient exploitées au Canada, c'est-à-dire cinq de moins qu'en 1967. Il est à remarquer que le nombre d'agences ayant déclaré un chiffre d'affaires supérieur à 2.5 millions de dollars est resté constant de 1967 à 1968. Il s'est, cependant, produit certains déplacements entre les divers groupes de taille (tableau 4).

Résumé des données

Les 171 agences de publicité ont déclaré avoir émis des factures pour un total de \$426,144,921, c'est-à-dire, 0.8 p. 100 de moins que les \$429,595,237 que 176 agences déclaraient en 1967. Les montants facturés se rapportaient pour \$416,627,895 à la publicité par voie de presse, à la télévision et à la radio, ainsi que par les autres formes de publicité rétribuées à la commission ou aux honoraires, ce qui laisse donc un solde de \$9,517,026 pour les enquêtes de marché, la recherche et les autres honoraires, ce qui comprend entre autres le travail de production effectué par le personnel des agences (tableau 1).

Fin du texte à la page 2.

Advertising Billings to Clients by Medium and Kind of Service, 1968

Chiffre d'affaires de publicité, par support et genre de service, 1968

Medium -- Support	Space or time -- Espace ou temps		Production		Total	
	Amount -- Montant	Per cent -- Pourcentage	Amount -- Montant	Per cent -- Pourcentage	Amount -- Montant	Per cent -- Pourcentage
	dollars		dollars		dollars	
Publications	148,482,715	80.7	35,623,829	19.3	184,106,544	100.0
Television -- Télévision	126,831,055	83.4	25,202,934	16.6	152,033,989	100.0
Other visual -- Autres moyens visuels	11,600,884	73.3	4,221,786	26.7	15,822,670	100.0
Radio	48,332,994	88.1	6,523,031	11.9	54,856,025	100.0
Sales promotion -- Maté- riel de stimulation de la vente	1,397,034	9.9	12,691,388	90.1	14,088,422	100.0
Other -- Autres	153,986	17.0	751,171	83.0	905,157	100.0
Total	336,798,668	79.8	85,014,139	20.2	421,812,807	100.0

Merchandising and Services Division

Division du commerce et des services

April - 1970 - Avril
6602-525

The contents of this document may be used freely but DBS should be credited when republishing all or any part of it.

Le présent document peut être reproduit en toute liberté pourvu qu'on indique qu'il émane du B.F.S.

Summary of data - Concluded

Gross revenue from commissionable billings, market surveys, research and other items was \$72,476,274, a decrease of 0.5% from the \$72,834,604 reported in 1967. This represents 17.0% of the total billings reported, equalling the percentage reported for the previous year. Advertising placed for clients on a commission or fee basis accounted for 86.4% (\$62,648,503) of the gross revenue; the remainder (\$9,827,771) was derived from market surveys and other sources. The 1968 net revenue (\$4,744,010) was down by 21.2% from the 1967 figure (\$6,019,603) and represented 6.5% of the gross revenue, compared with 8.3% for the previous year (table 1).

Of the 171 firms reported, 38 with total billings of \$43,829,966, had losses for the year averaging \$19,589 per firm compared with total billings of \$15,852,358 and average losses of \$10,451 reported by 28 firms in 1967. The remaining 133 agencies with total billings of \$382,314,955 reported an average net profit of \$41,266 per firm down from the 1967 average profit of \$42,650 for 148 firms with total billings of \$413,742,879.

Advertising agencies paid \$44,651,258 in salaries, wages, commissions and bonuses in 1968. This was 1.4% higher than the \$44,034,036 paid in 1967 and represented 61.6% of the gross revenue compared to 60.5% in the previous year (Table 2).

In 1968, commissionable billings and billings for production work done by agency staff, distributed by medium and kind of service (\$421,812,807) showed that 79.8% went for space and time charges and 20.2% for production cost (see introduction table). The comparable 1967 figure (\$424,845,770) was distributed 80.6% and 19.4% respectively. Tables 5 and 6 show the percentage distribution of commissionable and advertising billings by medium.

More detailed information may be obtained by examining the tables in this report.

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Dominion Bureau of Statistics publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

Résumé des données - fin

Le revenu brut provenant des factures à la commission, des enquêtes de marché, de la recherche et d'autres activités se montait à \$72,476,274, soit 0.5 p. 100 de moins que les \$72,834,604 déclarés en 1967. Cela représente 17.0 p. 100 du chiffre d'affaires total déclaré, c'est-à-dire le même taux que celui qui avait été constaté pour l'année précédente. La publicité placée pour le compte des clients à la commission ou contre versement d'honoraires représentait 86.4 p. 100 (\$62,648,503) du revenu brut; le solde (\$9,827,771) provenait des enquêtes de marché et autres sources. En 1968, le revenu net (\$4,744,010) a baissé de 21.2 p. 100 par rapport au chiffre de 1967 (6,019,603) et représentait 6.5 p. 100 du revenu brut, au lieu de 8.3 p. 100 l'année précédente (tableau 1).

Parmi les 171 entreprises en question, il s'en est trouvé 38, pour un chiffre d'affaires total de \$43,829,966, qui ont subi des pertes moyennes de \$19,589 chacune pour l'année, alors qu'en 1967, il s'agissait d'un chiffre d'affaires total de \$15,852,358 et d'une perte annuelle moyenne de \$10,451 pour chacune des 28 entreprises déficitaires. Les 133 entreprises restantes, dont le chiffre d'affaires total se montait à \$382,314,955, ont déclaré un bénéfice moyen de \$41,266 par entreprise, c'est-à-dire moins que le bénéfice moyen de \$42,650 par entreprise qui se rapportait en 1967 à 148 entreprises, pour un chiffre d'affaires total de \$413,742,879.

Les agences de publicité ont versé en 1968 \$44,651,258 sous forme de rémunérations, commissions et primes. Ce montant était supérieur de 1.4 p. 100 aux \$44,034,036 versés en 1967, et représentait 61.6 p. 100 du revenu brut, contre 60.5 p. 100 l'année précédente (tableau 2).

En 1968, les factures à la commission et les factures pour travaux de prospection effectués par le personnel des agences, répartis d'après les supports publicitaires et d'après le genre de service (\$421,812,807) indiquaient que 79.8 p. 100 du total concernaient des frais de location de temps et d'espace publicitaires, et 20.2 p. 100 concernaient des coûts de production (se reporter au tableau d'introduction). Pour 1967, le montant correspondant (\$424,845,770) était réparti entre 80.6 p. 100 et 19.4 p. 100 respectivement. Aux tableaux 5 et 6, on trouvera la répartition en pourcentages des factures à la commission et des factures de publicité par support.

L'étude des tableaux compris dans la présente publication permettra de se renseigner avec plus de détail.

SIGNES CONVENTIONNELS

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications du Bureau fédéral de la statistique:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

TABLE 1. Summary Statistics, Advertising Agencies in Canada, 1941, 1946 and 1948-1968

TABLEAU 1. Statistique récapitulative des agences de publicité au Canada 1941, 1946 et 1948-1968

Year -- Année	Number of firms -- Nombre d'agences	Amount of billings -- Chiffre d'affaires				Gross revenue on -- Recettes brutes au titre de					Net revenue (Before deductions for income taxes) -- Recettes nettes (avant déduction des impôts sur le revenu)
		Commissionable billings -- Publicité à la commission	Market surveys, research and other fees -- Études des marchés et autres frais	Production work done by agency staff -- Travail de production du personnel des agences	Total	Commissionable billings -- Publicité à la commission		Market surveys, research, other fees and revenue and production by agency staff -- Études des marchés, recherches, autres frais et recettes et travail de production du personnel des agences	Total		
						Amount -- Montant	Per cent of billings -- Pourcentage du chiffre d'affaires		Amount -- Montant	Per cent of billings -- Pourcentage du chiffre d'affaires	
		dollars				dollars		dollars	dollars		dollars
1941	49	29,224,400	4,823,900	16.5	..
1946	57	52,079,347	90,114	..	52,169,461	8,458,430	16.2	..
1948	75	73,543,766	218,447	..	73,762,213	11,553,459	15.7	1,370,408
1949	74	86,450,968	291,502	..	86,742,470	13,526,336	15.6	1,948,453
1950	75	95,566,600	653,944	..	96,220,544	14,443,707	15.1	568,965	15,012,672	15.6	2,075,563
1951	83	107,461,752	951,833	..	108,413,585	16,255,059	15.1	760,437	17,015,496	15.7	2,328,015
1952	88	120,628,827	1,038,156	..	121,666,983	18,246,232	15.1	814,029	19,060,261	15.7	2,535,195
1953	88	142,957,916	1,381,392	..	144,339,308	21,558,551	15.1	1,033,167	22,591,718	15.7	2,959,389
1954	91	154,467,028	1,696,261	..	156,163,289	23,229,612	15.0	1,349,557	24,579,169	15.7	2,337,648
1955	104	174,924,772	2,315,583	..	177,240,355	26,468,551	15.1	1,221,103	27,689,654	15.6	2,771,951
1956	110	201,797,434	2,783,088	..	204,580,522	30,452,807	15.1	1,750,947	32,203,754	15.7	3,264,250
1957 (1)	113	222,025,288	4,058,661	..	226,083,949	33,377,463	15.0	2,380,299	35,757,762	15.8	2,594,206
1958	123	233,789,205	3,864,833	..	237,654,038	35,227,406	15.1	2,846,021	38,073,427	16.0	2,710,542
1959	122	250,080,021	4,065,898	..	254,145,919	37,678,828	15.1	3,448,130	41,126,958	16.2	2,903,109
1960	131	267,756,156	2,965,464	2,018,182	272,739,802	39,993,639	14.9	5,156,750	45,150,389	16.6	2,579,769
1961	134	277,805,963	2,599,375	2,156,111	282,561,449	41,253,508	14.8	4,836,139	46,089,647	16.3	2,546,633
1962	143	293,028,021	2,922,078	2,634,855	298,584,954	43,496,564	14.8	5,851,549	49,348,113	16.5	3,688,187
1963	143	296,762,297	3,537,273	2,551,944	302,851,514	44,270,021	14.9	6,195,040	50,465,061	16.7	3,703,968
1964	149	311,332,070	3,785,712	3,022,557	318,140,339	46,596,607	15.0	6,995,325	53,591,932	16.8	4,081,379
1965	159	354,650,007	4,294,643	3,614,697	362,559,347	52,883,006	14.9	8,111,708	60,994,714	16.8	5,712,001
1966	165	392,542,021	5,488,460	4,145,388	402,175,869	57,082,209	14.5	9,832,976	66,915,185	16.6	6,578,493
1967	176	420,092,360	4,749,467	4,753,410	429,595,237	63,118,282	15.0	9,716,322	72,834,604	17.0	6,019,603
1968	171	416,627,895	4,332,114	5,184,912	426,144,921	62,648,503	15.0	9,827,771	72,476,274	17.0	4,744,010

(1) From 1957, figures contain some revenue which does not pertain to surveys, research or other agency services, but this cannot be excluded. -- Depuis 1957, les chiffres comprennent certaines recettes ne provenant pas des études, des recherches ni d'autres services, des agences, mais qui ne peuvent être exclues.

TABLE 2. Employment and Gross Revenue for Selected Years

TABLEAU 2. Emploi et recettes brutes, certaines années

Year -- Année	Number of firms -- Nombre d'agences	Gross revenue -- Recettes brutes	Employees -- Employés			Total amount paid to employees -- Rémunération totale	Per cent of gross revenue -- Pourcentage des recettes brutes
			Male -- Hommes	Female -- Femmes	Total		
		dollars	number -- nombre			dollars	
1951	83	17,015,496	2,552	10,128,050	59.5
1954	91	24,579,169	1,682	1,491	3,173	15,220,278	61.9
1955	104	27,689,654	1,818	1,598	3,416	17,306,034	62.5
1956	110	32,203,754	2,011	1,779	3,790	19,757,887	61.4
1957	113	35,757,762	2,167	1,875	4,042	22,591,043	63.2
1958	123	38,073,427	2,276	1,921	4,197	23,826,156	62.6
1959	122	41,126,958	2,288	1,968	4,256	26,013,132	63.3
1960	131	45,150,389	2,393	2,072	4,465	28,252,365	62.6
1961	134	46,089,647	4,331 (1)	..	4,331	29,313,330	63.6
1962	143	49,348,113	2,413	2,008	4,421	30,932,144	62.7
1963	143	50,465,061	2,430	1,951	4,381	31,157,259	61.7
1964	149	53,591,932	2,375	2,078	4,453	33,170,850	61.9
1965	159	60,994,714	2,491	2,207	4,698	37,049,736	60.7
1966	165	66,915,185	2,574	2,399	4,973	40,771,172	60.9
1967	176	72,834,604	2,618	2,520	5,138	44,034,036	60.5
1968	171	72,476,274	2,511	2,408	4,919	44,651,258	61.6

(1) As of last week of November 1961. Not comparable with other years. -- A la dernière semaine de novembre 1961. Ne peut être comparé aux chiffres des autres années.

TABLE 3. Employment and Net Revenue of Advertising Agencies, 1968 classified according to Amount of Total Annual Billings and Form of Organization

TABLEAU 3. Emploi et recettes nettes en 1968 des agences de publicité, classées suivant leur chiffre d'affaires annuel et leur forme d'organisation

Form of organization -- Forme d'organisation	Less than \$500,000 -- Moins de \$500,000	\$500,000 - 2,499,999	\$2,500,000 - 4,999,999	\$5,000,000 - 9,999,999	\$10,000,000 - 14,999,999	\$15,000,000 and over -- et plus	Total
<u>Incorporated Firms -- Sociétés constituées</u>							
Number of firms -- Nombres d'agences	52	55	12	7	3	10	139
Number of employees -- Nombre d'employés	220	809	419	544	444	2,414	4,850
Salaries and wages -- Traitements et salaires	\$ 1,316,865	6,960,768	3,680,443	5,218,881	4,017,952	23,135,043	44,329,952
Net revenue (before income taxes) -- Recettes nettes (avant déduction des impôts sur le revenu) \$	280,030	601,589	741,684	51,076	388,141	2,485,773	4,548,293
<u>Unincorporated firms -- Sociétés non constituées</u>							
Number of firms -- Nombre d'agences	31	1	-	-	-	-	32
Number of employees -- Nombre d'employés	57	12	-	-	-	-	69
Salaries and wages -- Traitements et salaires	x	x	-	-	-	-	321,306
Number of working proprietors -- Nombre de propriétaires actifs	30	1	-	-	-	-	31
Net revenue (before proprietors' salaries and income taxes) -- Recettes nettes (avant déduction des traitements des propriétaires et des impôts sur le revenu)	\$ x	x	-	-	-	-	195,717

TABLE 4. Advertising Agencies classified according to Amount of Total Billings for Selected Years

TABLEAU 4. Agences de publicité, classées suivant leur chiffre d'affaires en certaines années:

Year -- Année	Amount of billings -- Chiffre d'affaires													
	Less than \$500,000 -- Moins de \$500,000		\$500,000 - 2,499,999		\$2,500,000 - 4,999,999		\$5,000,000 - 9,999,999		\$10,000,000 - 14,999,999		\$15,000,000 and over -- et plus		Total	
	Number of firms -- Nombre d'agen- ces	Amount -- Montant	Number of firms -- Nombre d'agen- ces	Amount -- Montant	Number of firms -- Nombre d'agen- ces	Amount -- Montant	Number of firms -- Nombre d'agen- ces	Amount -- Montant	Number of firms -- Nombre d'agen- ces	Amount -- Montant	Number of firms -- Nombre d'agen- ces	Amount -- Montant	Number of firms -- Nombre d'agen- ces	Amount -- Montant
1951	44	7,403,103	24	24,445,363	11	37,681,187			4	38,883,932			83	108,413,585
1954	45	8,767,354	31	36,201,868	7	29,596,073			8	81,597,994			91	156,163,289
1955	55	9,886,646	33	40,020,221	5	19,831,472			11	107,502,016			104	177,240,355
1956	57	11,622,067	33	34,814,412	9	34,883,497			11	123,260,546			110	204,580,522
1957	56	11,787,271	38	45,397,794	4	14,140,558			15	154,758,326			113	226,083,949
1958	60	10,416,081	42	44,731,514	7	23,355,411			14	159,151,032			123	237,654,038
1959	58	10,231,804	43	48,833,205	7	26,539,274			14	168,541,636			122	254,145,919
1960	63	10,508,233	48	58,622,287	6	21,924,677			14	181,684,605			131	272,739,802
1961	67	11,576,490	47	54,181,948	4	13,552,523			16	203,250,488			134	282,561,449
1962	82	16,735,567	39	50,209,839	5	16,403,100	7	51,806,280	4	45,180,604	6	118,249,564	163	298,584,954
1963	76	14,583,841	42	47,986,752	8	25,763,211	7	51,064,842	5	60,232,605	5	103,220,263	163	302,851,514
1964	81	14,952,983	44	48,810,741	6	22,613,840	6	38,045,815	7	81,996,934	5	111,720,026	149	318,140,339
1965	81	14,086,483	53	63,049,366	6	23,440,169	6	37,500,729	8	99,217,663	5	125,264,937	159	362,550,347
1966	83	14,790,938	52	57,915,159	10	32,603,195	7	49,148,590	5	60,758,529	8	186,959,458	165	402,175,899
1967	86	15,057,557	58	63,066,955	11	35,731,322	8	57,332,654	4	53,119,491	9	205,287,258	176	429,596,237
1968	83	13,973,050	56	63,016,996	12	41,052,625	7	48,040,688	3	36,251,818	10	223,809,744	171	426,146,971

TABLE 5. Percentage Distribution of Commissionable Billings by Medium, 1967 and 1968
(Agencies classified by Amount of Total Annual Billings)

TABLÉAU 5. Répartition proportionnelle de la publicité à la commission, par support publicitaire, 1967 et 1968
(Agences classées selon leur chiffre d'affaires annuel)

Year and amount of annual billings -- Année et chiffre d'affaires	Number of firms -- Nombre d'agences	Total commissionable billings(1) -- Total, publicité à la commission(1)	Distribution of commissionable billings -- Répartition de la publicité à la commission						
			Publications	Television -- Télévision	Other visual -- Autres moyens visuels	Radio	Production, artwork, printing, etc. -- Production, réalisations graphiques, impression, etc.	Other -- Autres	Total
		dollars	per cent -- pourcentage						
1967									
Less than \$500,000 -- Moins de \$500,000	86	14,263,055	55.9	4.8	3.6	12.2	21.0	2.5	100.0
\$ 500,000 - \$ 2,499,999	58	60,402,332	48.9	14.8	5.3	10.8	19.0	1.2	100.0
2,500,000 - 4,999,999	11	35,071,128	41.3	24.8	2.8	9.8	21.2	0.1	100.0
5,000,000 - 9,999,999	8	56,131,368	32.2	42.8	0.7	8.6	15.7	-	100.0
10,000,000 - 14,999,999	4	52,590,051	33.8	34.8	2.4	12.6	16.4	-	100.0
15,000,000 and over -- et plus	9	201,634,426	33.9	30.6	4.2	12.1	19.0	0.2	100.0
Total	175	420,092,360	37.2	29.1	3.5	11.3	18.5	0.4	100.0
1968									
Less than \$500,000 -- Moins de \$500,000	83	13,347,185	59.4	5.2	2.4	8.2	22.6	2.2	100.0
\$ 500,000 - \$ 2,499,999	56	60,414,302	47.0	16.8	4.3	12.0	18.5	1.4	100.0
2,500,000 - 4,999,999	12	40,487,498	38.0	27.8	2.5	9.1	22.5	0.1	100.0
5,000,000 - 9,999,999	7	47,156,383	31.0	38.8	2.3	11.8	16.1	--	100.0
10,000,000 - 14,999,999	3	35,820,094	32.2	43.3	0.3	8.1	16.1	-	100.0
15,000,000 and over -- at plus	10	219,402,433	32.2	32.3	3.0	12.7	19.6	0.2	100.0
Total	171	416,627,895	35.6	30.4	2.8	11.6	19.2	0.4	100.0

(1) Excluding billings for market surveys and other services not commissionable. -- Sans les études des marchés et autres services non rémunérés à la commission.

TABLE 6. Percentage Distribution of Advertising Billings by Medium, 1968
(Agencies classified by Amount of Total Annual Billings)

TABLÉAU 6. Répartition proportionnelle du chiffre d'affaires de publicité, par support publicitaire, 1968
(Agences classées selon leur chiffre d'affaires annuel)

Amount of annual billings -- Chiffre d'affaires annuel	Number of firms -- Nombre d'agences	Total advertising billings(1) -- Total, chiffre d'affaires de publicité(1)	Distribution of advertising billings -- Répartition du chiffre d'affaires de publicité						
			Publications	Television -- Télévision	Other visual -- Autres moyens visuels	Radio	Sales promotion material -- Matériel de stimulation de la vente	Other -- Autres	Total
		dollars	per cent -- pourcentage						
Less than \$500,000 -- Moins de \$500,000	83	13,794,740	70.0	6.3	4.1	9.0	9.5	1.1	100.0
\$ 500,000 - \$ 2,499,999	56	61,735,790	55.2	18.4	5.9	12.7	7.2	0.6	100.0
2,500,000 - 4,999,999	12	40,641,537	47.4	33.6	3.9	9.7	4.5	0.9	100.0
5,000,000 - 9,999,999	7	47,698,951	37.6	45.1	2.5	13.0	1.8	--	100.0
10,000,000 - 14,999,999	3	36,150,642	40.0	49.7	1.9	8.4	-	-	100.0
15,000,000 and over -- et plus	10	221,791,147	40.0	39.1	3.7	14.7	2.5	-	100.0
Total	171	421,812,807	43.7	36.0	3.8	13.0	3.3	0.2	100.0

(1) Excluding billings for market surveys, research and other fees, but including production work by agency staff. -- Sans les études des marchés, les recherches et les autres frais, mais y compris le travail de production du personnel des agences.

DOMINION BUREAU OF STATISTICS
Merchandising and Services Division
OTTAWA

If you did not
operate last year
please note on
form and return

ADVERTISING AGENCIES
1968

Taken in conformity with the requirements of The Statistics Act, chapter 257, revised Statutes of Canada, 1952. Your figures will be treated with strict confidence.

Please correct any mistakes in name or address

1. FORM OF ORGANIZATION - (check one box)

- Individual proprietorship Partnership Incorporated Company Other (specify) _____

2. NUMBER OF OFFICES

How many offices (including head office if in Canada) were operated during 1968?

3. WORKING PROPRIETORS - (Not applicable to incorporated companies)

How many proprietors were actively engaged in the business during 1968?

(a) Male

(b) Female

4. PAID EMPLOYEES AND PAYROLL

(a) What was the average number of employees during the year? Include executives of incorporated companies but not proprietors of unincorporated firms.

(i) Male

(ii) Female

(b) What was the total amount paid to the above employees in salaries, wages, commissions, bonuses, leave pay or payments in kind? Report the full amount before deductions. Include the salaries of working executives of incorporated companies but do not include the withdrawals of working proprietors of unincorporated businesses.

\$ (omit cents)

5. GROSS ADVERTISING BILLINGS TO CLIENTS - All advertising billings (whether commissions payable by media or clients) including charges for work done by your own staff.

Note: If commissions are split with other agencies in Canada, billings should be adjusted accordingly.

It is important that we have a breakdown for this section. Please estimate if figures are not available.

Space or time charges	Production charges	Total
\$ (omit cents)		
(a) Advertising in printed media		
(b) Television advertising		
(c) All other visual advertising (billboards, posters, exterior displays, etc.)		
(d) Radio advertising		
(e) Sales promotion material, printed material and other types of promotion material used for advertising purposes		
(f) Other advertising billings (explain on reverse)		

(a) Advertising in printed media

(b) Television advertising

(c) All other visual advertising (billboards, posters, exterior displays, etc.)

(d) Radio advertising

(e) Sales promotion material, printed material and other types of promotion material used for advertising purposes

(f) Other advertising billings (explain on reverse)

(g) Total advertising billings

(h) How much of the above production charges represents work done by your own staff? An estimate will suffice if figures are not available

6. OTHER GROSS BILLINGS TO CLIENTS - Market surveys, sales analysis and other research; public relations work and fees for other services rendered

7. GROSS OPERATING REVENUE:

(a) Commissions or fees earned (from media or clients) on all advertising billings excluding charges for work done by your own staff, i.e., on item 5 (g) minus item 5 (h). Exclude cash discounts if possible. If included place a check (✓) here

Please indicate whether the revenue from advertising billings was derived principally from: (a) Commissions or

(b) Fees

(b) Gross billings for work done by your own staff - enter item 5 (b)

(c) Other gross billings to clients - enter item 6

(d) Other gross operating revenue, if any. Specify main items below. Exclude cash discounts, if possible, rental income or other items not considered as operating revenue of an agency. If cash discounts cannot be excluded place a check (✓) here

(e) Total gross operating revenue (sum of 7 (a) to (d))

8. NET PROFIT OR LOSS

What was the net profit (or loss) before income taxes in 1968?

{ (a) Profit

or

{ (b) Loss

Period covered by this report from _____ to _____

Name	Title	Telephone number	Date of this report
------	-------	------------------	---------------------

BUREAU FÉDÉRAL DE LA STATISTIQUE
 Division du commerce et des services
 OTTAWA

Si cette firme n'était pas en activité l'an passé, l'indiquer sur le questionnaire et le retourner

AGENCES DE PUBLICITÉ
 1968

Effectué en conformité des dispositions de la loi sur la statistique, chapitre 257, Statuts révisés du Canada, 1952. Vos chiffres demeureront strictement confidentiels.

Prière de corriger toute erreur dans le nom ou l'adresse

1. GENRE D'ORGANISATION - (cocher un cadre)

- Particulier Société Entreprise constituée Autres (spécifier) _____

2. NOMBRE DE BUREAUX

Combien de bureaux (y compris le bureau principal) votre maison a-t-elle exploités au Canada en 1968?

3. PROPRIÉTAIRES ACTIFS - (le cas ne s'applique pas aux entreprises constituées)

Combien de propriétaires ont activement participé à l'exploitation de l'entreprise en 1968?

a) Hommes

b) Femmes

4. EMPLOYÉS RÉMUNÉRÉS ET PAYÉS

a) Nombre moyen d'employés durant l'année. Inclure les directeurs des entreprises constituées mais non les propriétaires des entreprises non constituées.

i) Hommes

ii) Femmes

b) Montant global versé aux employés mentionnés ci-dessus en salaires, gages, commissions, bonis, paie de congé et les pniements en nature. Déclarer le plein montant avant déductions. Inclure les salaires ou traitement des directeurs actifs des sociétés constituées mais non les retraits des entreprises non constituées.

Nombre

\$ (omettre les cents)

5. MONTANT BRUT DES FACTURES PUBLICITAIRES AUX CLIENTS -

Toutes factures publicitaires (que les commissions soient versées par les organismes publicitaires ou les clients) y compris les frais pour travaux exécutés par votre propre personnel.

Nota: Si les commissions ont été partagées avec d'autres agences au Canada, les facturages doivent être rectifiés en conséquence.

a) Publicité dans les imprimés

b) Publicité à la télévision

c) Toute autre publicité par moyens visuels (panaux-réclame, affiches, étalages extérieurs, etc.)

d) Publicité à la radio

e) Matériel pour promouvoir les ventes, imprimés et tout autre matériel utilisé pour fins publicitaires

f) Autres facturages publicitaires (donner des explications au verso)

g) Total des facturages publicitaires

h) Quelle proportion des frais de production mentionnés ci-dessus représente du travail exécuté par votre propre personnel? Une estimation suffira si les chiffres ne sont pas connus

Il est important de décomposer les chiffres de la présente section. Des estimations suffiront si les chiffres ne sont pas connus.

Frais d'espace ou de durée	Frais de production	Total
	\$ (omettre les cents)	

6. AUTRES FACTURAGES BRUTS DES CLIENTS - Enquêtes sur les marchés, études des ventes et autres recherches; relations publiques, campagnes de ventes et cachets pour autres services rendus

7. RECETTES BRUTES D'EXPLOITATION:

a) Commissions ou cachets perçus (provenant des organismes publicitaires ou des clients) pour toutes insertions de publicité, sans les frais exigés pour le travail exécuté par votre propre personnel (5 g) moins 5 h) indiqués ci-dessus. Exclure les escomptes comptants, si possible. S'ils sont inclus, pointer ainsi (✓) ici

Veillez indiquer si le revenu des facturages publicitaires provient surtout de: commissions ou honoraires

b) Facturages bruts pour le travail exécuté par votre propre personnel - inscrire ici l'article 5b)

c) Autres facturages bruts des clients - inscrire ici l'article 6

d) Autres recettes brutes d'exploitation, s'il en est. Indiquer ci-après les principaux postes. Exclure les escomptes comptants, si possible. Le revenu provenant du loyer ou d'autres postes non jugés comme étant des recettes d'exploitation d'une agence. Si l'on ne peut exclure les escomptes comptants, mettre une coche (✓) ici

e) Recettes globales brutes d'exploitation (la somme de 7 a) à d)

8. PROFIT OU PERTE NETS

Quelle a été le profit net (ou la perte nette) avant les retenus pour l'impôt sur le revenu en 1968? { a) Profit ou b) Perte

Période couverte par ce rapport du _____ au _____

Nom	Titre	Numéro de téléphone	Date de ce rapport
			1968

STATISTICS CANADA LIBRARY
BIBLIOTHÈQUE STATISTIQUE CANADA



1010651280