

# Advertising agencies

1972

# Agences de publicité

1972





STATISTICS CANADA — STATISTIQUE CANADA  
Merchandising and Services Division — Division du commerce et des services

## ADVERTISING AGENCIES

---

## AGENCES DE PUBLICITÉ

1972

*Published by Authority of*  
The Minister of Industry, Trade and Commerce

---

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

January - 1974 - Janvier  
S-3404-525

Price—Prix: 50 cents

Statistics Canada should be credited when republishing all or any part of this document  
Reproduction autorisée sous réserve d'indication de la source: Statistique Canada

Information Canada  
Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada 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.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

SIGNES CONVENTIONNELS

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

- .. 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.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis les totaux ne correspondent pas toujours.

1972

1972

IntroductionIntroduction

In 1972, the 189 advertising agencies included in the survey reported gross advertising billings to clients totalling \$535,065,705 and included media billings of \$415,250,213; production charges of \$107,953,488 and other billings amounting to \$11,862,004. Other billings include activities such as marketing and media research; public relations work, translation services, sales analysis and sales campaigns. Gross revenue amounted to \$92,063,968 and net profit (before income taxes) was reported at \$9,363,609.

En 1972, les 189 agences de publicité comprises dans l'enquête ont déclaré un chiffre d'affaires total, brut, de \$535,065,705, ce qui comprend un chiffre d'affaires à l'égard des supports publicitaires de \$415,250,213; les frais de production se sont élevés à \$107,953,488 et les autres services à \$11,862,004. Les autres chiffres d'affaires comprennent des services tels que la commercialisation et les recherches sur les supports publicitaires, le travail de relations publiques, les services de traduction, l'analyse des ventes et les campagnes de vente. Les recettes brutes se sont élevées à \$92,063,968 et le bénéfice net (avant les déductions d'impôts) à \$9,363,609.

It should be noted that comparable 1971 advertising agency data will not be available because the program was not conducted for that year. For 1971, some limited data will be available in the 1971 publications of the Census of Merchandising and Services. The 1972 results have, therefore, been compared to the published 1970 figures.

Il est à noter que les données de même nature sur les agences de publicité ne sont pas disponibles pour 1971, l'enquête n'ayant pas été effectuée cette année-là. Quelques renseignements, de nature plus limitée, seront disponibles pour 1971 dans les publications traitant du Recensement du Commerce et des Services de 1971. Les résultats obtenus pour 1972 sont donc comparés aux chiffres publiés pour 1970.

Total Billings, Gross Revenue and Net ProfitChiffre d'affaires total, recettes brutes et bénéfice net

As shown in Table 1, total billings increased from \$470,352,117 in 1970 to \$535,065,705 in 1972, an increase of 13.8%. Advertising billings increased by 13.1% (from \$462,731,972 to \$523,203,701) between the two years while other billings from marketing and media research, public relations and other such services increased by 55.7% (from \$7,620,145 to \$11,862,004).

Comme l'indique le tableau 1, le chiffre d'affaires total a augmenté de 13.8% passant de \$470,352,117 en 1970 à \$535,065,705 en 1972. Le chiffre d'affaires de publicité a augmenté de 13.1% (de \$462,731,972 à \$523,203,701) dans l'intervalle de ces deux années tandis que les autres chiffres d'affaires provenant de la commercialisation, des recherches sur les supports publicitaires, des relations publiques et d'autres services de ce genre ont augmenté de 55.7% (de \$7,620,145 à \$11,862,004).

Gross revenue increased to \$92,063,968 in 1972, up 11.1% over the \$82,895,710 reported in 1970. Gross revenue from advertising billings rose by 12.4% while reported gross revenue from marketing and media research, public relations and other such services decreased by 10.0% between the two years. Other gross operating revenue (i.e. retainers, fees) showed a decrease of 9.3% between 1970 and 1972. During this same period net profit (before deductions for income taxes) increased by 22.1%.

Les recettes brutes se sont élevées à \$92,063,968 soit 11.1% d'augmentation par rapport aux \$82,895,710 de 1970. Les recettes brutes de publicité ont augmenté de 12.4% tandis que les recettes brutes de la commercialisation, des recherches sur les supports publicitaires, des relations publiques et d'autres services du même genre ont diminué de 10.0% dans l'intervalle de ces deux années. Les autres recettes brutes d'exploitation (c.-à-d. les honoraires reçus d'avance) ont diminué de 9.3% entre 1970 et 1972. Durant la même période, le bénéfice net (avant les retenues pour l'impôt), a augmenté de 22.1%.

Please note that gross revenue data for the years 1969, 1970 and 1972 are comparable to one another. The data for the years 1964 to 1968, though comparable between these years, are not comparable to 1969, 1970 and 1972 (Table 1). This was brought about by a change in the 1969 questionnaire design which substantially altered the data reported for the question relating to gross revenue from market surveys, research and other services.

Veillez noter que les recettes brutes des années 1969, 1970 et 1972 peuvent être comparées entre elles. Les renseignements relatifs aux années 1964 à 1968 peuvent être comparés entre eux mais ne peuvent pas être comparés aux renseignements de 1969, 1970 et 1972 (tableau 1). La raison en est un changement introduit dans la formulation du questionnaire de 1969, changement qui a considérablement modifié la nature des renseignements fournis quant aux recettes brutes au titre d'études de marché, de la recherche et d'autres services.

Employment and Salaries and WagesEmploi et rémunération

Data relating to employment and salaries and wages is presented in tables 2 and 3. Advertising agencies reported a total of 4,474 employees including 2,308 males and 2,166 females and salaries and wages totalling \$53,014,072. Employment data reported for 1972 is not comparable to any of the previous years. This was due to a change in the 1972 concept which required respondents to report employment for the last complete week (or closest pay period) of September instead of an annual average number of employees as requested for previous years.

Les renseignements ayant trait à l'emploi et à la rémunération sont résumés aux tableaux 2 et 3. Les agences de publicité ont déclaré avoir employé 4,474 personnes dont 2,308 employés de sexe masculin et 2,166 employés de sexe féminin, et avoir payé \$53,014,072 en rémunération. Les données sur l'emploi de 1972 ne peuvent être comparées à aucune de celles des années précédentes, du fait d'un changement de formulation introduit dans le questionnaire de cette année là. En effet, alors qu'au cours des années précédentes on demandait d'indiquer le nombre de personnes employées en moyenne par année, en 1972, on a demandé d'indiquer le nombre d'employés ayant travaillé pendant la dernière semaine complète de septembre ou pendant la période de paie la plus rapprochée.



### Concentration

In 1972, a total of 25 firms were classified to the two larger size groups (over \$5,000,000 in billings) reporting \$410,115,089 in advertising billings or 76.6 % of the total billings in Canada. These same two size groups in 1970, consisting of 22 firms, reported advertising billings of \$340,745,932 representing 72.4 % of total billings.

### Print Media Billings

Of the 189 advertising agencies, 166 showed a breakdown of print media billings by type of print media. The results are summarized in Tables 5 and 6.

### Media Selection

Advertising agencies classified to the three smaller size groups (less than \$5,000,000 in billings) reported the greatest proportion of their total advertising billings within the print media (44.9 % to 61.6 %). This pattern was not duplicated for firms classified to the two larger size groups (over \$5,000,000 in billings). These firms showed 43.1 % and 43.5 % of their respective total billings were generated within the television media.

### Analysis of Advertising Billings

Advertising billings is the amount charged to the customer. This amount is composed of two parts, a fee charged by the media for the rental of time or space and a fee charged by the advertising agency or by a third party to produce the commercial. Table 8 gives the breakdown of advertising billing by kinds of service. The table shows production charges were 20.6 % of advertising billings. It should be noted that production charges of print media are higher than the production charges for radio, television and outdoor and transportation (22.0 % compared to 14.1 %, 7.9 % and 15.7 %).

Table 9 gives the same breakdown between media billings and production charges by size groups.

### Concentration

En 1972, 25 agences étaient classées dans les deux plus grandes catégories (plus de \$5,000,000 de chiffre d'affaires); elles déclaraient au total \$410,115,089 de chiffre d'affaires de publicité soit 76.6 % du chiffre d'affaires total au Canada. Ces deux mêmes catégories comptaient 22 agences en 1970 et déclaraient \$340,745,932 de chiffre d'affaires de publicité, soit 72.4 % du chiffre d'affaire total.

### Chiffre d'affaires, imprimés

Sur les 189 agences de publicité considérées, 166 ont donné la répartition de leur chiffre d'affaires en imprimés selon le genre d'imprimés. Les résultats sont présentés aux tableaux 5 et 6.

### Choix de support publicitaire

Les agences de publicité classées dans les trois plus petites catégories (moins de \$5,000,000 de chiffre d'affaires) ont déclaré que la plus grande partie de leur chiffre d'affaires de publicité provenait des imprimés (de 44.9 % à 61.6 %). Ce qui n'est pas le cas pour les agences classées dans les deux plus grandes catégories (plus de \$5,000,000 de chiffre d'affaires). Ces agences ont déclaré que 43.1 % et 43.5 %, respectivement, de leur chiffre d'affaires de publicité provenait de la télévision.

### Analyse du chiffre d'affaires de publicité

Le chiffre d'affaires de publicité est le montant facturé aux clients. Ce montant se compose de deux parties, les frais de support de publicité pour l'espace ou le temps retenu et les frais de production de l'annonce publicitaire réclamés par l'agence de publicité ou par un tiers. La ventilation du chiffre d'affaires de publicité selon le genre de service est présentée au tableau 8. Le tableau indique que les frais de production constituaient 20.6 % du chiffre d'affaires de publicité. Il faut noter que les frais de production pour imprimés sont plus élevés que les frais de production pour la radio, la télévision, les panneaux-réclame et les affiches utilisées dans les moyens de transport (22.0 % comparé à 14.1 %, 7.9 % et 15.7 %).

Le tableau 9 donne la même ventilation entre frais de support publicitaire et frais de production selon les catégories d'agences.

TABLE 1. Summary Statistics, Advertising Agencies in Canada, 1964-1972

TABLÉAU 1. Statistique récapitulative des agences de publicité au Canada, 1964-1972

Year - Année	Number of firms - Nombre d'agences	Amount of billings - Chiffre d'affaires			Gross revenue on - Recettes brutes au titre de			Other gross operating revenue (retainers, fees where commission is not applicable or was rebatable to the client) - Autres recettes brutes d'exploitation (honoraires dans le cas où l'on ne calcule pas de commission ou que celle-ci a été ristournée au client)	Total		Net profit (before deduction for income taxes) - Bénéfice net (avant déductions des impôts sur le revenu)
		Advertising billings(1) - Chiffre d'affaires de publicité(1)	Market surveys, research and other services - Étude de marché, recherche et autres services	Total	Advertising billings(1) - Chiffre d'affaires de publicité(1)		Market surveys, research and other services(2) - Étude de marché, recherche et autres services(2)		Amount - Montant	Per cent of billings - Pourcentage du chiffre d'affaires	
					Amount - Montant	Par cent of billings - Pourcentage du chiffre d'affaires					
		dollars					dollars				dollars
1964	149	314,354,627	3,785,712	318,140,339	49,619,164	15.8	3,785,712	187,056	53,591,932	16.8	4,081,379
1965	159	358,264,704	4,294,643	362,559,347	56,497,703	15.8	4,294,643	202,368	60,994,714	16.8	5,712,001
1966	165	396,687,409	5,488,460	402,175,869	61,227,597	15.4	5,488,460	199,128	66,915,185	16.6	6,578,493
1967	176	424,845,770	4,749,467	429,595,237	67,871,692	16.0	4,749,467	213,445	72,834,604	17.0	6,019,603
1968	171	421,812,807	4,332,114	426,144,921	67,833,415	16.1	4,332,114	310,745	72,476,274	17.0	4,744,010
1969	163	450,332,349	5,810,461	456,142,810	73,225,447	16.3	3,964,017	1,684,711	78,874,175	17.3	9,388,551
1970	194	462,731,972	7,620,145	470,352,117	78,066,833	16.9	3,824,357	1,004,520	82,895,710	17.6	7,670,258
1972	189	523,203,701	11,862,004	535,065,705	87,712,532	16.8	3,440,291	911,145	92,063,968	17.2	9,363,609

(1) Includes production work done. - Comprend le travail de production.

(2) The 1969 and 1970 data are not comparable to prior years. - Les données de 1969 et de 1970 ne sont pas comparables aux années antérieures.

TABLE 2. Employment and Gross Revenue for 1964-1972

TABLÉAU 2. Emploi et recettes brutes, 1964-1972

Year - Année	Number of firms - Nombre d'agences	Gross revenue - Recettes brutes	Employees(1) - Employés(1)			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	
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
1969	163	78,874,175	2,502	2,374	4,876	46,628,740	59.1
1970	194	82,895,710	2,497	2,353	4,850	49,209,223	59.4
1972	189	92,063,968	2,308	2,166	4,474	53,014,072	57.6

(1) As of the last complete week of September 1972 or closest pay period. - La dernière semaine de paie de septembre 1972 ou la période de paie la plus rapprochée.

TABLE 3. Employment and Net Revenue of Advertising Agencies, 1972, Classified According to Total Billings and Form of Organization

TABLÉAU 3. Emploi et recettes nettes en 1972 des agences de publicité, classées suivant leur chiffre d'affaires total et leur forme d'organisation

Form of organization - Forme d'organisation	Total billings - Chiffre d'affaires total					Total
	Less than - Moins de \$500,000	\$500,000-2,499,999	\$2,500,000-4,999,999	\$5,000,000-9,999,999	\$10,000,000 and over - et plus	
<b>Incorporated firms - Sociétés constituées</b>						
Number of firms - Nombre d'agences	72	64	9	11	14	170
Number of employees - Nombre d'employés	246	735	258	586	2,606	4,431
Salaries and wages - Traitements et salaires	\$ 2,139,401	7,768,488	3,115,620	7,017,832	32,646,807	52,688,148
Net profit (before income taxes) - Bénéfice net (avant déduction des impôts sur le revenu)	\$ 462,860	1,419,792	629,676	1,048,864	5,515,615	9,076,807
<b>Unincorporated firms - Sociétés non constituées</b>						
Number of firms - Nombre d'agences	17	2	-	-	-	19
Number of employees - Nombre d'employés	21	22	-	-	-	43
Salaries and wages - Traitements et salaires	\$ x	x	-	-	-	325,924
Net profit (before proprietors' salaries and income taxes) - Bénéfice net (avant déduction des traitements des propriétaires et des impôts sur le revenu)	\$ x	x	-	-	-	286,802

TABLE 4. Billings of Advertising Agencies, 1964-1972  
Note: Agencies classified by amount of total billings

TABLEAU 4. Chiffre d'affaires des agences de publicité, 1964-1972  
Nota: Agences classées selon leur chiffre d'affaires total

Year - Année	Total billings - Chiffre d'affaires total											
	Less than - Moins de \$500,000		\$500,000- 2,499,999		\$2,500,000- 4,999,999		\$5,000,000- 9,999,999		\$10,000,000 and over - et plus		Total	
	Number of firms - Nombre d'agences	Amount - Montant dollars	Number of firms - Nombre d'agences	Amount - Montant dollars	Number of firms - Nombre d'agences	Amount - Montant dollars	Number of firms - Nombre d'agences	Amount - Montant dollars	Number of firms - Nombre d'agences	Amount - Montant dollars	Number of firms - Nombre d'agences	Amount - Montant dollars
1964	81	14,952,983	44	48,810,741	6	22,613,840	6	38,045,815	12	193,716,960	149	318,140,339
1965	81	14,086,483	53	63,049,366	6	23,440,169	6	37,500,729	13	224,482,600	159	362,559,347
1966	83	14,790,938	52	57,915,159	10	32,603,195	7	49,148,590	13	247,717,987	165	402,175,869
1967	86	15,057,557	58	63,066,955	11	35,731,322	8	57,332,654	13	258,406,749	176	429,595,237
1968	83	13,973,050	56	63,016,996	12	41,052,625	7	48,040,688	13	260,061,562	171	426,144,921
1969	75	13,925,111	56	66,829,989	10	37,819,657	9	61,356,921	13	276,211,132	163	456,142,810
1970	91	15,381,417	68	68,567,816	13	45,656,952	8	53,766,793	14	286,979,139	194	470,352,117
1972	89	18,958,577	66	71,711,790	9	34,280,249	11	76,064,892	14	334,050,197	189	535,065,705

TABLE 5. Print Media Billings by Type of Print Media as Percentage of Total Print Media, 1972  
Note: Agencies classified by amount of total billings

TABLEAU 5. Chiffre d'affaires dans les imprimés par support publicitaire par rapport au montant total du chiffre d'affaires dans les imprimés, 1972  
Nota: Agences classées selon leur chiffre d'affaires total

Total billings - Chiffre d'affaires total	Number of firms - Nombre d'agences	Amount of print media billings - Chiffre d'affaires dans les imprimés	Number of firms showing the breakdown of print media by type - Nombre d'agences donnant la ven- tilation du chiffre d'affaires dans les imprimés par support publicitaire	Amount of print media billings - Chiffre d'affaires dans les imprimés	Per cent - Pour- cen- tage	Daily news- papers - Jour- naux quoti- diens	Week-end (roto) magazines - Journaux de fin de semaine	Weekly semi-weekly tri-weekly newspapers - Journaux hebdomadaire, bihebdoma- daire et trihebdo- madaire	Consumer magazines - Revue de consomma- teurs	Trade papers - Revue pro- fession- nelles	Other print media (yellow pages, farm publications, college papers, etc.) - Autres imprimés (pages jaunes, journaux agricoles, journaux col- légiaux, etc.)
Less than - Moins de \$500,000	89	9,519,481	81	8,690,412	100.0	35.8	3.5	3.7	11.6	35.3	10.1
\$ 500,000-\$2,499,999	66	30,455,037	58	25,567,400	100.0	42.5	7.0	5.0	14.4	23.1	8.0
2,500,000- 4,999,999	9	11,977,423	7	8,301,700	100.0	54.7	x	x	22.2	13.6	x
5,000,000- 9,999,999	11	23,277,956	9	19,388,784	100.0	42.4	x	x	32.3	13.3	x
10,000,000 and over - et plus	14	96,753,418	11	75,226,462	100.0	43.8	9.4	4.9	25.1	12.3	4.5
Total	189	171,983,315	166	137,174,758	100.0	43.5	8.0	4.2	23.1	16.0	5.2

TABLE 6. Print Media Billings by Type of Print Media as Percentage of Individual Print Media, 1972  
Note: Agencies classified by amount of total billings

TABLEAU 6. Chiffre d'affaires dans les imprimés par support publicitaire par rapport au chiffre d'affaires dans chaque support publicitaire, 1972  
Nota: Agences classées selon leur chiffre d'affaires total

Total billings - Chiffre d'affaires total	Number of firms - Nombre d'agences	Amount of print media billings - Chiffre d'affaires dans les imprimés	Number of firms showing the breakdown of print media by type - Nombre d'agences donnant la ven- tilation du chiffre d'affaires dans les imprimés par support publicitaire	Amount of print media billings - Chiffre d'affaires dans les imprimés	Daily news- papers - Jour- naux quoti- diens	Week-end (roto) magazines - Journaux de fin de semaine	Weekly semi-weekly tri-weekly newspapers - Journaux hebdomadaire, bihebdoma- daire et trihebdo- madaire	Consumer magazines - Revue de consomma- teurs	Trade papers - Revue pro- fession- nelles	Other print media (yellow pages, farm publications, college papers, etc.) - Autres imprimés (pages jaunes, journaux agricoles, journaux col- légiaux, etc.)	
											dollars
Less than - Moins de \$500,000	89	9,519,481	81	8,690,412	5.2	2.8	5.5	3.2	14.0	12.4	
\$ 500,000-\$2,499,999	66	30,455,037	58	25,567,400	18.2	16.3	22.3	11.6	26.9	28.8	
2,500,000- 4,999,999	9	11,977,423	7	8,301,700	7.6	x	x	5.8	5.1	x	
5,000,000- 9,999,999	11	23,277,956	9	19,388,784	13.8	x	x	19.8	11.7	x	
10,000,000 and over - et plus	14	96,753,418	11	75,226,462	55.2	64.4	63.3	59.6	42.3	47.6	
Total	%				100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
Total	\$	189	171,983,315	166	137,174,758	59,668,414	11,027,040	5,769,042	31,676,292	21,938,119	7,095,851



TABLE 7. Percentage Distribution of Advertising Billings by Medium, 1972  
(Agencies classified by amount of total billings)

TABLEAU 7. Répartition proportionnelle du chiffre d'affaires de publicité, par support publicitaire, 1972  
(Agences classées selon leur chiffre d'affaires total)

Total billings — Chiffre d'affaires total	Number of firms — Nombre d'agences	Adver- tising billings — Total Chiffre d'affaires de publicité	Distribution of advertising billings — Répartition du chiffre d'affaires de publicité						Total
			Print media — Imprimés	Television — Télévision	Radio	Outdoor and transporta- tion — Supports extérieurs et transport en commun	Direct mail, point of purchase, brochures, catalogues, contests, etc. — Par la poste, aux points de vente, brochures, catalogues, concours, etc.	Other — Autres	
		dollars	per cent — pourcentage						
Less than — Moins de \$500,000 .....	89	18,257,841	61.6	12.2	11.3	2.5	11.2	1.2	100.0
\$ 500,000-\$2,499,999 .....	66	68,756,706	53.4	18.3	15.3	3.4	8.0	1.6	100.0
2,500,000- 4,999,999 .....	9	34,169,555	44.9	29.5	17.7	3.0	x	x	100.0
5,000,000- 9,999,999 .....	11	73,082,122	38.2	43.1	10.9	3.9	x	x	100.0
10,000,000 and over — et plus .....	14	328,937,477	39.3	43.5	11.2	2.9	x	x	100.0
Total .....	189	523,203,701	42.1	38.1	12.1	3.1	4.0	0.6	100.0

TABLE 8. Advertising Billings to Clients by Medium and Kind of Service, 1972

TABLEAU 8. Chiffre d'affaires de publicité, par support publicitaire et genre de service, 1972

Media — Support publicitaire	Media billings — Support publicitaire		Production charges — Frais de production		Total	
	Amount — Montant	Per cent — Pourcentage	Amount — Montant	Per cent — Pourcentage	Amount — Montant	Per cent — Pourcentage
Print media — Imprimés .....	171,983,315	78.0	48,484,485	22.0	220,467,800	100.0
Television — Télévision .....	171,358,572	85.9	28,200,695	14.1	199,559,267	100.0
Radio .....	58,428,260	92.1	5,038,611	7.9	63,466,871	100.0
Outdoor and transportation — A l'extérieur et transport en commun .....	13,480,066	84.3	2,505,263	15.7	15,985,329	100.0
Direct mail, point of purchase, brochures, contests, etc. — Par la poste, aux points de vente, brochures, catalogues, concours, etc. ..	...	...	20,782,268	100.0	20,782,268	100.0
Other — Autres .....	...	...	2,942,166	100.0	2,942,166	100.0
Total .....	415,250,213	79.4	107,953,488	20.6	523,203,701	100.0

TABLE 9. Percentage Distribution of Advertising Billings by Medium and Kind of Service, by Size Group, 1972  
Note: Agencies classified by amount of total billings

TABLEAU 9. Répartition proportionnelle du chiffre d'affaires de publicité, par support et genre de service, par ordre de grandeur, 1972  
Nota: Agences classées selon leur chiffre d'affaires total

Total billings — Chiffre d'affaires total	Total		Media billings — Support publicitaire	Production charges — Frais de production	Total		Media billings — Support publicitaire	Production charges — Frais de production
	amount — montant	per cent — pourcentage			amount — montant	per cent — pourcentage		
			Print media — Imprimés		Television — Télévision			
Less than — Moins de \$500,000 .....	11,268,278	100.0	84.6	15.4	2,231,422	100.0	90.5	9.5
\$ 500,000-\$2,499,999 .....	36,751,566	100.0	82.9	17.1	12,605,675	100.0	84.5	15.5
2,500,000- 4,999,999 .....	15,334,548	100.0	78.1	21.9	10,097,575	100.0	81.8	18.2
5,000,000- 9,999,999 .....	27,920,818	100.0	83.4	16.6	31,503,696	100.0	85.9	14.1
10,000,000 and over — et plus .....	129,212,590	100.0	74.9	25.1	143,120,899	100.0	86.2	13.8
Total .....	220,467,800	100.0	78.0	22.0	199,559,267	100.0	85.9	14.1
			Radio		Outdoor and transportation — Supports extérieurs et transport en commun			
Less than — Moins de \$500,000 .....	2,052,423	100.0	95.9	4.1	451,201	100.0	78.8	21.2
\$ 500,000-\$2,499,999 .....	10,495,330	100.0	92.1	7.9	2,318,421	100.0	83.8	16.2
2,500,000- 4,999,999 .....	6,045,856	100.0	90.9	9.1	1,011,863	100.0	85.9	14.1
5,000,000- 9,999,999 .....	7,973,366	100.0	92.5	7.5	2,855,910	100.0	88.7	11.3
10,000,000 and over — et plus .....	36,899,896	100.0	91.9	8.1	9,347,934	100.0	83.2	16.8
Total .....	63,466,871	100.0	92.1	7.9	15,985,329	100.0	84.3	15.7





Division du commerce et des services

**AGENCES DE PUBLICITÉ, 1972**

Renvoyer un exemplaire dûment rempli dans les 30 jours suivant la réception.

Déclaration exigée en vertu de la Loi sur la statistique, chapitre 15, Statuts du Canada de 1970-71-72.

(English copies available on request)

Corriger le nom et l'adresse, s'il y a lieu

**DIRECTIVE**

Faites porter votre déclaration sur l'année financière (l'année normale d'affaires) se terminant entre le 1er avril 1972 et le 31 mars 1973.

**1. FORME JURIDIQUE** (cocher une case)

Entreprise individuelle  Société en nom collectif  Entreprise constituée en corporation  Autre (préciser) \_\_\_\_\_

**2. NOMBRE DE BUREAUX**

Combien de bureaux (y compris le siège social, s'il se trouve au Canada) votre entreprise a-t-elle exploités au cours de la période de référence? \_\_\_\_\_

**3. PROPRIÉTAIRES ACTIFS** (ne s'applique pas aux entreprises constituées en corporation)

Combien de propriétaires ont activement participé à l'exploitation de l'entreprise au cours de la période de référence? \_\_\_\_\_

**4. SALARIÉS ET RÉMUNÉRATION**

a) Nombre de salariés au cours de la dernière semaine complète de septembre ou de la période de paye la plus rapprochée. Inclure les administrateurs actifs des entreprises constituées en corporation mais non les propriétaires d'entreprises individuelles.

i) Hommes \_\_\_\_\_

ii) Femmes \_\_\_\_\_

b) Rémunération totale des salariés au cours de l'année financière, y compris les commissions, primes, congés payés et paiements en nature. Comptez aussi les traitements des administrateurs actifs des entreprises constituées en corporation, à l'exception toutefois des retraits des propriétaires actifs des entreprises individuelles. Déclarez la rémunération brute, avant déductions.

Nombre
1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100
101
102
103
104
105
106
107
108
109
110
111
112
113
114
115
116
117
118
119
120
121
122
123
124
125
126
127
128
129
130
131
132
133
134
135
136
137
138
139
140
141
142
143
144
145
146
147
148
149
150
151
152
153
154
155
156
157
158
159
160
161
162
163
164
165
166
167
168
169
170
171
172
173
174
175
176
177
178
179
180
181
182
183
184
185
186
187
188
189
190
191
192
193
194
195
196
197
198
199
200
201
202
203
204
205
206
207
208
209
210
211
212
213
214
215
216
217
218
219
220
221
222
223
224
225
226
227
228
229
230
231
232
233
234
235
236
237
238
239
240
241
242
243
244
245
246
247
248
249
250
251
252
253
254
255
256
257
258
259
260
261
262
263
264
265
266
267
268
269
270
271
272
273
274
275
276
277
278
279
280
281
282
283
284
285
286
287
288
289
290
291
292
293
294
295
296
297
298
299
300

**5. CHIFFRE D'AFFAIRES DE PUBLICITÉ**

Inscrire sous "Chiffre d'affaires par support publicitaire", le montant exact facturé aux clients. Cette rubrique contiendra principalement le montant net des factures plus la commission (ne tenez pas compte des commissions retournées aux clients), le coût des émissions dans le cas de la publicité à la télévision et à la radio, plus les autres frais exigés par les stations, les réseaux ou les exécutants. Sous "Frais de production", inscrire le montant des sommes facturées aux clients pour tous les travaux publicitaires, y compris les maquettes, scénarios, etc. Les montants comprendront le montant net des factures relatives aux frais exigés par les studios d'art, les maisons de production, les artistes indépendants et les exécutants qui ont participé à la réalisation de messages publicitaires, les soldes de compte, plus les frais pour le travail de production du personnel de l'agence, plus les commissions à l'exclusion de celles qui sont retournées aux clients. Si les commissions sont partagées avec d'autres agences au Canada, veuillez faire les rectifications nécessaires. Faire de chiffres exacts, veuillez donner une estimation aussi précise que possible.

Support publicitaire	Chiffre d'affaires par support publicitaire \$ (omettre les cents)	Frais de production \$ (omettre les cents)	Total \$ (omettre les cents)
i) Quotidiens .....			
ii) Journaux de fin de semaine .....			
iii) Journaux hebdomadaire, bihebdomadaire et trihebdomadaire .....			
iv) Revue des consommateurs .....			
v) Revues professionnelles .....			
vi) Autres imprimés (par exemple, les pages jaunes, les journaux agricoles, les journaux collégiaux, etc.) .....		\$ (omettre les cents)	\$ (omettre les cents)
a) Total, imprimés .....			
b) Télévision .....			
c) Radio .....			
d) Publicité extérieur et transports en commun .....			
e) Publicité par la poste, aux points de vente, brochures, catalogues, concours, etc. (inclure les frais de poste comme "Frais de production") .....			
f) Autres (publicité dans les cinémas, création d'étiquettes, graphisme, expositions commerciales, etc.) .....		\$ (omettre les cents)	
<b>Chiffre d'affaires de publicité, total</b> .....			

**6. CHIFFRE D'AFFAIRES DE SERVICES NON PUBLICITAIRES** - commercialisation et recherches sur les supports publicitaires, travail de relations publiques, services de traduction, analyses des ventes, campagnes de vente, etc.

**7. CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL (SUPPORTS DE PUBLICITÉ, PRODUCTION ET SERVICES) (5 + 6)**

		\$ (omettre les cents)
<b>8. RECETTES BRUTES DE PUBLICITÉ</b> , c'est-à-dire, recettes afférentes au chiffre d'affaires déclaré à la question 5 (inclure les réceptes retenus).		
a) Recettes provenant des supports de publicité	1) Commissions .....	_____
	2) Honoraires .....	_____
b) Recettes provenant du travail de production effectué par votre personnel .....		_____
c) Recettes provenant du travail de production effectué à l'extérieur (commissions et honoraires) .....		_____
d) <b>RECETTES TOTALES BRUTES PROVENANT DE LA PUBLICITÉ</b> .....		_____
<b>9. RECETTES BRUTES DE SERVICES NON PUBLICITAIRES</b> , c'est-à-dire, recettes afférentes au chiffre d'affaires déclaré à la question 6 .....		
_____		
<b>10. AUTRES RECETTES BRUTES D'EXPLOITATION</b> – tels les honoraires reçus d'avance (précisez) .....		
_____		
<b>11. TOTAL DES RECETTES BRUTES D'EXPLOITATION</b> (8(d) + 9 + 10) .....		
_____		
<b>12. BÉNÉFICE NET (OU PERTE NETTE) AYANT LES RETENUES POUR L'IMPÔT</b> a) Bénéfice .....		
_____		
b) Perte .....		
_____		

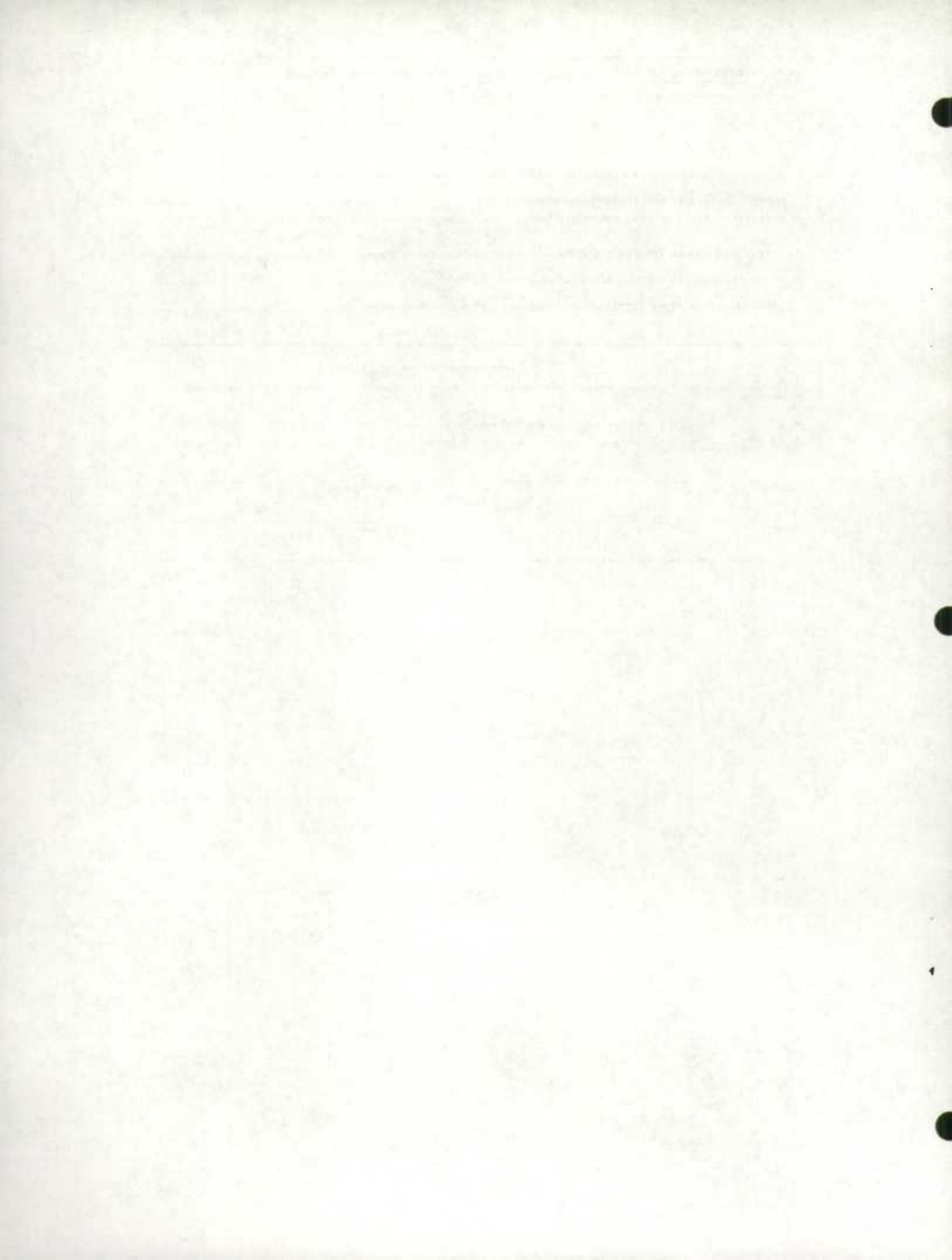
**ATTESTATION**

Je, soussigné, certifie que les renseignements donnés dans cette déclaration sont, à ma connaissance, exacts et complets, et qu'ils visent la période allant:

de \_\_\_\_\_ 19 \_\_\_\_\_ au \_\_\_\_\_ 19 \_\_\_\_\_

Nom (en caractères moulés)	Titre (ou fonction)
Signature	Numéro de téléphone
Adresse	Date de la déclaration







STATISTICS CANADA LIBRARY  
BIBLIOTHÈQUE STATISTIQUE CANADA



1010651284