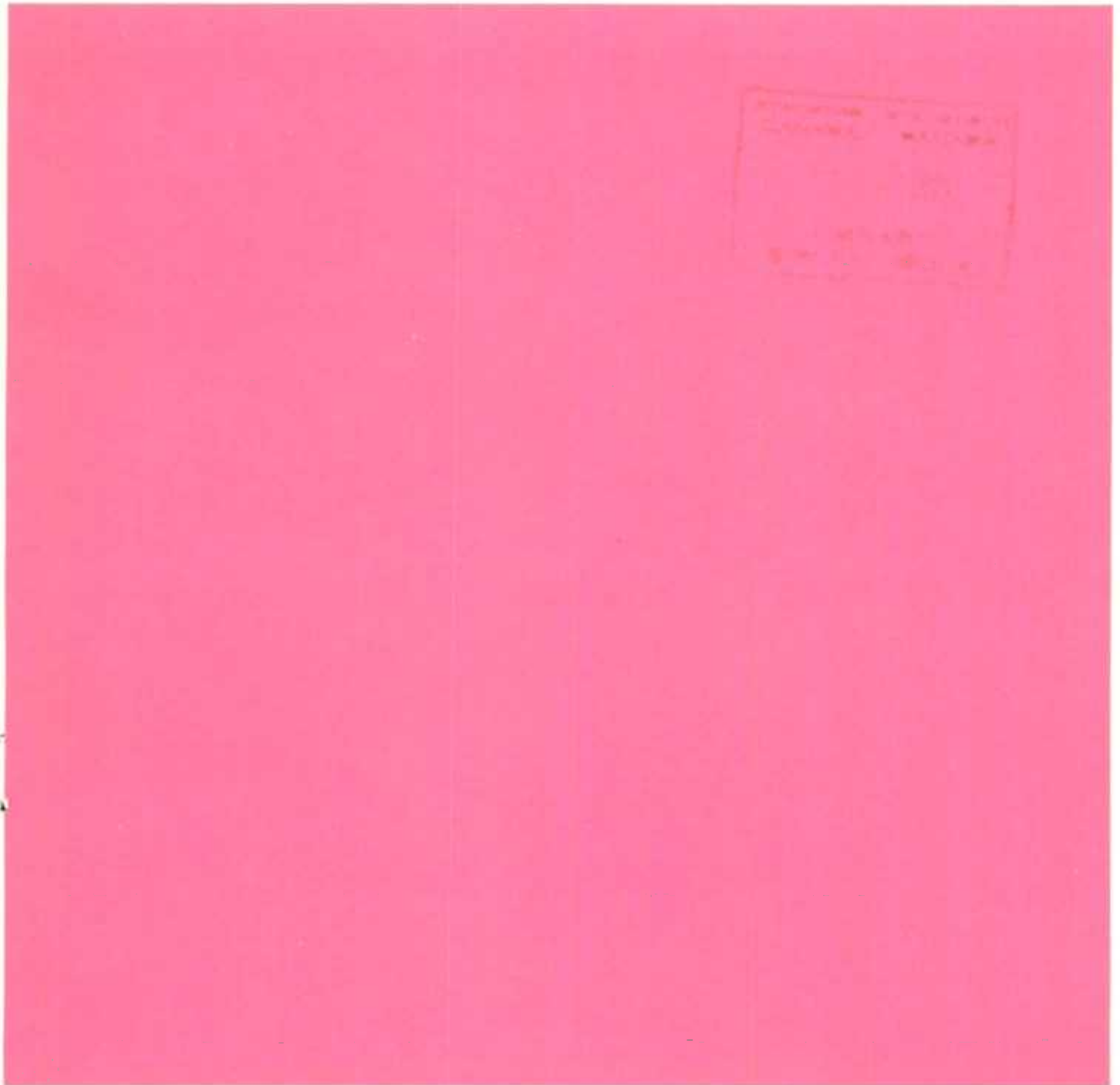


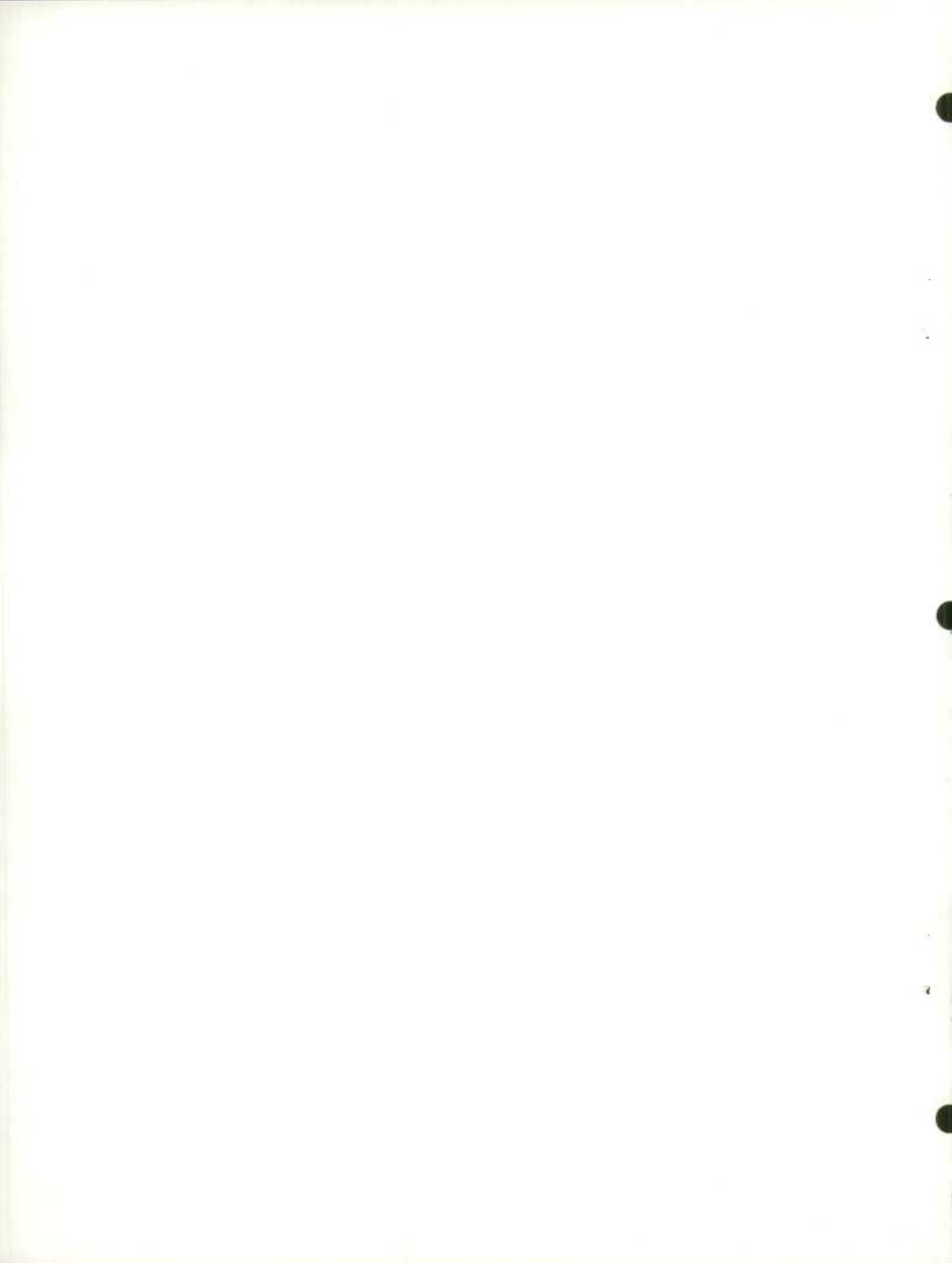
Advertising agencies

1973

Agences de publicité

1973





ADVERTISING AGENCIES

AGENCES DE PUBLICITÉ

1973

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

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

December - 1974 - Décembre
5-3404-525

Price—Prix: 70 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

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.
- F 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.
- F 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.

INTRODUCTION

In 1973, the 211 advertising agencies included in the survey reported gross billings to clients totaling \$586.2 million and included media billings of \$462.5 million, production charges of \$114.6 million and other billings amounting to \$9.0 million. Other billings include activities such as marketing and media research, public relations work, translation services, sales analysis and sales campaigns. Gross revenue amounted to \$103.7 million and net profit (before income taxes) was reported at \$9.5 million.

En 1973 les 211 agences de publicité comprises dans l'enquête ont déclaré un chiffre d'affaires brut, de \$586.2 millions, ce qui comprend un chiffre d'affaires à l'égard des supports publicitaires de \$462.5 millions, les frais de production se sont élevés à \$114.6 millions et les autres services à \$9.0 millions. 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 \$103.7 millions et le bénéfice net (avant les déductions d'impôts) à \$9.5 millions.

Total Billings, Gross Revenue and Net Profit

As shown in Table 1, total billings increased from \$535.1 million in 1972 to \$586.2 million in 1973, an increase of 9.5%. Advertising billings increased by 10.3% (from \$523.2 million to \$577.1 million) while other billings from marketing and media research, public relations and other such services decreased by 24.4% (from \$11.9 million to \$9.0 million).

Chiffre d'affaires total, recettes brutes et bénéfice net

Comme l'indique le tableau 1, le chiffre d'affaires total a augmenté de 9.5 % passant de \$535.1 millions en 1972 à \$586.2 millions en 1973. Le chiffre d'affaires de publicité a augmenté de 10.3 % (de \$523.2 à \$577.1 millions) 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 diminué de 24.4 % (de \$11.9 millions à \$9.0 millions).

Gross revenue increase to \$103.7 million in 1973 up 12.6% over the \$92.1 million reported in 1972. Gross revenue from advertising billings rose by 12.9% while reported gross revenue from marketing and media research, public relations and other such services increased by 7.9%. Other gross operating revenue (i.e. retainers, fees) showed an increase of 1.9% between 1972 and 1973. During this same period net profit (before deductions for income taxes) increased by 1.1%.

Les recettes brutes se sont élevées à \$103.7 millions soit 12.6 % d'augmentation par rapport aux \$92.1 millions de 1972. Les recettes brutes de publicité ont augmenté de 12.9 % 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 augmenté de 7.9 %. Les autres recettes brutes d'exploitation (c.-à-d. les honoraires reçus d'avance) ont augmenté de 1.9 % entre 1972 et 1973. Durant la même période, le bénéfice net (avant les retenues pour l'impôt), a augmenté de 1.1 %.

Please note that gross revenue data for the years 1969 to 1973 are comparable to one another; however they are not comparable to the gross revenue data reported for the years 1964 to 1968 (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 données sur les recettes brutes pour les années 1969 à 1973 sont comparables entre elles, toutefois, elles ne sont pas comparables aux données sur les recettes brutes déclarées pour les années 1964 à 1968 (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, Salaries and Wages

Data relating to employment, salaries and wages is presented in Tables 2 and 3. Advertising agencies reported a total of 4,866 employees including 2,427 males and 2,439 females. Salaries and wages totalled \$59.6 million. Employment data reported for 1972 and 1973 are 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.

Emploi et rémunération

Les données relatives aux effectifs et aux salaires et traitements sont présentés aux tableaux 2 et 3. Les agences de publicité ont déclaré un effectif total de 4,866 employés soit 2,427 hommes et 2,439 femmes et des traitements et salaires \$59.6 millions. Les données sur l'emploi de 1972 et 1973 ne peuvent être comparées à aucune de celles des années précédentes, du fait d'un changement de formulation introduit dans le questionnaire de 1972. 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.

Employment, salaries and wages, and net profit data for the 188 incorporated firms are summarized in Table 3. The remaining 23 unincorporated firms reported 69 employees with salaries and wages of \$526,000 and net profit (before income taxes) at \$530,000.

Les données sur les effectifs, les salaires et traitements et les bénéfices nets des 188 entreprises constituées en corporation sont résumées au tableau 3. Les 23 autres entreprises non constituées en corporation ont déclaré un effectif de 69 employés dont les salaires et traitements s'élevaient à \$526,000, et des bénéfices nets (avant impôts) de \$530,000.

Concentration

In 1973, a total of 25 firms were classified to the two larger size groups (over \$5,000,000 in billings) reporting \$430.2 million in advertising billings or 73.4% of the total billings in Canada. These same two size groups in 1972, consisting of 25 firms, reported advertising billings of \$402.0 million representing 75.1% of total billings.

Concentration

In 1973, 25 agences étaient classées dans les deux plus grandes catégories (plus de \$5,000,000 de chiffre d'affaires); elles déclaraient au total \$430.2 millions de chiffre d'affaires de publicité soit 73.4 % du chiffre d'affaires total au Canada. Ces deux mêmes catégories comptaient 25 agences en 1972 et déclaraient \$402.0 millions de chiffre d'affaires de publicité, soit 75.1 % du chiffre d'affaires total.

Print Media Billings

Of the 211 advertising agencies 180 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 (53.7% to 60.6%). This pattern was not duplicated for firms classified to the two larger size groups (\$5,000,000-\$9,999,999 and \$10,000,000 and over). These firms showed 50.4% and 46.8% 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 19.9% 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 (19.7% compared to 8.2%, 16.7% and 14.9%).

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

Chiffre d'affaires, imprimés

Sur les 211 agences de publicité considérées, 180 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 53.7 % à 60.6 %). Ce qui n'est pas le cas pour les agences classées dans les deux plus grandes catégories (\$5,000,000-\$9,999,999 et \$10,000,000 et plus). Ces agences ont déclaré que 50.4 % et 46.8 %, respectivement, de leur chiffre d'affaires de publicité provenant 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 19.9 % 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 (19.7 % comparé à 8.2 %, 16.7 % et 14.9 %).

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, 1964-1973
 TABLEAU 1. Statistique récapitulative des agences de publicité au Canada, 1964-1973

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 gross operating revenue - Total des recettes brutes d'exploitation		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	Per cent of billings - Pourcentage du chiffre d'affaires
					Amount - Montant	Per cent of billings - Pourcentage du chiffre d'affaires							
				\$'000					\$'000		\$'000		
1964	149	314,355	3,785	318,140	49,619	15.8	3,786	187	53,592	16.8	4,081		
1965	159	358,265	4,294	362,559	56,498	15.8	4,295	202	60,995	16.8	5,712		
1966	165	396,687	5,489	402,176	61,228	15.4	5,488	199	66,915	16.6	6,578		
1967	176	424,846	4,749	429,595	67,872	16.0	4,750	213	72,835	17.0	6,020		
1968	171	421,813	4,332	426,145	67,833	16.1	4,332	311	72,476	17.0	4,744		
1969	163	450,332	5,811	456,143	73,225	16.3	3,964	1,685	78,874	17.3	9,389		
1970	194	462,732	7,620	470,352	78,067	16.9	3,824	1,005	82,896	17.6	7,670		
1971(3)		
1972	189	523,204	11,862	535,066	87,713	16.8	3,440	911	92,064	17.2	9,364		
1973	211	577,117	9,045	586,162	99,026	17.2	3,713	928	103,667	17.7	9,464		

(1) Includes production work done. - Comprend le travail de production.
 (2) The 1969 to 1973 data are not comparable to prior years. - Les données de 1969 à 1973 ne sont pas comparables aux années antérieures.
 (3) Comparable data for 1971 is not available. Limited data will be available from the 1971 Census of Merchandising and Services. - Des données comparables ne sont pas disponibles pour 1971. Quelques données seront disponibles dans la publication de 1971 du recensement du commerce et des services.

TABLE 2. Employment and Gross Revenue for 1964-1973

TABLEAU 2. Emploi et recettes brutes, 1964-1973

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		
			number - nombre				
		\$'000			\$'000		
1964	149	53,592	2,375	2,078	4,453	61.9	
1965	159	60,995	2,491	2,207	4,698	60.7	
1966	165	66,915	2,574	2,399	4,973	60.9	
1967	176	72,835	2,618	2,520	5,138	60.5	
1968	171	72,476	2,511	2,408	4,919	61.6	
1969	163	78,874	2,502	2,374	4,876	59.1	
1970	194	82,896	2,497	2,353	4,850	59.4	
1971(2)	
1972	189	92,064	2,308	2,166	4,474	57.6	
1973	211	103,667	2,427	2,439	4,866	57.5	

(1) As of the last complete week of September 1973 or closest pay period. - La dernière semaine de paie de septembre 1973 ou la période de paie la plus rapprochée.
 (2) Comparable data for 1971 is not available. Limited data will be available from the 1971 Census of Merchandising and Services. - Des données comparables ne sont pas disponibles pour 1971. Quelques données seront disponibles dans la publication de 1971 du recensement du commerce et des services.

TABLE 3. Employment Salaries and Wages and Net profit of Incorporated Advertising Agencies, 1973, classified according to Total Gross Billings

TABLEAU 3. Effectifs, salaires et traitement et profit net des agences de publicité, constituées en société, classées suivant leur chiffre d'affaires total brut, 1973

Item - Article	Total gross billings - Chiffre d'affaires total brut					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	
Number of firms - Nombre d'agences	74	76	13	9	16	188
Number of employees - Nombre d'employés	251	804	372	448	2,922	4,797
Salaries and wages - Traitements et salaires \$'000	1,889	9,553	4,359	5,065	38,168	59,033
Net profit (before income taxes) - Bénéfice net (avant déduction des impôts sur le revenu) \$'000	213	1,630	456	1,169	5,468	8,934

TABLE 4. Billings of Advertising Agencies, 1964-1973

Note: Agencies classified by amount of total billings

TABLEAU 4. Chiffre d'affaires des agences de publicité, 1964-1973

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 \$'000	Number of firms — Nombre d'agences	Amount — Montant \$'000	Number of firms — Nombre d'agences	Amount — Montant \$'000	Number of firms — Nombre d'agences	Amount — Montant \$'000	Number of firms — Nombre d'agences	Amount — Montant \$'000	Number of firms — Nombre d'agences	Amount — Montant \$'000
1964	81	14,953	44	48,811	6	22,614	6	38,046	12	193,716	149	318,140
1965	81	14,086	53	63,049	6	23,440	6	37,501	13	224,483	159	362,559
1966	83	14,791	52	57,915	10	32,603	7	49,149	13	247,718	165	402,176
1967	86	15,057	58	63,067	11	35,731	8	57,333	13	258,407	176	429,595
1968	83	13,973	56	63,017	12	41,053	7	48,041	13	260,061	171	426,145
1969	75	13,925	56	66,830	10	37,820	9	61,357	13	276,211	163	456,143
1970	91	15,381	68	68,568	13	45,657	8	53,767	14	286,979	194	470,352
1971(1)
1972	89	18,959	66	71,712	9	34,280	11	76,065	14	334,050	189	535,066
1973	95	18,273	77	85,123	14	48,238	9	65,180	16	369,348	211	586,162

(1) Comparable data for 1971 is not available. Limited data will be available from the 1971 Census of Merchandising and Services. — Des données comparables ne sont pas disponibles pour 1971. Quelques données seront disponibles dans la publication de 1971 du recensement du commerce et des services.

TABLE 5. Print Media Billings by Type of Print Media as Percentage of Total Print Media, 1973

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, 1973

Nota: Agences classées selon leur chiffre d'affaires total

Total billings — Chiffre d'affaires total	Number of firms — Nombre d'agen- ces	Amount of print media billings — Chiffre d'affaires dans les imprimés \$'000	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 \$'000	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 profession- 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	95	9,221	80	8,374	100.0	34.9	2.3	4.7	8.1	34.4	15.6
\$ 500,000-\$2,499,999	77	36,334	69	32,768	100.0	37.8	5.9	7.5	13.9	27.6	7.3
2,500,000- 4,999,999	14	21,419	8	13,157	100.0	44.7	x	x	23.2	14.6	3.9
5,000,000- 9,999,999	9	17,180	9	17,180	100.0	47.4	x	x	38.7	5.5	2.9
10,000,000 and over — et plus	16	109,232	14	89,597	100.0	42.9	10.4	2.9	29.2	11.6	3.0
Total	211	193,386	180	161,076	100.0	42.1	8.2	3.9	25.5	15.7	4.6

TABLE 6. Print Media Billings by Type of Print Media as Percentage of Individual Print Media, 1973

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, 1973

Nota: Agences classées selon leur chiffre d'affaires total

Total billings — Chiffre d'affaires total	Number of firms — Nombre d'agen- ces	Amount of print media billings — Chiffre d'affaires dans les imprimés \$'000	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 \$'000	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 profession- 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	95	9,221	80	8,374	4.3	1.5	6.3	1.6	11.4	15.6
\$ 500,000-\$2,499,999	77	36,334	69	32,768	18.3	14.4	39.6	11.1	35.9	37.3
2,500,000- 4,999,999	14	21,419	8	13,157	8.7	x	x	7.4	7.6	6.9
5,000,000- 9,999,999	9	17,180	9	17,180	12.0	x	x	16.2	3.8	6.9
10,000,000 and over — et plus	16	109,232	14	89,597	56.7	69.7	41.3	63.7	41.3	38.3
Total	211	193,386	180	161,076	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Total	211	193,386	180	161,076	67,787	13,323	6,219	41,127	25,216	7,404

TABLE 7. Percentage Distribution of Advertising Billings by Medium, 1973
(Agencies classified by amount of total billings)

TABLEAU 7. Répartition proportionnelle du chiffre d'affaires de publicité, par support publicitaire, 1973
(Agences classées selon leur chiffre d'affaires total)

Total billings — Chiffre d'affaires total	Number of firms — Nombre d'agences	Advertis- 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 transportation — 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		
									per cent — pourcentage	
Less than — Moins de \$500,000	95	17,734	60.6	10.8	11.0	3.0	12.5	2.1	100.0	
\$ 500,000-\$2,499,999	77	82,268	53.7	19.1	16.7	2.6	7.0	0.9	100.0	
2,500,000- 4,999,999	14	46,938	55.5	20.1	13.6	5.2	x	x	100.0	
5,000,000- 9,999,999	9	64,509	31.9	50.4	11.8	2.7	x	x	100.0	
10,000,000 and over — et plus	16	365,668	38.1	46.8	10.6	2.6	1.6	0.3	100.0	
Total	211	577,117	41.7	40.0	11.9	2.8	2.9	0.7	100.0	

TABLE 8. Advertising Billings to Clients by Medium and Kind of Service, 1973

TABLEAU 8. Chiffre d'affaires de publicité, par support publicitaire et genre de service, 1973

Media — Support publicitaire	Media billings — Support publicitaire		Production charges — Frais de production		Total	
	Amount	Per cent	Amount	Per cent	Amount	Per cent
	Montant \$'000	Pourcentage	Montant \$'000	Pourcentage	Montant \$'000	Pourcentage
Print media — Imprimés	193,386	80.3	47,380	19.7	240,766	100.0
Television — Télévision	192,171	83.3	38,512	16.7	230,683	100.0
Radio	63,045	91.8	5,651	8.2	68,696	100.0
Outdoor and transportation — À l'extérieur et transport en commun	13,923	85.1	2,433	14.9	16,356	100.0
Direct mail, point of purchase, brochures, contests, etc. — Par la poste, aux points de vente, brochures, catalogues, concours, etc.	16,889	100.0	16,889	100.0
Other — Autres	3,727	100.0	3,727	100.0
Total	462,525	80.1	114,592	19.9	577,117	100.0

TABLE 9. Percentage Distribution of Advertising Billings by Medium and Kind of Service, by Size Group, 1973
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, 1973
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
	\$'000	per cent — pourcentage			\$'000	per cent — pourcentage		
	Print media — Imprimés		Television — Télévision		Outdoor and transportation — Supports extérieurs et transport en commun		Radio	
Less than — Moins de \$500,000	10,753	100.0	85.8	14.2	1,917	100.0	77.5	22.5
\$ 500,000-\$2,499,999	44,207	100.0	82.2	17.8	15,733	100.0	84.6	15.4
2,500,000- 4,999,999	26,060	100.0	82.2	17.8	9,433	100.0	81.4	18.6
5,000,000- 9,999,999	20,561	100.0	83.6	16.4	32,544	100.0	86.6	13.4
10,000,000 and over — et plus	139,185	100.0	78.5	21.5	171,056	100.0	82.7	17.3
Total	240,766	100.0	80.3	19.7	230,683	100.0	83.3	16.7
Less than — Moins de \$500,000	1,958	100.0	89.5	10.5	527	100.0	78.6	21.4
\$ 500,000-\$2,499,999	13,749	100.0	90.9	9.1	2,156	100.0	85.9	14.1
2,500,000- 4,999,999	6,377	100.0	92.4	7.6	2,460	100.0	87.3	12.7
5,000,000- 9,999,999	7,648	100.0	92.1	7.9	1,719	100.0	89.1	10.9
10,000,000 and over — et plus	38,964	100.0	92.0	8.0	9,494	100.0	84.0	16.0
Total	68,696	100.0	91.8	8.2	16,356	100.0	85.1	14.9

ADVERTISING AGENCIES, 1973

Complete and mail one copy within 30 days of receipt

Collected under authority of Statistics Act, Chapter 15, Statutes of Canada 1970-71-72

(Exemplaires français disponibles sur demande)

Revise name or address if not correct

INSTRUCTIONS

Report for your fiscal year (normal business year) ending at any time between April 1, 1973 and March 31, 1974.

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 the reporting period? **Number**

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

How many proprietors were actively engaged in the business during the reporting period?

4. PAID EMPLOYEES AND PAYROLL

(a) Number of paid employees during the last complete week of September or closest pay period. Include working executives of incorporated companies but not proprietors of unincorporated businesses. (i) Male

(ii) Female

\$ (omit cents)

(b) Total salaries and wages paid to employees during the business year. Include commissions, bonuses, leave pay and payments in kind. Include the salaries of working executives of incorporated companies but do not include the withdrawals of working proprietors of unincorporated businesses. Report gross pay before deductions.

5. GROSS ADVERTISING BILLINGS TO CLIENTS

Quote "Media Billings" exactly as billed to client. Principally, this will include net billings plus commissions (exclude commissions retained by the client), cost of programs in TV and radio program advertising, plus any other charges by station, network or performer. Under "Production Charges" include all billings to clients for actually producing print and other advertising and commercials, include copy boards, etc. This will include net billings for charges by art studios, production houses, freelancers, performers used in commercials, residuals, plus charges for work done by agency staff, plus commissions (exclude those rebated to the client). If commissions are split with other agencies in Canada, adjust billings accordingly. If exact figures are not available, please estimate carefully.

Media	Media billings \$ (omit cents)	Production charges \$ (omit cents)	Total \$ (omit cents)
(i) Daily newspapers			
(ii) Week-end (rotor) magazines			
(iii) Weekly, semi-weekly, tri-weekly newspapers			
(iv) Consumer magazines			
(v) Trade papers			
(vi) Other print media (e.g. Yellow Pages, farm publications, college papers, etc.)			
(a) Total print media		\$ (omit cents)	\$ (omit cents)
(b) Television			
(c) Radio			
(d) Outdoor and transportation			
(e) Direct mail, point of purchase, brochures, catalogues, contests, etc. (include mailing cost in "production charges")			
(f) Other (movie theatre advertising, labels, logos, trade shows, etc.)			
Total gross advertising billings to clients	\$ (omit cents)		

6. OTHER GROSS BILLINGS TO CLIENTS - marketing and media research, public relations work, translation services, sales analyses, sales campaigns, etc.

7. TOTAL GROSS BILLINGS TO CLIENTS FOR MEDIA, PRODUCTION AND SERVICES (5 + 6)

AGENCES DE PUBLICITÉ, 1973

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 1973 et le 31 mars 1974.

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.

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 ristournées 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 ristournées aux clients). Si les commissions sont partagées avec d'autres agences au Canada, veuillez faire les rectifications nécessaires. Faute 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	Total
i) Quotidiens			
ii) Journaux de fin de semaine			
iii) Journaux hebdomadaire, bihebdomadaire et trihebdomadaire			
iv) Revues 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)	
Chiffre d'affaires de publicité, total			

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)

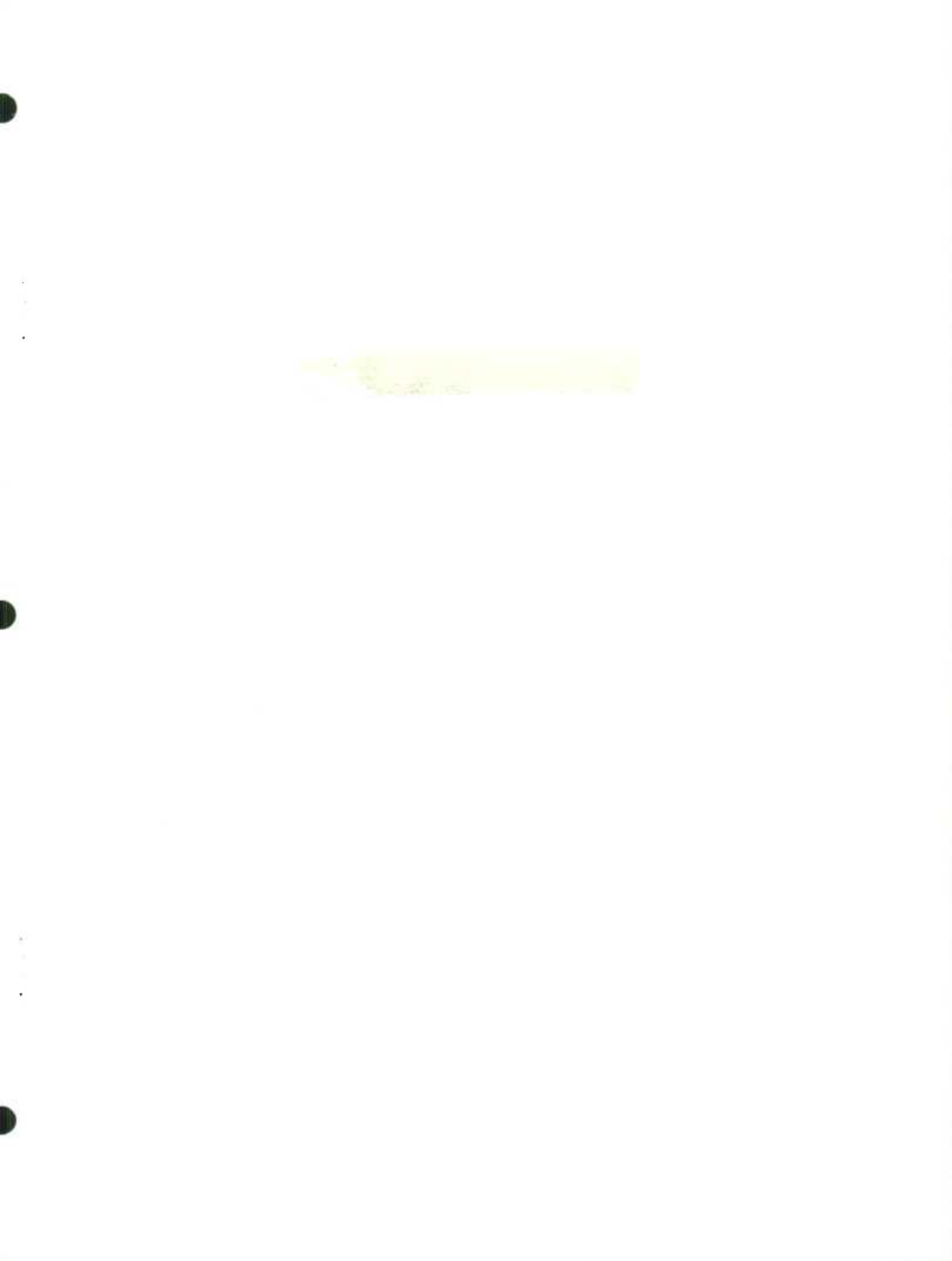
8. RECETTES BRUTES DE PUBLICITÉ, c'est-à-dire, recettes afférentes au chiffre d'affaires déclaré à la question 5 (inclure les escomptes retenus).	5 (Comptez les zéros)
a) Recettes provenant des supports de publicité:	
i) Commissions	
ii) Honoraires	
b) Recettes provenant du travail de production effectué par votre personnel	
c) Recettes provenant du travail de production effectué à l'extérieur (commissions et honoraires)	
d) RECETTES TOTALES BRUTES PROVENANT DE LA PUBLICITÉ	
9. RECETTES BRUTES DE SERVICES NON PUBLICITAIRES, c'est-à-dire, recettes afférentes au chiffre d'affaires déclaré à la question 6	
10. AUTRES RECETTES BRUTES D'EXPLOITATION — tels les honoraires reçus d'avance (précisez)	
11. TOTAL DES RECETTES BRUTES D'EXPLOITATION (8(d) + 9 + 10)	
12. BÉNÉFICE NET (OU PERTE NETTE) AVANT LES RETENUES POUR L'IMPÔT 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

du _____ 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



1010651285