

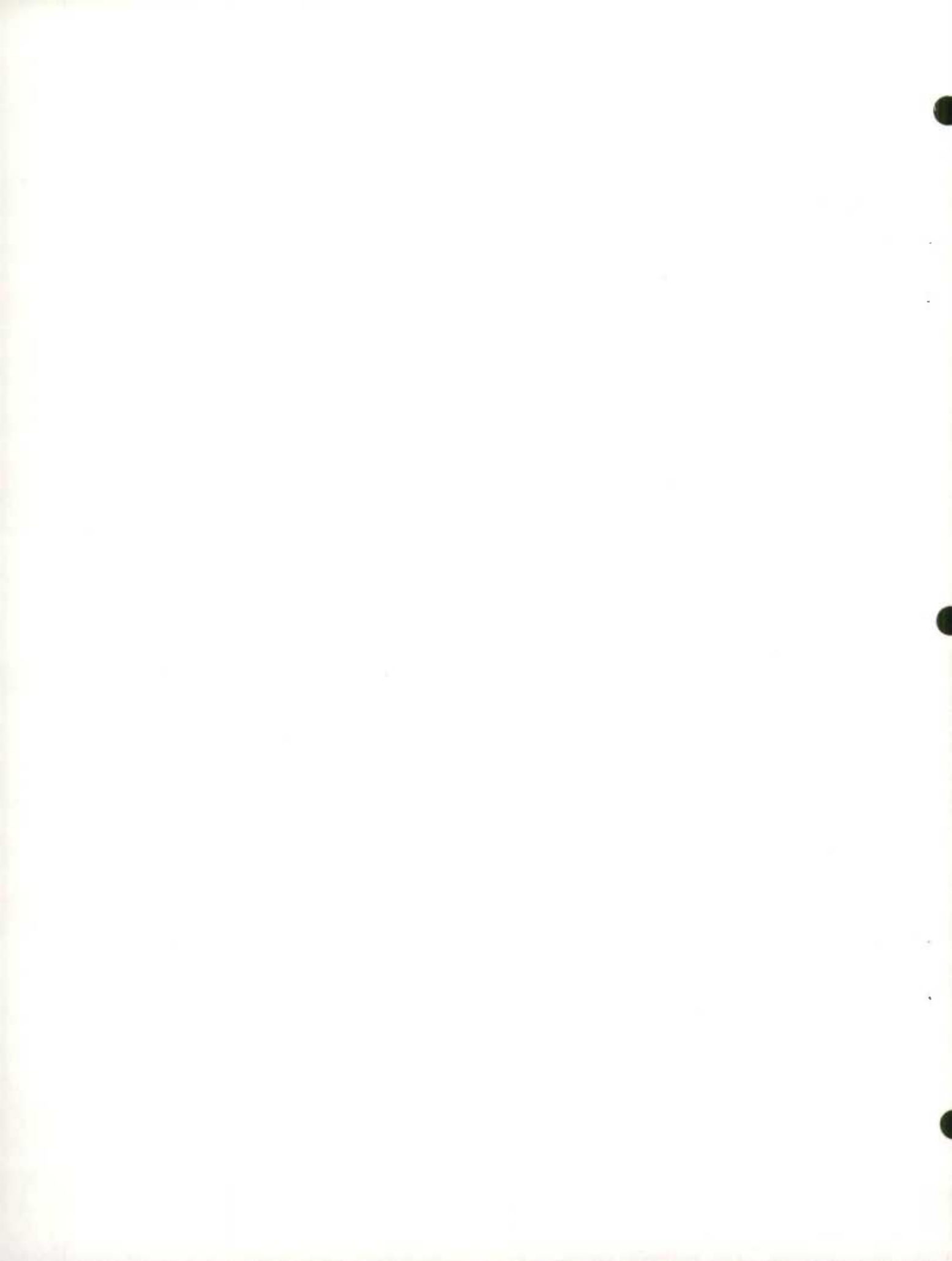
Advertising agencies

1974

Agences de publicité

1974





ADVERTISING AGENCIES

AGENCES DE PUBLICITÉ

1974

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

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

January - 1976 - Janvier
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.
- 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.

INTRODUCTION

In 1974, the 220 advertising agencies included in the survey reported gross billings to clients totaling \$675.8 million and included media billings of \$535.9 million, production charges of \$121.4 million and other billings amounting to \$18.6 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 \$115.4 million and net profit (before income taxes) was reported at \$10.2 million.

Total Billings, Gross Revenue and Net Profit

As shown in Table 1, total billings increased from \$586.2 million in 1973 to \$675.8 million in 1974, an increase of 15.3%. Advertising billings increased by 13.9% (from \$577.1 million to \$657.2 million) while other billings from marketing and media research, public relations and other such services increased by 105.5% (from \$9.0 million to \$18.6 million).

Gross revenue increased to \$115.4 million in 1974, up 11.3% over the \$103.7 million reported in 1973. Gross revenue from advertising billings rose by 10.1% while reported gross revenue from marketing and media research, public relations and other such services increased by 43.0%. Other gross operating revenue (i.e. retainers, fees) showed an increase of 13.1% between 1973 and 1974. During this same period net profit (before deductions for income taxes) increased by 7.2%.

Please note that gross revenue data for the years 1969 to 1974 are comparable to one another; however they are not comparable to the gross revenue data reported for the years 1965 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.

Employment, Salaries and Wages

Data relating to employment, salaries and wages is presented in Tables 2 and 3. Advertising agencies reported a total of 5,080 employees including 2,543 males and 2,537 females. Salaries and wages totalled \$66.6 million. Employment data reported for 1972, 1973 and 1974 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.

Employment, salaries and wages, and net profit data for the 199 incorporated firms are summarized in Table 3. The remaining 21 incorporated firms reported 26 employees with salaries and wages of \$151,000 and net profit (before income taxes) at \$245,000.

Concentration

In 1974 a total of 27 firms were classified to the two larger size groups (over \$5,000,000 in billings) and reported \$492.1 million in advertising billings. This accounted for 72.8% of the total billings in Canada. In 1973 these same two size groups consisted of 25 firms who reported advertising billings of \$430.2 million which represented 73.4% of total billings.

En 1974 les 220 agences de publicité comprises dans l'enquête ont déclaré un chiffre d'affaires brut, de \$675.8 millions, ce qui comprend un chiffre d'affaires à l'égard des supports publicitaires de \$535.9 millions, les frais de production se sont élevés à \$121.4 millions et les autres services à \$18.6 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 \$115.4 millions et le bénéfice net (avant les déductions d'impôts) à \$10.2 millions.

Chiffre d'affaires total, recettes brutes et bénéfice net

Comme l'indique le tableau 1, le chiffre d'affaires total a augmenté de 15.3 % passant de \$586.2 millions en 1973 à \$675.8 millions en 1974. Le chiffre d'affaires de publicité a augmenté de 13.9 % (de \$577.1 à \$657.2 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 augmenté de 105.5 % (de \$9.0 millions à \$18.6 millions).

Les recettes brutes se sont élevées à \$115.4 millions soit 11.3 % d'augmentation par rapport aux \$103.7 millions de 1973. Les recettes brutes de publicité ont augmenté de 10.1 % 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 43.0 %. Les autres recettes brutes d'exploitation (c.-à-d. les honoraires reçus d'avance) ont augmenté de 13.1 % entre 1973 et 1974. Durant la même période, le bénéfice net (avant les retenues pour l'impôt), a augmenté de 7.2 %.

Veillez noter que les données sur les recettes brutes pour les années 1969 à 1974 sont comparables entre elles, toutefois, elles ne sont pas comparables aux données sur les recettes brutes déclarées pour les années 1965 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.

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 5,080 employés soit 2,543 hommes et 2,537 femmes et des traitements et salaires \$66.6 millions. Les données sur l'emploi de 1972, 1973 et 1974 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.

Les données sur les effectifs, les salaires et traitements et les bénéfices nets des 199 entreprises constituées en corporation sont résumées au tableau 3. Les 21 autres entreprises non constituées en corporation ont déclaré un effectif de 26 employés dont les salaires et traitements s'élevaient à \$151,000, et des bénéfices nets (avant impôts) de \$245,000.

Concentration

En 1974, 27 agences étaient classées dans les deux plus grandes catégories (plus de \$5,000,000 de chiffre d'affaires); elles déclaraient au total \$492.1 millions de chiffre d'affaires de publicité soit 72.8 % du chiffre d'affaires total au Canada. Ces deux mêmes catégories comptaient 25 agences en 1973 et déclaraient \$430.2 millions de chiffre d'affaires de publicité, soit 73.4 % du chiffre d'affaires total.

Print Media Billings

Of the 220 advertising agencies 203 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 four smallest size groups (less than \$10,000,000 in billings) reported the greatest proportion of their total advertising billings within the print media (62.9% to 40.4%). Firms classified to the largest size group (\$10,000,000 and over) showed the greatest proportion of their total advertising billings generated within the television media (49.6%).

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 amounted to 18.5 % 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 (18.0% compared to 10.0% 14.4% and 10.9%).

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

Chiffre d'affaires, imprimés

Sur les 220 agences de publicité considérées, 103 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 quatre plus petites catégories (moins de \$10,000,000 de chiffre d'affaires) ont déclaré que la plus grande partie de leur chiffre d'affaires de publicité provenait des imprimés (de 62.9 % à 40.4 %). Les agences de publicité classées dans la catégorie la plus importante (\$10,000,000 et plus) ont déclaré que la plus grande partie de leur chiffre d'affaires de publicité provenait de messages publicitaires télédiffusés (49.6 %).

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 18.5 % 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 (18.0 % comparé à 10.0 %, 14.4 % et 10.9 %).

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, 1965-1974

TABLÉAU 1. Statistique récapitulative des agences de publicité au Canada, 1965-1974

Year - Année	Number of firms - Nombre d'agences	Amount of billings - Chiffre d'affaires			Gross revenue from - 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							
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 ^c	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		
1974	220	657,209	18,591	675,800	109,063	16.6	5,308	1,050	115,421	17.1	10,150		

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

(2) The 1969 to 1974 data are not comparable to prior years. - Les données de 1969 à 1974 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 1965-1974

TABLÉAU 2. Emploi et recettes brutes, 1965-1974

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				
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	
1974	220	115,421	2,543	2,537	5,080	57.7	

(1) As of the last complete week of September 1974 or closest pay period. - La dernière semaine de paie de septembre 1974 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, 1974, classified according to Total Gross Billings

TABLÉAU 3. Effectifs, salaires et traitement, et profit net des agences de publicité, constituées en société, classées suivant leur chiffre d'affaires total brut, 1974

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 - at plus	
Number of firms - Nombre d'agences	71	86	15	10	17	199
Number of employees - Nombre d'employés	263	854	442	523	2,972	5,054
Salaries and wages - Traitements et salaires \$'000	2,289	10,325	5,279	6,713	41,832	66,438
Net profit (before income taxes) - Bénéfice net (avant réduction des impôts sur le revenu)	350	2,132	711	1,382	5,330	9,905

TABLE 7. Percentage Distribution of Advertising Billings by Medium, 1974
(Agencies classified by amount of total billings)

TABLEAU 7. Répartition proportionnelle du chiffre d'affaires de publicité, par support publicitaire, 1974
(Agencas classées selon leur chiffre d'affaires total)

Total billings — Chiffre d'affaires total	Number of firms — Nombre d'agences	Advertis- ing 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, etc. — Par la poste, aux points de vente, brochures, catalogues, concours, etc.	Other — Autres		
			per cent - pourcentage							
Less than - Moins de \$500,000	92	\$18,062	62.9	5.0	11.0	4.0	16.0	1.1	100.0	
\$ 500,000-\$2,499,999	86	94,325	54.1	18.9	16.1	2.8	6.7	1.4	100.0	
2,500,000- 4,999,999	15	52,734	51.5	24.3	14.3	3.8	x	x	100.0	
5,000,000- 9,999,999	10	68,180	40.4	39.4	15.1	1.2	x	x	100.0	
10,000,000 and over - et plus	17	423,908	35.2	49.6	10.9	2.4	1.7	.2	100.0	
Total	220	657,209	40.5	40.9	12.4	2.4	3.2	.6	100.0	

TABLE 8. Advertising Billings to Clients by Medium and Kind of Service, 1974

TABLEAU 8. Chiffre d'affaires de publicité, par support publicitaire et genre de service, 1974

Media - Véhicule publicitaire	Media billings — Support publicitaire		Production charges — Frais de production		Total	
	Amount	Per cent	Amount	Per cent	Amount	Per cent
	Montant	Pourcentage	Montant	Pourcentage	Montant	Pourcentage
	\$'000		\$'000		\$'000	
Print media - Imprimés	218,270	82.0	47,924	18.0	266,194	100.0
Television - Télévision	229,950	85.6	38,687	14.4	268,637	100.0
Radio	73,185	90.0	8,136	10.0	81,321	100.0
Outdoor and transportation - À l'extérieur et transport en commun	14,450	89.1	1,776	10.9	16,226	100.0
Direct mail, point of purchase, brochures, contests, etc. - Par la poste, aux points de vente, brochures, catalogues, concours, etc.	21,004	100.0	21,004	100.0
Other - Autres	3,827	100.0	3,827	100.0
Total	535,855	81.5	121,354	18.5	657,209	100.0

TABLE 9. Percentage Distribution of Advertising Billings by Medium and Kind of Service, by Size Group, 1974

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, 1974

Note: Agencas 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	\$'000	per cent - pourcentage	\$'000	per cent - pourcentage			
	Print media - Imprimés				Television - Télévision					
Less than - Moins de \$500,000	11,361	100.0	87.4	12.6	904	100.0	88.3	11.7		
\$ 500,000-\$2,499,999	51,034	100.0	82.9	17.1	17,849	100.0	83.5	16.5		
2,500,000- 4,999,999	27,141	100.0	88.6	11.4	12,806	100.0	79.2	20.8		
5,000,000- 9,999,999	27,519	100.0	82.2	17.8	26,889	100.0	87.3	12.7		
10,000,000 and over - et plus	149,139	100.0	80.0	20.0	210,189	100.0	85.9	14.1		
Total	266,194	100.0	82.0	18.0	268,637	100.0	85.0	14.4		
			Radio				Outdoor and transportation — Supports extérieurs et transport en commun			
Less than - Moins de \$500,000	1,989	100.0	92.2	7.8	727	100.0	83.4	16.6		
\$ 500,000-\$2,499,999	15,137	100.0	90.3	9.7	2,662	100.0	79.1	20.9		
2,500,000- 4,999,999	7,566	100.0	87.6	12.4	2,002	100.0	89.1	10.9		
5,000,000- 9,999,999	10,288	100.0	86.1	13.9	798	100.0	84.2	15.8		
10,000,000 and over - et plus	46,341	100.0	91.1	8.9	10,037	100.0	92.5	7.5		
Total	81,321	100.0	90.0	10.0	16,226	100.0	89.1	10.9		

ADVERTISING AGENCIES, 1974

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, 1974 and March 31, 1975.

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? _____

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	Number
	(ii) Female	
(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.		\$ (omit cents)

5. GROSS ADVERTISING BILLINGS TO CLIENTS
 Quote "Media Billings" exactly as billed to client. Principally, this will include net billings plus commission (exclude commissions rebated to the client), cost of programs in TV and radio program advertising, plus any other charges by station, network or performers. 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	Total
(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)

<p>8. GROSS REVENUE FROM ADVERTISING BILLINGS, i.e. revenue from billings reported in question 5 (include cash accounts retained).</p> <p>(a) Revenue from media billings: i) Commissions</p> <p style="padding-left: 100px;">ii) Fees</p> <p>(b) Revenue from production work done by your own staff</p> <p>(c) Revenue from outside production work (commissions or fees)</p> <p>(d) TOTAL GROSS REVENUE FROM ADVERTISING BILLINGS (8(a) + 8(b) + 8(c))</p> <p>9. GROSS REVENUE FROM OTHER GROSS BILLINGS, i.e. revenue from billings reported in question 6</p> <p>10. OTHER GROSS OPERATING REVENUE - such as retainers (specify)</p> <p>11. TOTAL GROSS OPERATING REVENUE (8(d) + 9 + 10)</p> <p>12. NET PROFIT (OR LOSS) BEFORE INCOME TAXES</p> <p style="padding-left: 100px;">(a) Profit</p> <p style="padding-left: 100px;">(b) Loss</p>	<p>\$ (omit cents)</p>
--	------------------------

CERTIFICATE

THIS IS TO CERTIFY that the information contained in this report is correct and complete to the best of my knowledge and belief, and covers the period

from _____ 19 _____ to _____ 19 _____

Name of person responsible for completed form (please print)		Title
Address	Postal code	Telephone number and area code
Signature		Date of this report

Division du commerce et des services

AGENCES DE PUBLICITÉ, 1974

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 1974 et le 31 mars 1975.

1. FORME JURIDIQUE (cocher une case)

Entreprise individuelle Société en nom collectif Entreprise constituée en corporation Autre (précisez)

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 traitements des propriétaires actifs des entreprises individuelles. Déclarez la rémunération brute, avant déductions.

Nombre

\$ (omettre les cents)

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. 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 \$ (omettre les cents)	Total \$ (omettre les cents)
i) Quotidiens			
ii) Journaux de fin de semaine			
iii) Journaux hebdomadaire, bihebdomadaire et trihebdomadaire		Aucun chiffre ne doit être déclaré dans le grisé des colonnes	
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")	Aucun chiffre ne doit être déclaré dans le grisé des colonnes		
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)

(AU VERSO)

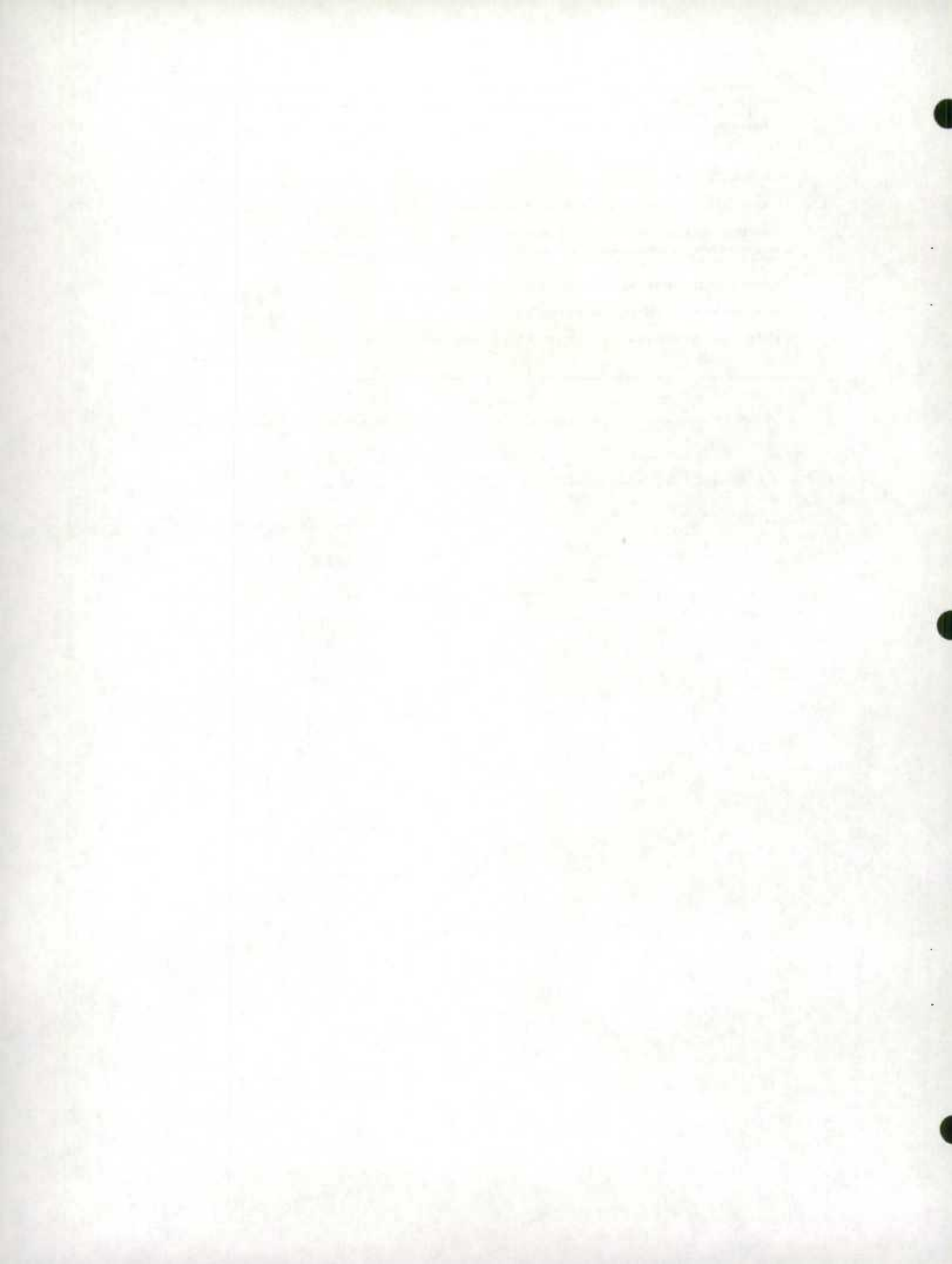
<p>8. RECETTES BRUTES DE PUBLICITÉ, c'est-à-dire, recettes afférentes au chiffre d'affaires déclaré à la question 5 (inclure les escomptes retenus).</p> <p>a) Recettes provenant des supports de publicité:</p> <p style="padding-left: 100px;">i) Commissions</p> <p style="padding-left: 100px;">ii) Honoraires</p> <p>b) Recettes provenant du travail de production effectué par votre personnel</p> <p>c) Recettes provenant du travail de production effectué à l'extérieur (commissions et honoraires)</p> <p>d) RECETTES TOTALES BRUTES PROVENANT DE LA PUBLICITÉ (8a) + 8b) + 8c)</p> <p>9. RECETTES BRUTES DE SERVICES NON PUBLICITAIRES, c'est-à-dire, recettes afférentes au chiffre d'affaires déclaré à la question 6</p> <p>10. AUTRES RECETTES BRUTES D'EXPLOITATION - tels les honoraires reçus d'avancé (précisez)</p> <p>11. TOTAL DES RECETTES BRUTES D'EXPLOITATION (8d) + 9 + 10)</p> <p>12. BÉNÉFICE NET (OU PERTE NETTE) AVANT LES RETENUES POUR L'IMPÔT a) Bénéfice</p> <p style="padding-left: 100px;">b) Perte</p>	<p>8 (omettre les cents)</p>
--	------------------------------

ATTESTATION

JE CERTIFIE que les renseignements donnés dans la présente déclaration sont aussi exacts et complets que possible et visent la période allant:

du 19 au 19

Nom de la personne qui a rempli la formule (en lettres moulées)		Fonction
Adresse	Code postal	Numéro de téléphone et indicatif régional
Signature		Date de ce rapport





STATISTICS CANADA LIBRARY
BIBLIOTHÈQUE STATISTIQUE CANADA



1010651287