

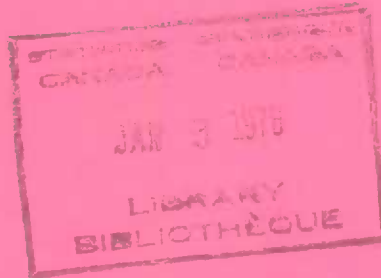
3

# Advertising agencies

1976

# Agences de publicité

1976



15-5-29



ADVERTISING AGENCIES

---

AGENCES DE PUBLICITÉ

1976

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

---

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

December - 1977 - Décembre  
5-3404-525

Price—Prix: 35 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

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.

## INTRODUCTION

This report presents in tabular form the results of the 1976 Survey of Advertising Agencies. The mailing list for the survey was drawn from the Business Register files of Statistics Canada, for establishments classified to the Standard Industrial Classification 862 - Advertising Services and was augmented by lists from trade magazines. These sources improved coverage, causing the number of advertising agencies to increase from 242 in 1975 to 304 in 1976. For the purposes of this survey, an advertising agency was defined as an establishment primarily engaged in placing advertising with various types of media on a commission or fee basis.

Of the 1,193 questionnaires mailed out to firms providing advertising services, 291 proved to be active advertising agencies. Returns for a further 13 firms who failed to respond but were confirmed as active agencies in 1976, were estimated, bringing the total to 304.

There were 159 Post Office returns for which no current addresses nor telephone listings could be found. Duplications and branches accounted for 31, firms out of business for 83, out-of-scope and inactive firms for 515 and non-response for which no estimates could be made, for 101.

### Definitions

Advertising billings - The amount charged to the customer. It is composed of media billings and production charges.

Media billings - The fee charged by the media for the purchase of time or space. Four media classifications were used for this survey: print, outdoor and transportation, television, radio.

Production charges - Fee charged by the advertising agency or by a third party to actually produce the commercial.

### Survey Methodology

The 1,193 questionnaires were mailed during the last two weeks of February 1977. A maximum of three follow-up requests were sent to delinquent firms and finally, missing information was sought by telephone.

Ce bulletin présente, sous forme de tableaux, les résultats de l'enquête annuelle de 1976 sur les agences de publicité. La liste postale pour l'enquête a été établie à partir du Registre des entreprises de Statistique Canada: aux établissements classés dans la catégorie Services de publicité (code 862) de la Classification des activités économiques, on a ajouté des listes constituées à partir de revues spécialisées. Ces sources ont amélioré le champ d'enquête, occasionnant une augmentation du nombre d'agences de publicité de 242 en 1975 à 304 en 1976. Pour les besoins de cette enquête, une agence de publicité est définie comme étant une entreprise dont la principale activité est de passer de la publicité auprès des divers genres de supports publicitaires en retour d'une commission ou d'une rémunération.

Des 1,193 questionnaires qui ont été postés aux entreprises fournissant des services de publicité, 291 ont démontré être des agences de publicité actives. On a fait des estimations pour 13 entreprises qui n'ont pas répondu, mais dont nous avions la certitude qu'elles étaient encore actives en 1976, se qui porte le total à 304.

Il y a eu 159 questionnaires renvoyés par les bureaux de poste et pour lesquels aucune nouvelle adresse ou numéro de téléphone n'a pu être trouvé. On comptait 31 succursales et doubles envois, 83 entreprises qui ont abandonné les affaires, 515 entreprises inactives ou hors du champ d'enquête et 101 entreprises qui n'ont pas répondues et pour lesquelles aucune estimation n'a pu être faite.

### Définitions

Chiffre d'affaires de publicité - C'est le montant facturé au client et il se compose du chiffre d'affaires des supports publicitaires et des frais de production.

Chiffre d'affaires des supports publicitaires - Il s'agit des frais exigés par les supports publicitaires pour l'achat de temps ou d'espace. Aux fins de cette enquête, on distingue quatre genres de supports publicitaires: les imprimés, les panneaux-réclame et les véhicules, la télévision et la radio.

Frais de production - Il s'agit des frais exigés par l'agence de publicité ou par un tiers pour la production proprement dite de l'annonce publicitaire.

### Méthodologie de l'enquête

Les 1,193 questionnaires ont été postés durant les deux dernières semaines de février 1977. Nous avons envoyé aux entreprises retardataires un maximum de trois rappels postaux et enfin, demandé au téléphone les renseignements qui manquaient.



Completed questionnaires were edited for accuracy and consistency according to pre-established edit specifications. When information did not meet these specifications, the establishment was contacted, either by mail or telephone, to clarify the situation. Imputation procedures for non-response were used based upon the previous year's reports and upon replies of establishments in the same size groups as the non-respondents.

### Summary Statistics

The statistics in all tables, except Table 3, include both incorporated and unincorporated firms. Employment, in both cases, was measured as of the last complete week of September, or closest pay period.

Employment, salaries and wages and net profit data (before income tax) for the incorporated firms are summarized in Table 3. The number of incorporated firms with total gross billings of under \$500,000 increased 15.6% from 1975 while the total net profit (before income tax) reported by these firms decreased 64.0%. Although several new firms were added to this size group, they reported, on an aggregate basis, a net loss. There was a trend towards a decrease in profits among the firms that remained in this size group.

The number of incorporated firms with total gross billings of \$5,000,000-\$9,999,999 increased 9.1% from the total published in 1975 and the total net profit (before income tax) reported by these firms increased 163.9%. Several firms in this size group reported large increases in their net profit (before income tax); a few others reversed the losses they experienced in 1975 to a profit in 1976.

The 26 unincorporated firms reported 26 working proprietors, 70 employees with salaries and wages of \$682,582 and a net profit (before income tax) of \$271,012. The increases from the totals published for the 1975 survey are due to the figures reported by the new unincorporated firms.

Tables 5 and 6 are based upon a panel of establishments which were able to report the breakdown of their print media billings (these exclude production charges).

On a vérifié l'exactitude et l'uniformité des questionnaires remplis selon des normes établies d'avance. Lorsque les renseignements ne répondaient pas aux normes, on a communiqué avec l'entreprise par lettre ou par téléphone, afin d'obtenir des précisions. Les procédures d'imputation pour les non-réponses étaient fondées sur les déclarations de l'année précédente et sur les réponses des entreprises du même groupe de taille que celui des non-répondants.

### Statistique Sommaire

Les statistiques de tous les tableaux, sauf le tableau 3, visent à la fois les entreprises constituées en société et celles qui ne le sont pas. Pour les unes et les autres, le nombre de salariés est celui de la dernière semaine complète de septembre ou de la période de paye qui s'en rapprochait le plus.

Le tableau 3 présente un sommaire des données sur l'emploi, les salaires et traitements et les bénéfices nets (avant impôt) des entreprises constituées en société. Le nombre d'entreprises non constituées en société dont le chiffre d'affaires brut n'atteignait pas \$500,000 a augmenté de 15.6 % par rapport à 1975 pendant que le total des bénéfices nets (avant impôt) déclarés par ces entreprises diminuait de 64.0 %. Malgré l'addition de plusieurs nouvelles entreprises à ce groupe de taille, les bénéfices nets déclarés étaient, dans l'ensemble, négatifs. On observait, en général, une baisse des bénéfices réalisés par les entreprises qui sont demeurées dans ce groupe de taille.

Le nombre d'entreprises constituées en société dont le chiffre d'affaires brut se situait entre \$5,000,000 et \$9,999,999 a augmenté de 9.1 % par rapport à 1975; le bénéfice net total (avant impôt) déclaré par ces entreprises a, pour sa part, augmenté de 163.9 %. Plusieurs entreprises de ce groupe de taille ont déclaré d'importantes augmentations de leurs bénéfices nets (avant impôt); quelques-unes qui avaient subi des pertes en 1975 ont réalisé des bénéfices en 1976.

Les 26 entreprises non constituées en société ont déclaré 26 propriétaires actifs, 70 salariés dont les traitements et salaires s'établissaient à \$682,582 et des bénéfices nets (avant impôt) de \$271,012. Les augmentations par rapport aux totaux tirés de l'enquête de 1975 sont imputables aux nouvelles entreprises non constituées en société.

Les tableaux 5 et 6 présentent des statistiques fondées sur un groupe d'entreprises ayant fourni une ventilation du chiffre d'affaires des supports publicitaires, en particulier les imprimés (à l'exclusion des frais de production).

TABLE 1. Summary Statistics, Advertising Agencies in Canada, 1972-1976

TABLÉAU 1. Statistique récapitulative des agences de publicité au Canada, 1972-1976

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 - Étude de marché, recherche et autres services		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			
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		
1975 .....	242	697,041	24,096	721,137	116,213	16.7	4,803	1,863	122,880	17.0	10,756		
1976 .....	304	890,974	25,214	916,188	143,472	16.1	7,984	2,557	154,013	17.3	13,674		

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

TABLE 2. Employment and Gross Revenue, 1972-1976

TABLÉAU 2. Emploi et recettes brutes, 1972-1976

Year - Année	Number of firms - Nombre d'agences	Gross revenue(1) - Recettes brutes(1)	Employees - Employés			Total amount paid to employees - Rémunération totale	Per cent of gross revenue - Pourcentage des recettes brutes
			Male - Hommes	Female - Femmes	Total		
		\$'000	No. - nbre			\$'000	
1972 .....	189	92,064	2,308	2,166	4,474	53,014	57.6
1973 .....	211	103,667	2,427	2,439	4,866	59,559	57.5
1974 .....	220	115,421	2,543	2,537	5,080	66,589	57.7
1975 .....	242	122,880	2,283	2,438	4,721	69,345	56.4
1976 .....	304	154,013	2,602	2,816	5,418	83,298	54.1

(1) Includes revenue from production work. - Comprend les recettes pour le travail de production.

TABLE 3. Employment, Salaries and Wages and Net Profit of Incorporated Advertising Agencies, Classified According to Total Gross Billings, 1976

TABLÉAU 3. Effectifs, salaires et traitement et profit net des agences de publicité, constituées en société, classées suivant leur chiffre d'affaires total brut, 1976

Item - Article	Total gross billings - Chiffre d'affaires total brut					
	Less than \$500,000 - Moins de \$500,000	\$500,000-2,499,999	\$2,500,000-4,999,999	\$5,000,000-9,999,999	\$10,000,000 and over - et plus	Total
Number of firms - Nombre d'agences .....	104	120	19	12	23	278
Number of employees - Nombre d'employés .....	303	1,080	340	418	3,207	5,348
Salaries and wages - Traitements et salaires .....	\$'000 3,061	15,831	5,049	7,085	51,589	82,615
Net profit (before income taxes) - Bénéfice net (avant déduction des impôts sur le revenu) .....	" 172	2,444	853	1,644	8,291	13,404

TABLE 4. Billings of Advertising Agencies, Classified by Amount of Total Billings, 1972-1976

TABLEAU 4. Chiffre d'affaires des agences de publicité, classés selon leur chiffre d'affaires total, 1972-1976

Year Année	Total advertising billings - Chiffres d'affaires total de publicité											
	Less than \$500,000 Moins de \$500,000		\$500,000- 2,499,999		\$2,500,000- 4,999,999		\$5,000,000- 9,999,999		\$10,000,000 and over et plus		Total	
	Number of firms - Nombre d'agences	Amount - Montant	Number of firms - Nombre d'agences	Amount - Montant	Number of firms - Nombre d'agences	Amount - Montant	Number of firms - Nombre d'agences	Amount - Montant	Number of firms - Nombre d'agences	Amount - Montant	Number of firms - Nombre d'agences	Amount - Montant
	\$'000	\$'000	\$'000	\$'000	\$'000	\$'000	\$'000	\$'000	\$'000	\$'000	\$'000	
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
1974 .....	92	19,182	86	96,837	15	54,555	10	71,424	17	433,802	220	675,800
1975 .....	108	22,699	94	117,663	12	45,986	11	77,041	17	457,748	242	721,137
1976 .....	127	24,566	123	143,894	19	64,120	12	86,313	23	597,295	304	916,188

TABLE 5. Percentage Distribution of Print Media Billings, by Type and by Revenue Size Group of Advertising Agencies, 1976

TABLEAU 5. Répartition proportionnelle du chiffre d'affaires des agences de publicité pour les imprimés par support publicitaire selon le type et la tranche de revenu, 1976

Total billings Chiffre d'affaires	Number of firms showing the breakdown of print media - Nombre d'agences donnant le chiffre d'affaires dans les imprimés par support publicitaire	Amount of print media billings - Chiffre d'affaires pour les supports publicitaires	Per cent - Pourcentage	Daily newspapers - Journaux quotidiens	Week-end (roto) magazines - Journaux de fin de semaine	Weekly, semi-weekly and tri-weekly newspapers - Journaux hebdomadaire, bihebdomadaire et trihebdomadaire	Consumer magazines - Revue du consommateur	Trade papers - Revue professionnelle	Other print media (yellow pages, farm publications, college papers, etc.) - Autres imprimés (pages jaunes, journaux agricoles, journaux collégiaux, etc.)
		\$'000							
Less than - Moins de \$500,000 .....	124	11,797	100.0	37.3	2.2	4.8	17.9	27.3	10.5
\$ 500,000-\$2,499,999 ...	114	51,551	100.0	44.2	5.9	9.0	14.4	20.1	6.4
2,500,000- 4,999,999 ...	18	21,957	100.0	50.5	12.5	1.4	18.2	15.7	1.7
5,000,000- 9,999,999 ...	12	27,624	100.0	52.7	4.5	4.4	27.8	8.9	1.7
10,000,000 and over - et plus .....	23	149,850	100.0	45.4	9.9	5.1	25.1	9.7	4.8
Total .....	291	262,779	100.0	46.0	8.4	5.5	22.4	12.9	4.8

TABLE 6. Percentage Distribution of Individual Print Media Billings, by Revenue Size Group of Advertising Agencies, 1976

TABLEAU 6. Répartition proportionnelle du chiffre d'affaires des agences de publicité pour les imprimés individuels par support publicitaire, selon la tranche de revenu, 1976

Total billings Chiffre d'affaires total	Number of firms showing the breakdown of print media - Nombre d'agences donnant le chiffre d'affaires dans les imprimés par support publicitaire	Amount of print media billings - Chiffre d'affaires pour les supports publicitaires	Daily newspapers - Journaux quotidiens	Week-end (roto) magazines - Journaux de fin de semaine	Weekly, semi-weekly and tri-weekly newspapers - Journaux hebdomadaire, bihebdomadaire et trihebdomadaire	Consumer magazines - Revue du consommateur	Trade papers - Revue professionnelle	Other print media (yellow pages, farm publications, college papers, etc.) - Autres imprimés (pages jaunes, journaux agricoles, journaux collégiaux, etc.)
		\$'000						
Less than - Moins de \$500,000 .....	124	11,797	3.6	1.2	1.9	3.6	9.5	9.8
\$ 500,000-\$2,499,999 ...	114	51,551	18.9	13.8	32.2	12.6	30.5	26.1
2,500,000- 4,999,999 ...	18	21,624	9.2	12.4	2.2	6.8	10.1	3.5
5,000,000- 9,999,999 ...	12	27,624	12.0	5.6	8.4	13.0	7.3	3.8
10,000,000 and over - et plus .....	23	146,336	56.3	67.0	53.3	64.0	42.6	37.1
Total .....			100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Total .....	291	262,779	120,889	22,050	14,381	58,905	33,962	12,592



TABLE 7. Percentage Distribution of Advertising Billings by Medium, Classified by Amount of Total Billings, 1976

TABLEAU 7. Répartition proportionnelle du chiffre d'affaires de publicité, par support publicitaire, classées selon leur chiffre d'affaires total, 1976

Total billings - Chiffre d'affaires total	Number of firms - Nombre d'agences	Total advertising billings - Total chiffres 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	
		\$'000	%						
Less than - Moins de \$500,000 ...	127	23,938	58.6	10.3	16.7	5.2	x	x	100.0
\$ 500,000-\$2,499,999 .....	123	138,545	48.2	23.8	16.4	2.7	7.4	1.5	100.0
2,500,000- 4,999,999 .....	19	63,430	43.3	34.6	15.5	4.6	1.6	0.4	100.0
5,000,000- 9,999,999 .....	12	83,390	39.5	37.9	16.0	2.0	x	x	100.0
10,000,000 and over - et plus	23	581,671	30.9	52.6	12.1	3.0	4.3	0.1	100.0
Total .....	304	890,974	36.0	44.3	13.5	3.1	2.7	0.4	100.0

TABLE 8. Advertising Billings to Clients, by Medium and Kind of Service, 1976

TABLEAU 8. Chiffre d'affaires de publicité, par support publicitaire et genre de service, 1976

Media - Véhicule 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
	\$'000		\$'000		\$'000	
Print media - Imprimés .....	271,297	84.5	49,731	15.5	321,028	100.0
Television - Télévision .....	341,848	86.6	52,867	13.4	394,715	100.0
Radio .....	111,125	92.3	9,270	7.7	120,395	100.0
Outdoor and transportation - À l'extérieur et transport en commun .....	25,008	92.3	2,093	7.7	27,101	100.0
Direct mail, point of purchase, brochures, contests, etc. - Par la poste, aux points de vente, brochures, catalogues, concours, etc. ....	...	...	24,107	100.0	24,107	100.0
Other - Autres .....	...	...	3,628	100.0	3,628	100.0
Total .....	749,278	84.1	141,696	15.9	890,974	100.0

TABLE 9. Percentage Distribution of Advertising Billings by Medium and Kind of Service, by Size Group, Classified by Amount of Total Billings, 1976

TABLEAU 9. Répartition proportionnelle du chiffre d'affaires de publicité, par support et genre de service, par ordre de grandeur, classées selon leur chiffre d'affaires total, 1976

Total billings - Chiffre d'affaires total	Media billings - Support publicitaire				Production charges - Frais de production			
	Total	Media billings - Support publicitaire	Production charges - Frais de production	Total	Media billings - Support publicitaire	Production charges - Frais de production	Total	
	\$'000	%	%	\$'000	%	%	\$'000	
		Print media - Imprimés			Television - Télévision			
Less than - Moins de \$500,000 .....	14,035	100.0	x	x	2,454	100.0	87.1	
\$ 500,000-\$2,499,999 .....	66,740	100.0	85.4	14.6	32,990	100.0	85.8	
2,500,000- 4,999,999 .....	27,462	100.0	x	x	21,961	100.0	87.0	
5,000,000- 9,999,999 .....	32,903	100.0	84.0	16.0	31,643	100.0	84.9	
10,000,000 and over - et plus .....	179,888	100.0	83.3	16.7	305,667	100.0	86.8	
Total .....	321,028	100.0	84.5	15.5	394,715	100.0	86.6	
		Radio			Outdoor and transportation - Supports extérieurs et transport en commun			
Less than - Moins de \$500,000 .....	3,994	100.0	94.7	5.3	1,240	100.0	x	
\$ 500,000-\$2,499,999 .....	22,732	100.0	88.4	11.6	3,705	100.0	84.4	
2,500,000- 4,999,999 .....	9,841	100.0	92.8	7.2	2,916	100.0	x	
5,000,000- 9,999,999 .....	13,327	100.0	96.4	3.6	1,695	100.0	96.4	
10,000,000 and over - et plus .....	70,502	100.0	92.6	7.4	17,545	100.0	95.2	
Total .....	120,396	100.0	92.3	7.7	27,101	100.0	92.3	





STATISTICS CANADA LIBRARY  
BIBLIOTHÈQUE STATISTIQUE CANADA



1010651291