# 2,4

# CULTURE COMMUNIQUÉ

de la CULTURE STATISTICS STATISTIQUE CANADA CANADA

MAR 22 1988

LIBRARY BIBLIOTHÈQUE

SERVICE BULLETIN/BULLETIN DE SERVICE

Catalogue 87-001

Price: Canada, \$4.50 monthly/\$45 a year

Other Countries, \$5.50 monthly/\$55 a year

Prix: Ca

Canada, \$4.50 par mois/\$45 par année Autres pays, \$5.50 par mois/\$55 par année

Vol. 11, No. 1

Vol. 11, nº 1

# CULTURE COMMUNIQUÉ PERIODICAL PUBLISHING 1985/86

### Introduction

The Education, Culture and Tourism Division has conducted an annual survey on periodical publishing in Canada since 1984. The primary purpose of this communiqué is to report the main conclusions drawn from the results of the 1985/86 survey, as well as from other sources of data on periodicals.

The data given reflect the responses provided with respect to 1,313 periodicals coming from 921 publishers. This survey was a census of periodicals, as defined for the 1985/86 survey. "Periodical" here means a printed medium of communication, issued on a regular basis more frequently than once a year, but not more than once a week. The periodical must have a name and some form of chronology on the cover, must have no more than 70% advertising content, must be stapled, glued, folded or otherwise formed into a distinct package, and must be available to the public. Catalogues, directories, daily and weekly newspapers, and newsletters are excluded.

### COMMUNIQUÉ DE LA CULTURE L'ÉDITION DU PÉRIODIQUE 1985/86

### Introduction

La Division de l'Éducation, de la Culture et du Tourisme mène une enquête depuis 1984 sur l'édition des périodiques au Canada. Ce communiqué vise principalement à rendre compte des principales conclusions tirées des résultats de l'enquête 1985/86 ainsi que d'autres sources de données sur les périodiques.

Les données présentées proviennent des déclarations de 1,313 périodiques relevant de 921 éditeurs. On doit rappeler que cette enquête se veut un recensement des périodiques tels que définis par l'enquête sur l'édition du périodique 1985/86. On y entend par périodique un médium de communication imprimé, publié régulièrement plus fréquemment qu'une fois l'an mais pas plus qu'une fois la semaine. Le périodique doit avoir un nom et l'indication sur la couverture d'un ordre chronologique, n'avoir pas plus de 70% de contenu publicitaire, être broché, collé, plié ou autrement monté en un format distinct et être disponible au public. Sont exclus les catalogues, annuaires, journaux quotidiens ou hebdomadaires ou journaux d'entreprises.

**April 1988** 

**Avril 1988** 

1-2209-506 ISSN 0822-6016

Published under the authority of the Minister of Supply and Services Canada Statistics Canada should be credited when reproducing or quoting any part of this document 209-506 ISSN 0822-6016

Publication autorisée par le ministre des Approvisionnements et Services Canada Reproduction ou citation autorisée sous réserve d'indication de la source Statistique Canada



### Highlights

### Between 1984-85 and 1985-86

The average circulation per periodical published in Canada declined by 6%.

The average revenue per periodical dropped 3%

The average business expenses per periodical dropped 1%.

The profit margin per periodical decreased 2 percentage points, falling to 4%.

Subscription prices rose an average of 8%. Subscription prices for specialized periodicals, general-public periodicals and scholarly periodicals increased 2%, 12% and 19% respectively.

The single-copy price of periodicals remained steady, barely keeping up with inflation.

Canadian consumers spent 40% more in constant dollars on the purchase of canadian and foreign magazines than they did in 1969.

The basic rates for a page of black-and-white advertising rose 7%. However, overall, the rates for colour pages increased by only 1%.

### Faits saillants

### Entre 1984/85 et 1985/86

Le tirage moyen des périodiques édités au Canada a baissé de 6%.

Les recettes moyennes des périodiques ont baissé de 3%.

Les dépenses moyennes des périodiques ont baissé de 1%.

La marge bénéficiaire par périodique a chuté de 2 points de pourcentage à 4%.

Le prix de l'abonnement a augmenté en moyenne de 8%. Le prix d'abonnement du périodique spécialisé, du périodique grand public et de la revue savante a haussé respectivement de 2%, 12% et 19%.

Le prix du périodique au numéro se maintient étant donné qu'il suit à peine l'inflation.

Les consommateurs canadiens dépensent en dollars constants 40% de plus qu'en 1969 pour l'achat de périodiques canadiens et étrangers.

Les tarifs de base d'une page publicitaire en noir et blanc ont augmenté de 7%. Par contre, les tarifs pour la couleur n'ont dans l'ensemble augmenté que de 1%.

### 1985 market for publishing industry

Contrary to the predictions of some proponents of the electronic media, print has not been replaced by other techniques for the transmission and storage of information. Overall, the print medium is doing relatively well. There has been a steady growth in revenues generated over the last five years by newspapers, magazines and books.

As Text Table I shows, daily newspapers had a total of \$1.8 billion in revenues (sales and advertising) in 1985; this represented an increase of 1% (constant dollars) from 1981. Non-dailies reported \$489 million in revenues in 1985, for an increase of 52% (constant dollars). Periodicals publishing establishments in Canada declared some \$732 million in revenues in 1985, for an increase of 32% (constant dollars). Finally, books published in Canada, with a total of \$346 million in revenues in 1985, posted a slight increase of 1% (constant dollars) during the same period.

Periodical publishing is an important segment of the Canadian print publishing industry; it is in second place in terms of total revenue, after daily newspapers. Periodicals account for 21% of revenues from the sale of Canadian publications.

#### Marché de l'édition 1985

La disparition de l'imprimé au profit d'autres techniques de transmission et de stockage de l'information n'est pas encore réalité contrairement aux thèses avancées par certains fervents des communications électroniques. Dans l'ensemble, l'imprimé se porte relativement bien. Regardons la croissance des revenus générés au cours des cinq dernières années dans le secteur de l'édition écrite: journaux, périodiques et livres.

Comme on peut observer au tableau explicatif I, les journaux quotidiens totalisent des revenus (ventes et publicité) de \$1.8 milliards en 1985 ce qui représente une hausse en dollars constants de 1% par rapport à 1981; pour leur part les non-quotidiens déclarent des recettes de \$489 millions en 1985, soit une hausse de 52% (dollars constants). Les périodiques publiés au Canada atteignent des revenus de l'ordre de \$732 millions en 1985 commandant ainsi une hausse de 32% (dollars constants). Finalement, les livres publiés au Canada, génèrent des revenus totaux de \$346 millions en 1985 démontrant une faible augmentation de 1% (dollars constants) pour la même période.

L'édition de périodiques est un segment important de l'industrie canadienne de l'édition écrite se classant au deuxième rang des recettes totales à la suite des quotidiens. Ils représentent 21% des recettes provenant de ventes de produits canadiens de l'édition.

Given only two years of data from the survey on Periodical Publishing Publishing (Culture Subdivision) are available, trends were determined using revenue figures from the Industry Division. It should be noted that the Industry Division universe of periodical publishers is limited mainly to large establishments of the industry (approximately 400) compared to the Culture survey which covers 1,000 or so periodical publishers surveying many small publishers. Consequently, results of both surveys are not always comparable.

N'ayant que deux années d'enquête de l'édition du périodique (sous-division de la culture) on a dû dégager des tendances à l'aide des chiffres (recettes) provenant de la Divison de l'Industrie. Il est à noter que l'univers des éditeurs de périodiques de la Division de l'Industrie est limité (app. 400 établissements) comparativement à l'enquête de la culture laquelle couvre quelques 1000 éditeurs de périodiques dont plusieurs petits éditeurs. Conséquemment, les résultats des deux enquêtes ne peuvent toujours être comparés.

Text Table I. Total revenue of print publishing in Canada 1981-1985 base = 1981 for constant dollars<sup>6</sup>

Tableau explicatif I. Revenus totaux de l'édition écrite au Canada, 1981-1985 base = 1981 pour les dollars constants<sup>6</sup>

	1981	1982	1983	1984	1985	Change from 1981 to 1985 in percent Variation de 1981à 1985 en pourcentage
	millions o	f dollars – milli	ons de dollars			
Dailies – Quotidiens						
current dollars – dollars courants constant dollars – dollars constants	1,474.4 1,474.4	1,461.1 1,318.7	1,589.7 1,356.4	1,733.7 1,417.6	1,890.6 1,486.3	28% . 1%
Non dailies – Non-quotidiens						
current dollars – dollars courants constant dollars – dollars constants	254.0 254.0	300.7 271.4	336.4 287.0	398.5 325.8	489.8 385.1	93% 52%
Periodicals published in Canada – Périodiques publiés au Canada						
current dollars – dollars courants constant dollars – dollars constants	435.4 435.4	466.2 420.8	514.8 439.2	609.6 498.4	732.9 576.2	. 68% 32%
Books published in Canada – Livres publiés au Canada		•		•		
current dollars – dollars courants constant dollars – dollars constants	270.2 270.2	282.0 254.5	309.3 263.9	323.7 2 <b>64.</b> 7	346.4 272.3	28% 1%
Total						
current dollars – dollars courants constant dollars – dollars constants	2,434.1 2,434.1	2,510.1 2,265.4	2,750.2 2,346.6	3,065.6 2,410.1	3,459.7 2,719.9	42% 12%

Source: Data on newspapers & periodicals are from the publication: Printing, Publishing and allied industries, catalogue 36-203, Statistics Canada. Data on Book Publishing are released in the catalogue 87-210, Book Publishing in Canada.

Source: Les données sur les journaux et périodiques sont extraits de la publication Imprimerie, édition et activités connexes no. 36-203 au catalogue de Statistique Canada. Les données sur les livres sont extraits de la publication: L'édition du livre au Canada, no. 36-203 au catalogue de Statistique Canada.

6 The Consumer Price Index (all items) is used to measure price change from current dollars to constant dollars. The index is expressed in terms of 1981 = 100. Changes between any time period can readily be calculated by dividing the index point of difference between the two time periods by the base period index and multiplying the result by one hundred.

On se sert de l'indice des prix à la consommation (l'ensemble) pour mesurer la variation de prix entre deux périodes. L'indice est exprimé sur la base de 1981 = 100. Les changements entre toute période peuvent se calculer directement en divisant la différence en points d'indice entre les deux périodes par l'indice de la période de base et en multipliant le résultat par 100.

The value of periodical imports<sup>2</sup> in 1985 has been estimated at \$525.7 million. With inflation taken into account, there was a slight increase of 6% (in constant dollars) from 1981, when imports were valued at \$388.9 million. Unfortunately, the source of this data does not provide the information required on the volume of imports to allow comparisons with the Audit Bureau Circulation data. According to ABC, the combined circulation for American publications distributed in Canada was 9.1 million copies per issue. Among the American periodicals. 91 had a circulation in Canada of more than 25,000 copies per issue. Average circulation for these periodicals was 78,800 copies. In the 85/86 survey, 1,308 Canadian periodicals 4 reported a total combined circulation of 37.5 million copies per issue (for an average circulation of 28,700).

# Distribution of advertising revenue by medium

In the past five years, the advertising revenues of periodicals increased by approximately 12% in constant dollars. Non-daily newspapers posted an increase of 51% in constant dollars, for the highest growth rate achieved by any of the media. The dailies experienced a slowdown that resulted in a 1% decrease (in constant dollars) in advertising revenues. As far as the electronic media were concerned, private radio had a marginal increase of 1% (constant dollars) and private television saw its advertising revenues climb 18% (constant dollars).

Par ailleurs, on estime à \$525.7 millions la valeur des importations<sup>2</sup> de périodiques en 1985. Compte tenu de l'inflation, on constate une légère hausse de 6% (en dollars constants) par rapport à 1981 où les importations étaient évaluées à \$388.9 millions. Cette source ne fournit malheureusement aucune donnée sur le volume des importations permettant de faire une comparaison avec les données de Audit Bureau Circulation<sup>3</sup>. Selon ABC, le tirage combiné des publications américaines distribuées au Canada atteint 9.1 millions d'exemplaires par numéro. On y retrouve 91 périodiques dont le tirage au Canada est supérieur à 25,000 exemplaires par numéro, qui ont obtenu une distribution moyenne de 78,800 exemplaires. Les 1,308 périodiques canadiens<sup>4</sup> de l'enquête 85/86 totalisent un tirage combiné de 37.5 millions d'exemplaires par numéro (soit un tirage moyen de 28,700).

# Partage des recettes publicitaires selon les média

Au cours des cinq dernières années, les recettes publicitaires des périodiques ont connu une augmentation d'environ 12% en dollars constants. Les journaux non quotidiens ont pour leur part atteint une hausse de 51% en dollars constants et connaissent ainsi le plus haut taux d'accroissement comparativement aux autres média. Finalement, les quotidiens ont connu un ralentissement marginal des recettes de publicité. Pour ce qui touche les média électroniques, la radio privée a connu une variation marginale de 1% (dollars constants) et la télévision privée a vu ses recettes d'annonces publicitaires grimper de 18% (dollars constants).

Estimates drawn from data in Imports by Commodity (Statistics Canada Catalogue No 65-007), adjusted according to the value at the first point of sale through multiplication of the value at the point of entry into Canada by 1.25.

<sup>3</sup> Audit Bureau Circulation checks only American publications.

Only 1,308 of the 1,313 periodicals surveyed reported a circulation figure.

Estimations tirées des données de la publication Importation par marchandises 65-007 au catalogue de Statistique Canada rajustée selon la valeur au premier point de vente en multipliant la valeur au point d'entrée au Canada par 1.25.

<sup>3</sup> Audit Bureau Circulation ne vérifie que les publications américaines.

Seulement 1,308 périodiques des 1,313 périodiques recensés ont déclaré un tirage.

Text Table II. Advertising revenues in the media, 1981-1985 Base = 1981 for constant dollars<sup>7</sup>

Tableau explicatif II. Recettes provenant des annonces publicitaires dans les médias, 1981-1985 Base = 1981 pour les dollars constants<sup>7</sup>

	1981	1982	1983	1984	1985	Change from 1981 to 1985 Variation de 1981 à 1985
	million	s of dollars – m	illions de dolla	ırs		
Private radio – Radio privée						
current dollars - dollars courants	438.1	465.9	479.5	544.3	565.5	29%
constant dollars - dollars constants	438.1	<b>420.5</b> .	409.1	445.1	444.6	1%
Private television – Télévision privée						
current dollars - dollars courants	589.9	670.9	740.6	816.6	884.8	50%
constant dollars - dollars constants	589.9	605.5	631.9	667.7	695.6	18%
Dailies – Quotidiens						
current dollars – dollars courants	1.162.4	1,149.7	1,233.2	1,353.3	1,474.7	27%
constant dollars - dollars constants	1,162.4	1,037.6	1,052.2	1,106.5	1,159.4	
Non dailies – Non quotidiens						
current dollars - dollars courants	193.5	222.1	244.3	303.5	373.0	93%
constant dollars - dollars constants	193.5	200.5	208.4	248.2	293.2	51%
Periodicals – Périodiques						
current dollars - dollars courants	280.8	285.6	305.4	370.2	400.5	43%
constant dollars - dollars constants	280.8	257.8	260.6	302.7	314.9	12%

Source: Radio and television broadcasting, catalogue 56-204, Statistics Canada Radiodiffusion et télévision, catalogue 56-204, Statistique Canada Printing, Publishing and allied industries catalogue 36-203, Statistics Canada Imprimerie, édition et activités connexes no. 36-203, Statistique Canada

Advertising is indispensable for most periodicals. According to the 1985/86 survey on periodical publishing, advertising revenues accounted for 64% of total revenues. The percentage varied considerably, depending on the type of periodical, with 55% for general-public periodicals, 80% for specialized periodicals and 9% for scholarly periodicals. These figures are similar to those from the year before. Single-copy sales and subscriptions accounted for 8% and 21% of total revenues respectively.

La publicité s'avère une ressource indispensable pour la majorité des périodiques. Selon l'enquête de l'édition du périodique 1985/86, les recettes publicitaires constituaient 64% des recettes totales des périodiques. Ce pourcentage varie considérablement selon les catégories de périodiques. Ainsi, pour un périodique grand public, un périodique spécialisé et une revue savante, on obtient respectivement les pourcentages suivants: 55%, 80% et 9%. Ces pourcentages demeurent similaires à ceux de l'année précédente. Les ventes au numéro et abonnements comptent respectivement 8% et 21% des recettes totales.

<sup>7</sup> See footnote 6.

Voir le renvoi 6.

<sup>--</sup> amount to small to be expressed.

nombres infimes

### Profile of Canadian periodicals

Between 1984/85 and 1985/86, average circulation per issue for Canadian periodicals decreased slightly, dropping from 30,400 copies to 28,700. According to the 1985/86 survey, 66% of periodicals were published in English, 21% were published in French, and 13% were bilingual or were published in other languages. The 485 general-public periodicals accounted for 71% of total circulation.

General-public periodicals posted a 6% increase in circulation, with the average number of copies per issue climbing from 51,400 in 1984/84 to 54,600 in 1985/86. Specialized periodicals, for their part, saw a 2% decline in average circulation, dropping from 16,200 to 15,000 in 1985/86.

Periodicals can be grouped by circulation level. In 1985/86, most titles (89%) had a circulation of fewer than 50,000 copies, accounting for 31% of total circulation. Periodicals with a circulation of 50,000 to 99,999 copies accounted for 12% of total circulation and 5% of titles. The 6% of periodicals with circulation greater than 100,000 copies had 57% of total circulation. There were 74 such periodicals. A few publications, such as TV guides sold on a single-copy basis, have very high circulation figures.

Canadian periodicals promote writers and other artists in this country. Examination of the data on the origin of the editorial content and artwork in a typical issue of periodicals published in Canada reveals that 93% of editorial content was authored by Canadians. The situation was the same for illustrations and photographs.

The following text table shows that growth of periodicals slowed between 1984/85 and 1985/86 according to the main indicators studied. Since we have data for only two years, it is still too early to identify trends, but these will be the indicators to follow.

### Profil des périodiques canadiens

De 1984/85 à 1985/86, le tirage moyen par numéro de l'ensemble des périodiques a légèrement diminué en passant de 30,400 à 28,700 exemplaires. Selon l'enquête de 1985/86 sur les périodiques, 66% sont publiés en anglais, 21% en français et 13% sont bilingues ou publiés en d'autres langues. Les 485 titres de périodiques grand public représentent à eux seuls 71% du tirage total.

Les périodiques grand public affichent une augmentation de 6% de leur tirage, le nombre moyen d'exemplaires par numéro ayant grimpé de 51,400 en 1984/85 à 54,600 en 1985/86. Les périodiques spécialisés pour leur part ont subi une diminution de 2% de leur tirage moyen soit de 16,200 en 1984/85 à 15,000 en 1985/86.

Les périodiques peuvent être regroupés selon le niveau de tirage. En 1985/86, la plus grande partie des titres (89%) a un tirage de moins de 50,000 exemplaires; ces derniers produisent 31% du tirage total. Les périodiques ayant une distribution de 50,000 à 99,999 exemplaires représentent 12% du tirage total et 5% des titres. De plus, 57% du tirage total provient de périodiques (74 périodiques ou 6%) dont le tirage dépasse 100,000 exemplaires. Ce phénomène s'explique du fait que quelques titres ont un très grand tirage tels les guides de télévision vendus en kiosque.

Les périodiques canadiens encouragent les écrivains et autres artistes du pays. En effet, en jetant un coup d'oeil sur la source des textes et des illustrations d'un numéro typique des périodiques édités au Canada, on constate que 93% des textes proviennent d'auteurs canadiens. On signale la même situation pour les illustrations et photographies.

Au tableau explicatif suivant, on dénote un ralentissement de la croissance du périodique entre 1984/85 et 1985/86 selon les principaux indicateurs étudiés. N'ayant que deux années de données, il est encore prématuré de dégager des tendances mais ce sont des indicateurs à surveiller de près.

Text Table III Profile of the Canadian Periodical, 1984/85 and 1985/86

Tableau explicatif III. Profil du périodique canadien, 1984/85 et 1985/86

	1984/85	1985/86		Change in percentage Variation en pourcentage
Average circulation - Tirage moyen	No – Nbre	30,432	28,666	6%
Percent of paid circulation - Pourcentage du tirage payé	%	51	49	- 4%
Average advertising rate – Taux moyen de publicité				
Black/White - Noir/blanc	\$	1,321	1,427	. 7%
Color - Couleur	\$	2,438	2,459	1%
Average revenue of advertising – Recettes moyennes de publicité	\$	415,456	409,503	- 1%
Average revenue of single copy sales – Recettes moyennes de ventes au numéro	\$	98,348	89,092	- 9%
Average subscription revenue – Recettes moyennes d'abonnement	\$	117,105	121,613	4%
Average revenue – Recettes moyennes	\$	475,978	462,146	- 3%
Average total expenses – Dépenses moyennes totales	\$	447,787	444,669	- 1%
Profit margin – Marge bénéficiaire	<b>%</b>	6	4	- 33%
Cost per copy - Coût par exemplaire	\$	1.44	1.34	- 7%
Average single copy price – Prix moyen du numéro	\$	3.41	3.48	2%
Average subscription price – Prix moyen d'abonnement	\$	16.13	17.51	8%

### **Profitability**

Of the 1,313 periodicals surveyed, 1,289 reported revenue and expenditure figures. Of this number, 44% (574) made a profit, 47% (602) suffered a loss, and 9% (113) were at the breakeven point. On average, the profit margin for periodicals was 4%. The figures show that the profit margin varies with the size of the periodical. Periodicals with revenues in excess of \$500,000 had a profit margin of 7%. However, medium-size and small periodicals suffered losses of 6% and 25% respectively.

### Rentabilité

Des 1,313 périodiques recensés, 1,289 ont déclaré des revenus et des dépenses. De ce nombre, 44% (574) ont réalisé un profit, 47% (602) ont subi une perte et 9% (113) ont atteint le seuil de rentabilité. En moyenne, la marge bénéficiaire du périodique atteignait 4%. Par ailleurs, on observe que la marge bénéficiaire fluctue principalement selon la taille des périodiques. Ainsi les périodiques dont les revenus dépassent \$500,000 ont une marge bénéficiaire de 7%. Cependant, les périodiques de taille moyenne et petite ont subi des pertes respectivement de 6% et 25%.

### Increased sales of magazines<sup>5</sup>

Family expenditure data were examined to uncover trends in the consumption levels of Canadians. In current dollars, purchases of magazines increased fivefold in fifteen years, rising from \$9.00 to \$47.00.

Average expenditures per family on magazines in constant 1981 dollars rose from \$23.00 in 1969 to \$38.00 in 1984 (a 40% increase). During the same period, purchases of newspapers decreased, dropping from \$81.00 to \$67.00. Overall, spending on cultural products and services posted a marginal increase, rising from \$300.00 to \$302.00.

Stage performances and magazines were the only cultural products and services for which expenditures increased steadily from 1969 on.

### Hausse des achats de magazines<sup>5</sup>

Les données sur les dépenses par famille nous amènent à cerner les tendances relatives aux niveaux de consommation des Canadiens. En dollars courants, les achats de magazines ont quintuplé en 15 ans passant de \$9.00 à \$47.00.

En effet, on remarque que les dépenses moyennes par famille en dollars constants de 1981 à ce titre sont passées de \$23.00 en 1969 à \$38.00 en 1984 pour l'achat de périodiques (soit une hausse de 40%). Pour la même période, les achats de journaux ont subi une baisse en passant de \$81.00 à \$67.00. Dans l'ensemble, les dépenses pour les biens et services culturels sont passés de \$300.00 à \$302.00 soit une hausse marginale.

Parmi les biens et services culturels, seuls les entrées aux concerts, théâtres, ainsi que l'achat de périodiques ont connu une augmentation continue depuis 1969.

Text Table IV. Average expenditures for cultural products & services in constant dollars (1981 = 100)8

Tableau explicatif IV. Dépenses moyennes pour certains biens et services culturels en dollars constants (1981 = 100)8

	1969	1976	1984
	\$	\$	\$
Motion picture showings – Entrées au cinéma	58	54	40
Stage performances - Entrées aux théâtres, aux concerts, etc.	25	29	36
Records & tapes – Disques et bandes audio	35	56	40
Books - Livres	43	57	49
Newspapers - Journaux	81	76	67
Magazines <sup>9</sup> – Magazines <sup>9</sup>	23	29	38
Textbooks and learning material – Manuels scolaires et matériel didactique	35	27	32
Total of cultural products & services – Ensemble des biens et services culturels	300	328	302

Source: Family expenditure in Canada, catalogue 62-555, Statistics Canada
Dépenses des familles au Canada, catalogue no. 62-555, Statistique Canada

- 8 See footnote 6.
- 8 Voir le renvoi 6.
- 9 No distinction between foreign or canadian magazines is reported.
- On ne précise pas de distinction entre les magazines étrangers et canadiens.

Magazines is used instead of periodicals in the family expenditure survey.

L'enquête sur les dépenses par famille utilise le terme "magazine" au lieu de "périodique".



Text Table V. Family expenditures for magazines by cities, 1969 and 1984 (base: 1981 for constant dollars)10

Tableau explicatif V. Dépenses par famille au poste des magazines par villes, 1969 et 1984 (base: 1981 pour les dollars constants)<sup>10</sup>

	St. John's	Halifax	Montreal	Ottawa	Toronto	Winnipeg	Edmondon	Vancouver	Total
1984									
Dollars courants	56	61	39	64	47	45	50	51	. 47
Dollars constants	46	50	32	52	38	37	41	42	38
1969			•						
Dollars courants	8	10	7	12	11	9	13	· 10	9
Dollars constants	20	25	18	30	28	23	33	25	23

Source: Family expenditures in Canada, Selected cities, Catalogue 62-555, Statistics Canada Dépenses des familles au Canada, villes choisies, catalogue 62-555, Statistique Canada

Of the eight cities that provided figures, Ottawa had the highest expenditures per family for magazines (\$64.00 in 1984). Montreal had the lowest figure in this category (\$39.00 per family). Ottawa was also in first place for expenditures per family on reading materials and other printed matter (including newspapers, magazines and books), with a figure of \$284.00 for 1984.

### For further information

For more detailed information, consult Culture Statistics (Catalogue 87-203) or ask for custom tabulations (provided on a cost-recovery basis) through Marie Lavallée-Farah, Education, Culture and Tourism Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone number: 613-951-1569).

Parmi les huit villes ayant fourni des chiffres, on observe que c'est à Ottawa où l'on dépense le plus par famille au poste des magazines soit \$64.00 pour l'année 1984. C'est à Montréal où l'on dépense le moins par famille à cette fin soit \$39.00 par famille. Ottawa remporte également la palme des dépenses par famille au poste de matériel de lecture et autres imprimés (incluant journaux, périodiques, livres) commandant des dépenses de \$284.00 pour l'année 1984.

### Pour plus de renseignements

Les lecteurs qui désirent obtenir des renseignements plus détaillés peuvent se procurer le catalogue 87-203 ou demander des totalisations spéciales selon une formule de recouvrement des frais en s'adressant à Marie Lavallée-Farah, Division de l'éducation, de la culture et du tourisme, Statistique Canada, Ottawa (Ontario) K1A 0T6 (numéro de téléphone 613-951-1569).

<sup>10</sup> See footnote 6.

<sup>10</sup> Voir le renvoi 6.