

teinture dont les recettes s'élevaient à \$144 millions. Les buanderies mécaniques ont maintenu leurs recettes ces dernières années et en 1972 elles ont enregistré une légère augmentation comparativement à l'année précédente, mais les recettes des établissements de nettoyage à sec et de teinture ont diminué.

Production cinématographique et distribution de films. Cette industrie se compose des exploitants de cinémas ordinaires et de ciné-parcs, des distributeurs de films et des entreprises privées et organismes publics s'occupant de production cinématographique.

Les recettes totales provenant des entrées en 1972 ont été de \$140.4 millions, dont \$122.5 millions ont été réalisés par les cinémas ordinaires et \$17.9 millions par les ciné-parcs. On a dénombré 1,128 cinémas ordinaires et 284 ciné-parcs en exploitation au Canada.

Le prix d'entrée moyen était de \$1.62 dans les cinémas ordinaires (variant d'un minimum de \$1.04 en Nouvelle-Écosse à \$1.75 en Ontario) et de \$1.69 dans les ciné-parcs. Les dépenses par personne ont atteint le niveau élevé de \$8.30 en 1953, puis elles ont diminué jusqu'à \$3.91 en 1962, pour remonter ensuite progressivement et atteindre leur niveau actuel de \$6.89.

Le nombre d'entrées payées dans les cinémas ordinaires a atteint son niveau le plus élevé en 1952, pour diminuer ensuite progressivement jusqu'en 1963; après une augmentation en 1964, il a recommencé à diminuer jusqu'en 1970, mais en 1972 il s'est produit une autre légère augmentation (voir tableau 18.16). La tendance des entrées payées dans les ciné-parcs a été un peu différente. Elles ont atteint un sommet en 1954, pour ensuite diminuer très rapidement pendant quelques années. De 1957 à 1965, le nombre d'entrées s'est situé aux environs de 10 millions. Les ventes de billets se sont accrues, par la suite, atteignant 12.3 millions en 1968. Après 1968, le nombre d'entrées a diminué de nouveau. Le nombre d'entrées dans les deux genres de cinémas n'a pas progressé au même rythme que la population et, actuellement, il semble s'être stabilisé aux environs de 90 millions par an. En 1972, la moyenne d'utilisation des places disponibles a été établie à 15% seulement pour l'ensemble du Canada. L'utilisation est plus élevée dans les petits centres que dans les grands.

En 1972, 63 entreprises ont distribué des films par l'entremise de 121 bureaux au Canada. Les recettes totales ont augmenté de 8.2% pour atteindre \$71.6 millions en 1972, comparativement à \$66.1 millions en 1970. Les recettes provenant de la location de films à des cinémas se sont élevées à \$49.8 millions, soit 70% des recettes totales. Les recettes provenant de la location de films pour la télévision ont justifié de 25%. Les autres 5% provenaient de la location de films à d'autres fins. En 1972, 801 nouveaux films ont été distribués, comparativement à 948 en 1970. Les nouveaux longs métrages étaient au nombre de 719, dont 404 en anglais, 212 en français et 103 en d'autres langues. Des 719 nouveaux longs métrages, 294 venaient des États-Unis, 134 de la France, 116 de l'Italie, 71 de la Grande-Bretagne, 35 du Canada et 69 d'autres pays.

La production cinématographique en 1972 a été réalisée par 150 entreprises privées déclarant des recettes brutes de \$22.9 millions. Au total, 5,823 films animés originaux ont été déclarés par les entreprises privées (5,542) et les organismes publics (281); sur ce nombre, 2,226 étaient des films animés et des films publicitaires pour la télévision. Dans l'ensemble, on a produit 3,038 films animés autres que des films publicitaires — 330 pour le cinéma et 2,708 pour la télévision. Les 559 autres films étaient des films destinés à l'enseignement, à la formation et au tourisme, ainsi que des films d'information.

Agences de publicité. En 1972, 189 agences de publicité ont déclaré un chiffre d'affaires brut de \$535.1 millions (tableau 18.17). Ce montant ne représente pas les dépenses totales consacrées à la publicité au pays étant donné qu'une bonne part s'effectue autrement que par l'intermédiaire d'agences de publicité; qu'il suffise de mentionner les annonces classées dans les journaux et une certaine quantité de publicité au moyen de catalogues et par la poste. Sur le chiffre d'affaires brut total des supports publicitaires, \$172.0 millions représentaient la publicité dans les imprimés (journaux, magazines de fin de semaine, revues de consommateurs, revues professionnelles, pages jaunes, publications agricoles, etc.), \$171.4 millions à la télévision, \$58.4 millions à la radio, \$13.5 millions dans les supports extérieurs et les moyens de transport, \$20.8 millions pour l'envoi par la poste et \$2.9 millions pour d'autres supports publicitaires.

Le montant total dépensé pour les supports publicitaires s'est élevé à \$415.3 millions; les frais de production se sont établis à \$108.0 millions et les études de marché et autres services à