

d'hébergement, les mess des Forces armées, les clubs privés, les succursales de la légion et les lieux de consommation d'aliments et de boissons exploités par des établissements ne faisant pas partie du secteur des services. Le tableau 18,16 présente une ventilation par province des recettes de 1976 provenant de la vente d'aliments et boissons.

Buanderies mécaniques et établissements de nettoyage à sec et de teinture. En 1975, 2,681 buanderies mécaniques et établissements de nettoyage à sec et de teinture étaient en exploitation au Canada et ont réalisé des recettes de \$373.7 millions, ce qui représente une augmentation de 16.1% par rapport à 1974 (\$321.8 millions). Sur le nombre total de ces établissements, 354 étaient des buanderies qui ont réalisé des recettes de \$185.0 millions et 2,327 étaient des établissements de nettoyage à sec et de teinture dont les recettes se sont élevées à \$188.7 millions. En 1975, les recettes des buanderies mécaniques ont augmenté de 22.5% par rapport à 1974 et celles des établissements de nettoyage à sec et de teinture, de 10.5%.

Présentation, distribution et production 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.

En 1976, les recettes provenant des entrées se sont élevées à \$224.0 millions, dont \$192.4 millions ont été réalisés par les cinémas ordinaires et \$31.6 millions par les ciné-parcs. Les recettes des cinémas ordinaires provenant d'autres sources, entre autres des casse-croûte, ont porté le montant total à \$233.1 millions. On a dénombré 1,129 cinémas ordinaires et 309 ciné-parcs en activité au Canada.

Le prix d'entrée moyen était de \$2.34 (taxes comprises) dans les cinémas ordinaires et de \$2.42 dans les ciné-parcs. Le pourcentage moyen d'utilisation des places au Canada a régressé de 16% en 1975 à 15% en 1976. Il demeure plus élevé dans les petites localités que dans les grandes.

En 1976, 86 entreprises ont distribué des films par l'entremise de 134 bureaux au Canada. Les recettes totales ont augmenté de 11.4% pour atteindre \$127.0 millions, comparativement à \$114.0 millions en 1975. Les recettes provenant de la location de films aux cinémas se sont élevées à \$78.6 millions, ce qui représente 63.5% des recettes totales. Les recettes provenant de la location de films pour la télévision figuraient pour 29.3%, et les 7.2% restants provenaient de la location de films à d'autres fins. En 1976, 2,580 nouveaux films ont été distribués, comparativement à 864 en 1975. Les nouveaux longs métrages étaient au nombre de 690, dont 456 en anglais, 187 en français et 47 dans d'autres langues. Sur les 690 nouveaux longs métrages, 380 venaient des États-Unis, 109 de la France, 32 de l'Italie, 43 de la Grande-Bretagne, 40 du Canada et 86 d'autres pays.

La production cinématographique en 1976 a été réalisée par 271 entreprises privées déclarant des recettes brutes de \$53.7 millions au titre de la production. Globalement, on a produit 5,810 films originaux et 1,000 versions modifiées, ce qui donnait un total de 6,810, dont 6,515 réalisés par des entreprises privées et 295 par des organismes publics. Ces 6,810 productions comprenaient entre autres des messages publicitaires (3,396), des longs et courts métrages (424), des films éducatifs et documentaires (1,038), des films fixes (1,091) et d'autres genres de films (861).

Agences de publicité. En 1976, 304 agences de publicité ont déclaré un chiffre d'affaires brut de \$916.2 millions. Ce montant ne représente qu'une partie des dépenses totales consacrées à la publicité au Canada, 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, qui comprend le chiffre d'affaires des supports publicitaires et les frais de production, \$321.0 millions représentaient la publicité dans les imprimés (journaux, magazines de fin de semaine, revues de consommateurs, revues professionnelles, pages jaunes et publications agricoles), \$394.7 millions à la télévision, \$120.4 millions à la radio, \$27.1 millions dans les supports extérieurs et les moyens de transport, \$24.1 millions pour l'envoi par la poste et \$3.6 millions pour d'autres supports publicitaires.