

CATALOGUE No.

63-215

ANNUAL - ANNUEL

C.2



NOT FOR LOAN
NE S'EMPRUNTE PAS

VOLUNTARY GROUP STORES

MARCHANDS DÉTAILLANTS VOLONTAIREMENT GROUPÉS

1967



Previous reports on voluntary group stores covered the years 1963 - 1965 inclusive for the grocery and combination trade and 1964 and 1965 for other selected trades for the following year. The survey was deferred because of the 1966 Census of Merchandising and Services. — Les bulletins précédents sur les magasins volontairement groupés couvraient les années 1963 - 1965 inclusivement dans le cas des épiceries et des épiceries-boucheries, et les années 1964 et 1965 pour certains autres commerces. L'année suivante, l'enquête a été différée à cause du recensement du commerce et des services de 1966.

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

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

DOMINION BUREAU OF STATISTICS
Merchandising and Service Division

BUREAU FÉDÉRAL DE LA STATISTIQUE
Division du commerce et des services

February - 1970 - Février
6403-539

Price—Prix: 50 cents

NOT FOR LOAN
NE SEMPRENTE PAS

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Dominion Bureau of Statistics 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.

SIGNES CONVENTIONNELS

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications du Bureau fédéral de la statistique.

.. 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.

VOLUNTARY GROUP STORESMARCHANDS DÉTAILLANTS VOLONTAIREMENT GROUPE

1967

Introduction

This is the third in an annual series of reports on voluntary group stores published by the Dominion Bureau of Statistics and the first made available in a combined form. (The two previous reports were "Voluntary Group Stores, Grocery and Combination Trade, 1963-65", Catalogue No. 63-215, and "Voluntary Group Stores, Selected Trades, 1964-1965", Catalogue No. 63-217.) As the reader will note, data for the year 1966 are not provided in this report. The annual survey was deferred for one year, in order to avoid any conflict with the 1966 Census of Merchandising and Services.

In 1967, there were 12,547 independent retail stores operating in a voluntary group setting, with total sales of \$2,499,001,000. In 1964, the first year for which comparable data were published, 10,821 independent retailers accounted for sales of \$1,700,171,000. Over the three-year period, the number of affiliated independent stores increased by 16.0 per cent, while their sales climbed by a significant 47.0 per cent. (During the same period, total retail sales grew at a more modest rate of 22.9 per cent.)

Corporate chains also increased their rate of activity in voluntary groups. Between 1965 and 1967, the number of chain stores participating in voluntary group activities rose from 658 to 725 - a gain of 10.2 per cent. Simultaneously, their sales jumped from \$308,692,000 to \$446,671,000 or 44.7 per cent higher in 1967 than in 1965.

A statistical summary of voluntary group development among independent retail stores is provided in the following table. Data on corporate chains in voluntary groups will be found in previous publications and in Table 5 of the present report.

Voici le troisième numéro d'une série de bulletins annuels que publie le Bureau fédéral de la statistique sur les magasins de détail volontairement groupés (aussi appelés chaînes volontaires). Il réunit sous une même couverture les bulletins publiés antérieurement sous les titres "Marchands détaillants volontairement groupés, épiceries et épiceries-boucheries, 1963-1965" (numéro de catalogue 63-215), et "Marchands détaillants volontairement groupés, certains commerces, 1964-1965" (numéro de catalogue 63-217). La présente publication ne contient pas de données pour 1966. On a jugé bon, en effet, de retarder d'un an l'enquête annuelle pour éviter qu'il y ait conflit avec le recensement du commerce et des services de 1966.

En 1967, les 12,547 magasins de détail indépendants groupés en chaîne volontaire ont fait des ventes de \$2,499,001,000. En 1964, première année pour laquelle on a publié des statistiques comparables, 10,821 détaillants indépendants avaient vendu pour \$1,700,171,000. Si le nombre de magasins indépendants affiliés a augmenté de 16.0 p. 100 au cours des trois années, la valeur de leurs ventes par contre s'est accrue de 47.0 p. 100. (Au cours de la même période, les ventes de l'ensemble des commerces de détail ont augmenté dans une proportion plus modeste de 22.9 p. 100.)

Les magasins à succursales ont aussi accru leur représentation dans les chaînes volontaires. Entre 1965 et 1967, le nombre de succursales faisant partie de chaînes volontaires est passé de 658 à 725 (+10.2 p. 100). Parallèlement, leurs ventes sont montées de \$308,692,000 à \$446,671,000 (+44.7 p. 100).

Le tableau suivant donne un aperçu statistique de la popularité dont jouissent les chaînes volontaires auprès des marchands indépendants. Les données sur les magasins à succursales affiliés à des chaînes volontaires figurent dans les publications précédentes et au Tableau 5 du présent bulletin.

Independent Voluntary Group Stores, 1963-1967

Marchands indépendants volontairement groupés, 1963-1967

Historical Series -- Série chronologique

Item	Stores affiliated with food wholesalers (Grocery and combination stores and others)					
	1963(1)	1964	1965	1966	1967	
Wholesalers -- Grossistes	No. -- nomb.	64	66	67	..	74
Voluntary groups -- Groupes de magasins	"	101	105	112	..	127
Affiliated retailers -- Détaillants affiliés	"	5,151	6,047	6,681	..	7,500
Sales of affiliated retailers -- Ventes des détaillants affiliés	\$'000	952,645	1,106,435	1,267,801	..	1,686,834
Average sales of affiliated retailers -- Ventes moyennes des détaillants affiliés	\$'000	184.9	183.0	189.8	..	224.9
Stores affiliated with non-food wholesalers (Drugs, hardware, general and variety)						
Item	Magasins affiliés à des grossistes du secteur alimentaire (Épiceries et épiceries-boucheries et autres)					
	1963	1964	1965	1966	1967	
Wholesalers -- Grossistes	No. -- nomb.	..	31	32	..	32
Voluntary groups -- Groupes de magasins	"	..	31	32	..	38
Affiliated retailers -- Détaillants affiliés	"	..	4,774	4,988	..	5,047
Sales of affiliated retailers -- Ventes des détaillants affiliés	\$'000	..	593,736	665,328	..	812,167
Average sales of affiliated retailers -- Ventes moyennes des détaillants affiliés	\$'000	..	124.4	133.4	..	160.9

(1) Includes grocery and combination stores only. -- Comprend seulement les épiceries et épiceries-boucheries.

Definition

For the purpose of the 1967 survey, a voluntary group store was defined as: "An independent or corporate chain retailer who is associated (or affiliated) with a particular wholesaler within the framework of an identifiable voluntary, franchised or retailer-sponsored group of stores - for buying, advertising and other related merchandising activities. Voluntary group members must identify themselves as affiliated stores, by use of a group or franchise operator's name or by means of crests or other insignia." (A voluntary group can exist only when the affiliation entails participation in various joint advertising activities and co-ordinated buying arrangements, whether or not supported by a written contract or other type of agreement.)

This definition differed somewhat from that used in the 1963, 1964 and 1965 surveys. The most significant change was to eliminate the criterion of a written contract or other type of agreement. In addition, the previous definition described the voluntary group; the present one describes the affiliated store. The principal criteria of the new definition are (a) an ability to recognize and identify the store as a member of a particular voluntary group, and (b) participation by the independent retailer in "joint advertising ... and co-ordinated buying arrangements".

Collection of Data

The collection of data on voluntary group stores was effected in three stages:

(1) Initially, the names of voluntary group wholesalers and suppliers were obtained in the course of the 1961 Census of Merchandising and Services. More recently, mailing lists have been updated as a result of information received from other DBS surveys, trade magazines, newspapers, etc.

(2) Voluntary group membership lists were obtained from these wholesalers and suppliers on written request, then matched against existing records to determine the names of firms not previously covered in the voluntary group survey.

(3) Information on sales and purchases (including the "purchase factor") was obtained directly from the voluntary group members. Respondents were also asked to supply information relating to their kind of business, the existence of multiple affiliations - as described in Table 6 - and details of changes in name, address or affiliation which may have taken place since the previous survey.

Summary of Results

In 1967, independent voluntary group stores in a wide variety of trades accounted for total sales of \$2,499,001,000 - a rise of 47.0 per cent over the \$1,700,171,000 reported in 1964. During the same period, the number of such stores increased by 16.0 per cent, from 10,821 to 12,547. Sales by corporate chain stores operating in a voluntary group setting also grew at a rapid pace, attaining a level of \$446,671,000 in 1967. As a consequence of this growth, the combined sales of voluntary group stores (independent and chain) rose to \$2,945,672,000 or 12.4 per cent of total retail sales during 1967.

The largest proportion of voluntary group sales has historically been accounted for by affiliated grocery and combination stores, which in 1967 recorded sales of \$1,910,742,000 - nearly two thirds of the total. The \$1,579,197,000 in sales by independent stores represented an increase of 55.3 per cent over

Définition

Au cours de l'enquête de 1967, les marchands détaillants volontairement groupés sont définis comme étant des détaillants indépendants ou des propriétaires de magasins à succursales qui sont associés (ou affiliés) à un grossiste en particulier en tant que groupe identifiable engagé volontairement sous son patronage, qu'ils soient concessionnaires ou détaillants, pour l'achat, la publicité et les autres activités commerciales connexes. Les membres du groupe doivent s'identifier comme magasins affiliés, au moyen d'un nom collectif ou du nom du grossiste de qui ils tiennent la concession ou encore au moyen d'écussons ou d'autres symboles. (Une chaîne volontaire ne peut exister que si l'affiliation entraîne la participation à diverses activités publicitaires communes et à des conventions d'achat coordonné, qu'elles soient appuyées ou non par un contrat écrit ou un autre genre d'engagement.)

La définition diffère quelque peu de celle qui avait été retenue pour les enquêtes de 1963, 1964 et 1965. Le changement le plus important est que le contrat écrit ou un autre genre de convention n'est plus un critère. De plus, la définition précédente décrivait le groupe de magasins volontairement groupés; la nouvelle, au contraire, définit les magasins affiliés. Les principaux éléments de la nouvelle définition sont a) la possibilité de reconnaître et d'identifier le magasin comme appartenant à un groupe donné de magasins volontairement groupés, et b) la participation du détaillant indépendant à des "activités publicitaires communes ... et à des conventions d'achat coordonné".

Collecte des données

La collecte des données relatives aux magasins volontairement groupés s'est faite en trois étapes:

(1) D'abord, on a dressé la liste des grossistes et des fournisseurs de chaînes volontaires, d'après le recensement du commerce et des services de 1961. Des renseignements tirés d'autres enquêtes du B.F.S., de revues professionnelles, des journaux, etc. ont servi plus tard à une mise à jour des listes d'adresses.

(2) En réponse à une demande écrite, ces grossistes et fournisseurs nous ont transmis des listes des marchands membres. On a comparé ces dernières aux listes existantes pour voir quelles entreprises n'étaient pas prises en compte dans l'enquête.

(3) Les renseignements sur les ventes et les achats (y compris le "facteur d'achat") nous ont été communiqués par les détaillants mêmes. Ceux-ci ont en outre fourni des détails sur la nature de leur entreprise, sur l'existence d'affiliations multiples (Tableau 6) et sur les changements de nom, d'adresse ou d'affiliation qui avaient pu intervenir depuis l'enquête précédente.

Sommaire des résultats

En 1967, les ventes totales des divers magasins volontairement groupés ont atteint \$2,499,001,000, soit 47.0 p. 100 de plus qu'en 1964 (\$1,700,171,000). Au cours de la même période, le nombre de ces magasins est passé de 10,821 à 12,547 (+ 16.0 p. 100). Les ventes des magasins à succursales faisant partie de chaînes volontaires ont aussi augmenté à un rythme rapide, atteignant \$446,671,000 en 1967. Bref, l'ensemble des ventes des magasins volontairement groupés (indépendants et à succursales) a atteint \$2,945,672,000, ce qui représente 12.4 p. 100 de toutes les ventes au détail de 1967.

Les ventes des épiceries et des épiceries-boucheries ont toujours représenté la plus forte proportion des ventes des magasins volontairement groupés; en 1967, elles ont atteint \$1,910,742,000, soit presque les deux tiers du total. Les ventes des magasins indépendants ont été de \$1,579,197,000, soit 55.3 p. 100 de plus qu'en 1964, et le nombre de ces

CATALOGUE No.

63-215

ANNUAL -- ANNUEL

Voluntary Group Stores

- - -

Marchands Détailants Volontairement Groupés

1967

ERRATA

The note on the cover of this report should read as follows:

A la place du nota de la couverture du présent bulletin, veuillez lire ce qui suit:

Previous reports on voluntary group stores covered the years 1963-1965 inclusive for the grocery and combination trade and 1964 and 1965 for other selected trades. For the following year, the survey was deferred because of the 1966 Census of Merchandising and Services. -- Les bulletins précédents sur les magasins volontairement groupés couvraient les années 1963-1965 inclusivement dans le cas des épiceries et des épiceries-boucheries, et les années 1964 et 1965 pour certains autres commerces. L'année suivante, l'enquête a été différée à cause du recensement du commerce et des services de 1966.

the 1964 level, while the number of such stores in operation rose from 5,268 to 6,708, a gain of 27.3 per cent. An even more impressive rate of growth was registered by chain grocery and combination outlets in voluntary groups; from 1965 to 1967, their sales rose by 56.1 per cent to reach a new high of \$331,545,000.

The next largest contribution was made by affiliated drug stores, which in 1967 accounted for total sales of \$352,617,000 - almost all by independent stores - and retained their position as an integral part of voluntary group operations in Canada. However, independent drug stores in voluntary groups reported the lowest rate of growth from 1964 to 1967 - 15.8 per cent - among all trades in which affiliated stores were found. In addition, their number declined from 2,697 to 2,263 during the 1964-1967 period - a drop of 16.1 per cent. (On the other hand, as will be explained in more detail below, the degree of affiliation of the remaining stores improved considerably over the three years.)

Affiliated hardware stores achieved sales of \$201,976,000 in 1967, all but 5 per cent of which was accounted for by independent retailers. From 1964 to 1967, the highest rate of increase among voluntary group members was registered by independent hardware stores, in terms of both number (+58.6 per cent) and sales (+82.3 per cent). By way of comparison, the growth in sales was approximately four times as great as the 22.9 per cent increase in total retail sales during this period.

Other trades in which affiliated retailers accounted for a significant proportion of total sales were: auto accessories stores; general and general merchandise stores; and variety stores. Voluntary group stores also existed to a lesser degree among automobile dealers; service stations and garages; family clothing stores; furniture, TV, radio and appliance stores; and miscellaneous food stores, i.e. meat markets, fruit and vegetable stores, etc.

magasins en activité est passé de 5,268 à 6,708 (+27.3 p. 100). Les épiceries et les épiceries-boucheries à succursales faisant partie de chaînes volontaires ont enregistré un taux de croissance encore plus prodigieux; de 1965 à 1967, leurs ventes se sont accrues de 56.1 p. 100, atteignant un nouveau sommet de \$331,545,000.

Viennent en second lieu les pharmacies affiliées, dont les ventes (réalisées pour la plupart par les pharmacies indépendantes) ont été en 1967 de \$352,617,000 et qui conservent le même rang parmi les magasins volontairement groupés. Toutefois, de l'ensemble des commerces où se pratique le principe de la chaîne volontaire, ce sont les pharmacies indépendantes qui ont enregistré le pourcentage le plus faible de croissance entre 1964 et 1967 (+15.8 p. 100). De plus, leur nombre est tombé de 2,697 à 2,263 entre 1964 et 1967 (-16.1 p. 100). (Par contre, comme on l'explique ci-après de façon plus détaillée, le degré d'affiliation des pharmacies s'est accru considérablement au cours de ces trois années.)

Les quincailleries affiliées ont réalisé en 1967 des ventes de \$201,976,000, dont 5 p. 100 seulement n'ont pas été faites par des détaillants indépendants. De 1964 à 1967, le taux le plus élevé d'augmentation parmi les magasins volontairement groupés a été enregistré par les quincailleries indépendantes, tant pour le nombre (+58.6 p. 100) que pour les ventes (+82.3 p. 100). Par comparaison, le pourcentage d'accroissement de leurs ventes a été d'environ quatre fois plus élevé que celui de l'ensemble des ventes au détail effectuées durant cette période (+22.9 p. 100).

Les autres commerces où les ventes des détaillants affiliés représentent une proportion appréciable des ventes totales sont: les magasins d'accessoires d'automobiles, les "magasins généraux" et les magasins de marchandises diverses, ainsi que les bazars. Il existe aussi des chaînes volontaires, quoique dans une mesure moindre, parmi les concessionnaires d'automobiles, les stations-service et les garages, les magasins de vêtements pour la famille, les magasins de meubles, de téléviseurs, de radios et d'appareils ménagers, ainsi que parmi les magasins d'aliments divers, c.-à-d. les marchés de viandes, les magasins de fruits et de légumes, etc.

Sales in Voluntary Group Stores as a Proportion of Total Retail Sales, Canada, 1967

Ventes des marchands détaillants volontairement groupés par rapport à l'ensemble des ventes au détail, Canada, 1967

Kind of business Genre de commerce	Sales in voluntary group stores			Total retail sales(1)			Sales in voluntary group stores as a proportion of total retail sales		
	Ventes des marchands détaillants volontairement groupés			Total des ventes au détail(1)			Ventes des marchands volontairement groupés par rapport à l'ensemble des ventes au détail		
	Chain Magasins à suc- cursales	Indepen- dent Indépen- dants	Total	Chain Magasins à suc- cursales	Indepen- dent Indépen- dants	Total	Chain Magasins à suc- cursales	Indepen- dent Indépen- dants	Total
				\$'000			%		
Drug stores -- Pharmacies ..	3,082	349,535	352,617	94,849	601,162	696,011	3.2	58.1	50.7
Grocery and combination stores -- Épiceries et épiceries-boucheries	331,545	1,579,197	1,910,742	2,532,813	2,771,289	5,304,102	13.1	57.0	36.0
Hardware stores -- Quincailleries	9,597	192,379	201,976	65,349	335,612	400,961	14.7	57.3	50.4
Variety stores -- Bazars ...	44,316	44,974	89,290	604,986(2)	96,431	701,417	7.3	46.6	12.7
Other trades -- Autres commerces	58,131	332,916	391,047	4,654,622	12,028,076	16,682,698	1.2	2.8	2.3
All stores - Total - Tous les magasins	446,671	2,499,001	2,945,672	7,952,619	15,832,570	23,785,189	5.6	15.8	12.4

(1) Estimated on a 1961 Census base. -- Estimations fondées sur les résultats du recensement de 1961.

(2) Includes department store outlets operated by variety chains. -- Comprend les grands magasins exploités par les chaînes de bazaars.

The preceding table illustrates the extent to which the voluntary group method of merchandising has penetrated various segments of Canadian retailing during the past few years. More than one half of the sales transacted by drug stores and hardware stores, and over one third in the case of grocery and combination stores, were accounted for by voluntary group retailers, including those in corporate chains. The voluntary group influence was particularly evident among independent stores in the above three trades, together with variety stores where nearly one half of independent store sales were accounted for by affiliated outlets. In total, one out of every eight sales dollars rung up by retailers in 1967 was recorded on the cash register of a voluntary group member store.

Degree of Affiliation

As in previous years, one of the principal purposes of the voluntary group survey was to examine the degree of affiliation in the various kinds of voluntary groups which exist in this country. For the purpose of this report, a retailer's degree of affiliation was measured by comparing the value of purchases made from or through the group wholesaler/supplier with his total purchases of goods for resale. The resulting proportion is known as "the purchase factor". (Note: Corporate chain stores were not included in this analysis.)

As shown in Table 1, the purchase factor varied widely from one kind of business to another and, within each of these, from one part of Canada to another. If the top quarter of the purchase factor range (75-100) is accepted as a valid criterion to indicate a relatively close degree of affiliation, the most closely affiliated stores - in terms of sales - were located in the Atlantic Provinces (57.1 per cent), Ontario (54.6 per cent) and Quebec (48.8 per cent). The least closely affiliated stores were found in British Columbia.

By kind of business, the closest degree of affiliation existed among auto accessories, tire and battery stores, 94.0 per cent of whose sales fell in the 75-100 range. In addition, 58.1 per cent of variety store sales were found in this top range. Drug stores, on the other hand, were least closely associated with their group sponsors, with only 10.8 per cent of drug store sales in the 75-100 range.

Reference to the earlier reports on voluntary group stores indicates that the degree of affiliation between retailers and their voluntary group wholesalers and suppliers improved considerably during the 1964-1967 period. Independent drug stores in particular, as well as grocery and combination stores, measurably improved their relationship with group sponsors during this period, as shown by the higher proportion of their sales in the 75-100 purchase range. Variety stores were the only ones to resist the trend towards a greater degree of affiliation; the percentage of their sales in the 75-100 category declined from 69.0 per cent in 1964 to 58.1 per cent in 1967.

Average sales of Independent Voluntary Group Stores

In addition to the gains noted above, increases were registered in another area as well: the average sales per store. Among the major trades described in Table 2, auto accessories, tire and battery stores had the highest "average" (per store) sales in 1967 - \$320,200. Such stores also recorded the greatest increase (53.4 per cent) over the comparable figure for 1964. Hardware stores and variety stores experienced the lowest average sales among the major trades, \$126,600 and \$127,800 respectively. Average sales for all affiliated independent stores reached \$199,200 in

Le tableau précédent illustre dans quelle mesure le principe de la chaîne volontaire a pénétré, ces dernières années, divers secteurs du commerce de détail au Canada. Plus de la moitié des ventes des pharmacies et des quincailleries, et plus d'un tiers de celles des épiceries et des épicerie-boucheries, ont été effectuées par des magasins de détail volontairement groupés (indépendants ou succursales). L'influence de ces groupes est particulièrement manifeste dans le cas des magasins indépendants des trois secteurs d'activité susmentionnés, ainsi que dans le cas des bazars, où presque la moitié des ventes des magasins indépendants ont été réalisées par des magasins affiliés. Au total, un huitième des ventes au détail en 1967 ont été faites par des magasins volontairement groupés.

Degré d'affiliation

Comme les années précédentes, l'enquête sur les marchands détaillants volontairement groupés a notamment pour objet d'étudier le degré d'affiliation des divers groupes de détaillants volontairement groupés qui existent au Canada. Aux fins de la présente publication, on a mesuré le degré d'affiliation d'un détaillant en comparant la valeur des achats faits auprès d'un même grossiste ou fournisseur, ou par son entremise, à l'ensemble des marchandises destinées à la revente. La portion qui en résulte s'appelle "le facteur d'achat". (Note: Les magasins à succursales ne sont pas pris en compte dans cette analyse.)

Comme on le voit au Tableau 1, le facteur d'achat varie beaucoup d'un commerce à l'autre, voire d'une région du Canada à l'autre pour un même commerce. On considère comme critère valable d'un degré d'affiliation relativement élevé un facteur d'achat qui se situe dans le dernier quart (entre 75 et 100). La fréquence de ce degré d'affiliation est la plus élevée dans les provinces de l'Atlantique (57.1 p. 100), en Ontario (54.6 p. 100) et au Québec (48.8 p. 100), les proportions étant calculées ici en fonction des ventes totales des magasins affiliés plutôt qu'en fonction de leur nombre. Par contre, c'est en Colombie-Britannique que ce degré d'affiliation se retrouve le moins souvent.

Du point de vue du genre de commerce, c'est parmi les magasins d'accessoires, de pneus et de batteries d'automobiles que l'affiliation est la plus étroite; en effet, le facteur d'achat 75-100 s'applique à 94.0 p. 100 de leur chiffre d'affaires. Ce facteur d'achat s'applique en outre à 58.1 p. 100 du chiffre d'affaires des bazars. Par contre, c'est parmi les pharmacies qu'il se retrouve le moins souvent (10.8 p. 100 seulement du chiffre d'affaires).

La comparaison avec les premiers bulletins publiés sur les magasins de détail volontairement groupés montre qu'entre 1964 et 1967 le degré d'affiliation entre les groupes de détaillants et leurs grossistes ou fournisseurs s'est sensiblement accru. Cet accroissement est sensible dans les cas des pharmacies indépendantes ainsi que des épiceries et des épicerie-boucheries, où la proportion ayant un facteur d'achat de 75-100 est en augmentation. Les bazars sont les seuls à avoir résisté à la tendance vers une affiliation plus étroite; alors qu'il était de 69.0 p. 100 en 1964, le pourcentage de leur chiffre d'affaires auquel s'appliquait le facteur d'achat 75-100 n'était plus que de 58.1 p. 100 en 1967.

Ventes moyennes des magasins indépendants volontairement groupés

Les ventes moyennes par magasin ont aussi augmenté. Parmi les principaux commerces retenus au tableau 2, les magasins d'accessoires, de pneus et de batteries d'automobiles ont eu en 1967 les ventes "moyennes" (par magasin) les plus élevées (\$320,200). Ces magasins ont aussi enregistré la plus forte augmentation (53.4 p. 100) par rapport à 1964. Les quincailleries et les bazars ont connu les ventes moyennes les plus faibles des principaux commerces, soit \$126,000 et \$127,800 respectivement. En 1967, les ventes moyennes de l'ensemble des magasins indépendants affiliés ont atteint \$199,200, soit 26.8 p. 100 de plus que trois ans auparavant.

1967, an increase of 26.8 per cent over the \$157,100 recorded three years earlier.

(\$157,100).

Affiliated vs. Non-affiliated Stores

The following table compares the rates of growth, in selected trades, of sales in chain and independent stores from 1964 to 1967. Separate comparisons have also been made of affiliated and non-affiliated independent store sales during the same period. In the case of both grocery and combination stores and hardware stores, the sales of affiliated independent retailers rose by a considerably higher degree than any other form of retailing in these fields. At the same time, the sales of non-affiliated stores in the grocery and hardware trades actually declined between 1964 and 1967: 7.0 per cent in the case of grocery and combination stores, 18.7 per cent in the case of hardware stores.

Among drug stores, affiliated retailers were overshadowed not only by chains but by their independent competitors as well. (The reader will recall that affiliated drug stores experienced the lowest gain of any major trade over the 1964-1967 period, possibly due to the loss of over 400 stores from voluntary groups operating in this field.) Lastly, among variety stores, affiliated retailers fared much better than their non-affiliated counterparts but lagged far behind the growth-rate of chain variety stores during this period.

Magasins affiliés et magasins non affiliés

Le tableau suivant établit une comparaison du taux de croissance, à l'égard de certains commerces, des ventes des magasins à succursales et des magasins indépendants entre 1964 et 1967. On présente aussi pour la même période des comparaisons distinctes entre les ventes des magasins indépendants affiliés et non affiliés. Dans le cas des épiceries et des épiceries-boucheries comme dans celui des quincailleries, les ventes des détaillants indépendants affiliés ont augmenté dans une proportion beaucoup plus forte que celles de l'ensemble des autres genres de détaillants dans ces secteurs. Par contre, les ventes des épiceries et des quincailleries non affiliées ont en fait diminué entre 1964 et 1967: 7.0 p. 100 dans le cas des épiceries et des épiceries-boucheries, 18.7 p. 100 dans celui des quincailleries.

Pour ce qui est des pharmacies, les détaillants affiliés ont été dépassés par les entreprises à succursales aussi bien que par leurs concurrents indépendants. (On a vu que les pharmacies affiliées ont connu l'augmentation la plus faible des principaux commerces pour la période 1964-1967, ce qui s'explique peut-être par le fait que les effectifs des chafnes volontaires de ce secteur ont diminué de 400 pharmacies.) Enfin, en ce qui concerne les bazars, les détaillants affiliés ont fait de bien meilleures affaires que leurs homologues non affiliés, mais leur taux de croissance pour cette période les a laissés loin derrière les bazars à succursales.

Rates of Growth - Chain Stores, Independent Stores and Voluntary Group Stores. Canada, 1964-1967

Taux d'accroissement - magasins à succursales, marchands indépendants et marchands détaillants volontairement groupés, Canada, 1964-1967

Kind of store - Genre de commerce			1964-1967 Rate of growth - Taux d'accrois- sement				1964-1967 Rate of growth - Taux d'accrois- sement	
	1964 \$'000	1967 \$'000			1964 \$'000	1967 \$'000		
			Drug stores - Pharmacies	Grocery and combination stores - Épiceries et épiceries-boucheries			%	%
All stores - Total - Tous magasins	537,644	696,011		+ 29.5	4,355,948	5,304,102		+ 21.8
Corporate chain stores -- Magasins à succursales ..	63,621	94,849		+ 49.1	2,057,748	2,532,813		+ 23.1
Independent stores - Total - Marchands indépendants	474,023	601,162		+ 26.8	2,298,200	2,771,289		+ 20.6
Voluntary group stores -- Marchands détaillants volontairement groupés	301,873	349,535		+ 15.8	1,016,951	1,579,197		+ 55.3
Non-affiliated stores -- Marchands non groupés ..	172,150	251,627		+ 46.2	1,281,249	1,192,092		- 7.0
<hr/>								
<hr/>								
<hr/>								
Hardware stores -- Quincailleries					Variety stores -- Bazars			
All stores - Total - Tous magasins	328,409	400,961		+ 22.1	462,902	525,622		+ 51.5
Corporate chain stores -- Magasins à succursales ..	46,710	65,349		+ 39.9	384,895	429,820		+ 57.2
Independent stores - Total - Marchands indépendants	281,699	335,612		+ 19.1	78,007	96,431		+ 23.6
Voluntary group stores -- Marchands détaillants volontairement groupés	105,506	192,379		+ 82.3	32,145	44,974		+ 39.9
Non-affiliated stores -- Marchands non groupés ..	176,193	143,233		- 18.7	45,862	51,457		+ 12.2

TABLE 1. Number and Sales of Independent Retail Stores in Voluntary Groups, by Purchase Factor, by Province, 1967

TOTAL, ALL KINDS OF BUSINESS

TABLEAU 1. Nombre et ventes des magasins de détail indépendants volontairement groupés, par facteur d'achats et par province, 1967

TOTAL, TOUS GENRES DE COMMERCE

Purchase factor Facteur d'achats	Outlets Magasins	Percent- age dis- tribution Réparti- tion pro- centuelle	Sales(1) Ventes(1)	Percent- age dis- tribution Réparti- tion pro- centuelle	Outlets Magasins	Percent- age dis- tribution Réparti- tion pro- centuelle	Sales(1) Ventes(1)	Percent- age dis- tribution Réparti- tion pro- centuelle	
		No. -- nomb.	%	\$'000	%	No. -- nomb.	%	\$'000	%
Canada									
Atlantic Provinces Provinces de l'Atlantique									
0- 10	245	1.9	47,809	1.9	25	3.8	3,912	2.4	
10- 20	390	3.1	67,526	2.7	36	5.5	6,817	4.3	
20- 30	621	4.9	103,909	4.2	32	4.9	5,107	3.2	
30- 50	1,739	13.9	281,919	11.3	69	10.5	10,067	6.3	
50- 75	4,965	39.6	837,461	33.5	201	30.6	42,741	26.7	
75-100	4,587	36.6	1,160,377	46.4	293	44.7	91,305	57.1	
Total	12,547	100.0	2,499,001	100.0	656	100.0	159,949	100.0	
Québec									
Ontario									
0- 10	38	1.2	9,119	1.3	88	2.2	16,432	1.9	
10- 20	65	2.0	14,614	2.0	117	2.9	19,173	2.1	
20- 30	173	5.3	34,942	4.9	195	4.8	31,638	3.5	
30- 50	557	17.0	102,325	14.2	538	13.2	80,884	9.0	
50- 75	1,123	34.1	207,750	28.8	1,671	41.1	258,570	28.9	
75-100	1,330	40.4	351,650	48.8	1,456	35.8	488,359	54.6	
Total	3,286	100.0	720,401	100.0	4,065	100.0	895,055	100.0	
Manitoba									
Saskatchewan									
0- 10	16	2.1	2,990	2.7	13	1.3	1,443	1.2	
10- 20	24	3.1	2,836	2.6	32	3.2	3,868	3.2	
20- 30	34	4.4	4,214	3.8	41	4.1	5,587	4.6	
30- 50	80	10.4	15,429	14.1	115	11.4	14,663	11.9	
50- 75	326	42.2	41,269	37.6	441	43.6	55,779	45.5	
75-100	292	37.8	42,947	39.2	368	36.4	41,178	33.6	
Total	772	100.0	109,685	100.0	1,010	100.0	122,518	100.0	
Alberta									
British Columbia(2) Colombie-Britannique(2)									
0- 10	35	2.4	4,770	2.1	30	2.3	9,143	3.5	
10- 20	64	4.4	10,890	4.7	52	3.9	9,328	3.6	
20- 30	87	6.0	12,786	5.5	59	4.5	9,645	3.7	
30- 50	178	12.3	25,174	10.9	202	15.4	33,367	12.8	
50- 75	582	40.3	88,361	38.3	621	47.4	142,992	54.9	
75-100	500	34.6	88,762	38.5	348	26.5	56,176	21.5	
Total	1,446	100.0	230,743	100.0	1,312	100.0	260,651	100.0	

(1) Components may not add to totals due to rounding. -- Les chiffres ayant été arrondis, la somme des éléments ne correspond pas nécessairement aux totaux.

(2) Includes Yukon and Northwest Territories. -- Y compris le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.

TABLE 1A. Number and Sales of Independent Retail Stores in Voluntary Groups, by Purchase Factor, by Province, 1967

AUTO ACCESSORIES, TIRE AND BATTERY SHOPS

TABLEAU 1A. Nombre et ventes des magasins de détail indépendants volontairement groupés, par facteur d'achats, et par province, 1967

MAGASINS D'ACCESSOIRES, DE PNEUS ET DE BATTERIES D'AUTOMOBILE

Purchase factor Facteur d'achats	Outlets Magasins	Percent- age dis- tribution	Sales(1) Ventes(1)	Percent- age dis- tribution	Outlets Magasins	Percent- age dis- tribution	Sales(1) Ventes(1)	Percent- age dis- tribution	
		-- Réparti- tion pro- centuelle		-- Réparti- tion pro- centuelle		-- Réparti- tion pro- centuelle		-- Réparti- tion pro- centuelle	
		No. -- nomb.	%	\$'000	%	No. -- nomb.	%	\$'000	
Canada									
Atlantic Provinces Provinces de l'Atlantique									
0- 10	4	0.8	671	0.4	1	1.3	x	x	
10- 20	7	1.4	915	0.6	1	1.3	x	x	
20- 30	11	2.2	880	0.5	-	-	-	-	
30- 50	38	7.6	2,965	1.8	3	3.8	x	x	
50- 75	33	6.6	4,311	2.7	5	6.3	604	3.0	
75-100	409	81.4	151,012	94.0	69	87.3	18,801	92.9	
Total	502	100.0	160,755	100.0	79	100.0	20,229	100.0	
Québec									
Ontario									
0- 10	1	0.7	x	x	1	0.4	x	x	
10- 20	-	-	-	-	-	-	-	-	
20- 30	-	-	-	-	3	1.3	x	x	
30- 50	2	1.3	x	x	29	12.2	1,779	1.6	
50- 75	15	10.3	1,712	6.0	8	3.4	1,652	1.5	
75-100	128	87.7	25,817	91.2	196	82.7	104,781	96.6	
Total	146	100.0	28,311	100.0	237	100.0	108,483	100.0	
Manitoba									
Saskatchewan									
0- 10	-	-	-	-	-	-	-	-	
10- 20	-	-	-	-	-	-	-	-	
20- 30	-	-	-	-	-	-	-	-	
30- 50	1	50.0	x	x	-	-	-	-	
50- 75	-	-	-	-	-	-	-	-	
75-100	1	50.0	x	x	-	-	-	-	
Total	2	100.0	x	100.0	-	-	-	-	
Alberta									
British Columbia(2) Colombie-Britannique(2)									
0- 10	1	8.3	x	x	-	-	-	-	
10- 20	1	8.3	x	x	5	19.2	x	x	
20- 30	3	25.0	x	x	5	19.2	467	18.4	
30- 50	-	-	-	-	3	11.6	x	x	
50- 75	-	-	-	-	5	19.2	343	13.5	
75-100	7	58.4	x	x	8	30.8	827	32.6	
Total	12	100.0	x	100.0	26	100.0	2,540	100.0	

(1) Components may not add to totals due to rounding. -- Les chiffres ayant été arrondis, la somme des éléments ne correspond pas nécessairement aux totaux.

(2) Includes Yukon and Northwest Territories. -- Y compris le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.

TABLE 1B. Number and Sales of Independent Retail Stores in Voluntary Groups, by Purchase Factor, by Province, 1967

DRUG STORES

TABLEAU 1B. Nombre et ventes des magasins de détail indépendants volontairement groupés, par facteur d'achats et par province, 1967

PHARMACIES

Purchase factor Facteur d'achats	Outlets Magasins	Percent-age dis-tribution Réparti-tion pro-centuelle	Sales(1) Ventes(1)	Percent-age dis-tribution Réparti-tion pro-centuelle	Outlets Magasins	Percent-age dis-tribution Réparti-tion pro-centuelle	Sales(1) Ventes(1)	Percent-age dis-tribution Réparti-tion pro-centuelle
	No. -- nomb.	%	\$'000	%	No. -- nomb.	%	\$'000	%
Canada								
Atlantic Provinces Provinces de l'Atlantique								
0- 10	169	7.5	27,814	8.0	23	14.8	x	x
10- 20	209	9.2	32,263	9.2	31	20.0	x	x
20- 30	273	12.1	45,624	13.1	21	13.6	3,492	14.2
30- 50	344	15.2	56,426	16.1	18	11.6	2,891	11.8
50- 75	984	43.5	149,559	42.8	48	31.0	7,609	31.0
75-100	284	12.5	37,849	10.8	14	9.0	1,904	7.7
Total	2,263	100.0	349,535	100.0	155	100.0	24,567	100.0
Québec								
Ontario								
0- 10	26	7.8	5,572	9.6	49	4.9	7,606	4.9
10- 20	13	3.9	3,156	5.4	54	5.4	9,332	6.0
20- 30	70	20.9	13,344	23.0	78	7.8	13,488	8.7
30- 50	42	12.6	6,937	12.0	136	13.7	24,563	15.8
50- 75	148	44.3	23,594	40.6	534	53.6	81,001	52.1
75-100	35	10.5	5,472	9.4	145	14.6	19,534	12.5
Total	334	100.0	58,075	100.0	996	100.0	155,524	100.0
Manitoba								
Saskatchewan								
0- 10	14	10.4	x	x	10	4.8	1,179	4.7
10- 20	21	15.6	x	x	25	12.0	2,632	10.5
20- 30	24	17.8	3,053	15.9	18	8.6	2,098	8.4
30- 50	13	9.6	1,668	8.7	34	16.3	4,487	17.9
50- 75	52	38.5	7,649	39.8	87	41.6	10,816	43.2
75-100	11	8.1	1,400	7.2	35	16.7	3,821	15.3
Total	135	100.0	19,226	100.0	209	100.0	25,033	100.0
Alberta								
British Columbia(2) Colombie-Britannique(2)								
0- 10	26	11.8	3,586	12.1	21	9.8	3,634	9.7
10- 20	41	18.6	4,727	15.9	24	11.2	4,526	12.1
20- 30	41	18.6	6,252	21.0	21	9.8	3,897	10.4
30- 50	41	18.6	5,983	20.1	60	28.0	9,897	26.5
50- 75	45	20.6	6,274	21.1	70	32.7	12,616	33.8
75-100	26	11.8	2,901	9.8	18	8.5	2,817	7.5
Total	220	100.0	29,723	100.0	214	100.0	37,387	100.0

(1) Components may not add to totals due to rounding. -- Les chiffres ayant été arrondis, la somme des éléments ne correspond pas nécessairement aux totaux.

(2) Includes Yukon and Northwest Territories. -- Y compris le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.

TABLE IC. Number and Sales of Independent Retail Stores in Voluntary Groups, by Purchase Factor, by Province, 1967

GENERAL STORES AND GENERAL MERCHANDISE STORES

TABLEAU IC. Nombre et ventes des magasins de détail indépendants volontairement groupés, par facteur d'achats et par province, 1967

MAGASINS GÉNÉRAUX ET MAGASINS DE MARCHANDISES GÉNÉRALES

Purchase factor Facteur d'achats	Outlets Magasins	Percent- age dis- tribution Réparti- tion pro- centuelle	Sales(1) Ventes(1)	Percent- age dis- tribution Réparti- tion pro- centuelle	Outlets Magasins	Percent- age dis- tribution Réparti- tion pro- centuelle	Sales(1) Ventes(1)	Percent- age dis- tribution Réparti- tion pro- centuelle		
		No. -- nomb. %	\$'000	%		No. -- nomb. %	\$'000	%		
Canada										
Atlantic Provinces Provinces de l'Atlantique										
0- 10	13	1.7	4,006	3.6	-	-	-	-		
10- 20	32	4.2	6,570	5.8	3	5.3	1,403	16.4		
20- 30	55	7.1	8,374	7.4	4	7.0	951	7.7		
30- 50	178	23.2	27,302	24.2	19	33.3	3,482	28.2		
50- 75	338	44.0	42,150	37.5	21	36.9	2,950	23.9		
75-100	152	19.8	24,282	21.5	10	17.5	3,571	28.8		
Total	768	100.0	112,682	100.0	57	100.0	12,357	100.0		
Québec										
Ontario										
0- 10	3	2.3	1,217	6.4	8	3.9	2,583	9.2		
10- 20	10	7.7	1,924	10.1	11	5.3	2,168	7.7		
20- 30	8	6.2	1,828	9.6	16	7.7	2,079	7.4		
30- 50	34	26.2	6,226	32.8	42	20.2	6,556	23.2		
50- 75	56	43.0	5,904	31.1	102	49.0	10,625	37.7		
75-100	19	14.6	1,906	10.0	29	13.9	4,176	14.8		
Total	130	100.0	19,005	100.0	208	100.0	28,186	100.0		
Manitoba										
Saskatchewan										
0- 10	-	-	-	-	-	-	-	-		
10- 20	-	-	-	-	2	2.2	x	x		
20- 30	4	6.9	388	5.4	7	7.5	x	x		
30- 50	10	17.2	1,241	17.3	20	21.5	2,248	21.4		
50- 75	24	41.4	2,878	40.1	35	37.6	3,505	33.3		
75-100	20	34.5	2,664	37.2	29	31.2	3,645	34.7		
Total	58	100.0	7,170	100.0	93	100.0	10,518	100.0		
Alberta										
British Columbia(2) Colombie-Britannique(2)										
0- 10	1	0.8	x	x	1	1.1	x	x		
10- 20	4	3.0	x	x	2	2.2	x	x		
20- 30	11	8.3	1,809	9.6	5	5.6	x	x		
30- 50	31	23.3	3,967	21.1	22	24.7	3,582	21.6		
50- 75	56	42.1	7,870	41.8	44	49.5	8,418	50.7		
75-100	30	22.5	4,343	23.1	15	16.9	3,977	23.9		
Total	133	100.0	18,824	100.0	89	100.0	16,621	100.0		

(1) Components may not add to totals due to rounding. -- Les chiffres ayant été arrondis, la somme des éléments ne correspond pas nécessairement aux totaux.

(2) Includes Yukon and Northwest Territories. -- Y compris le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.

TABLE 1D. Number and Sales of Independent Retail Stores in Voluntary Groups by Purchase Factor, by Province, 1967

GROCERY AND COMBINATION STORES

TABLEAU 1D. Nombre et ventes des magasins de détail indépendants volontairement groupés, par facteur d'achats et par province, 1967

ÉPICERIES ET ÉPICERIES-BOUCHERIES

Purchase factor Facteur d'achats	Outlets Magasins	Percent- age dis- tribution Réparti- tion pro- centuelle	Sales(1) Ventes(1)	Percent- age dis- tribution Réparti- tion pro- centuelle	Outlets Magasins	Percent- age dis- tribution Réparti- tion pro- centuelle	Sales(1) Ventes(1)	Percent- age dis- tribution Réparti- tion pro- centuelle		
		No. -- nomb.	%	\$'000		%	\$'000	%		
Canada										
Atlantic Provinces Provinces de l'Atlantique										
0- 10	17	0.3	2,893	0.2	-	-	-	-		
10- 20	74	1.1	11,702	0.7	1	0.3	x	x		
20- 30	166	2.5	28,512	1.8	6	1.9	x	x		
30- 50	824	12.3	145,336	9.2	22	6.8	2,557	2.6		
50- 75	2,846	42.4	549,791	34.8	118	36.5	30,564	31.2		
75-100	2,781	41.4	840,961	53.3	176	54.5	64,406	65.6		
Total	6,708	100.0	1,579,197	100.0	323	100.0	98,098	100.0		
Québec										
Ontario										
0- 10	1	0.1	x	x	8	0.5	1,253	0.3		
10- 20	22	0.9	x	x	24	1.4	4,038	0.8		
20- 30	66	2.7	12,614	2.2	52	2.9	9,467	1.9		
30- 50	374	15.6	70,810	12.5	172	9.7	29,198	5.9		
50- 75	850	35.4	169,835	30.0	710	40.2	126,903	25.4		
75-100	1,091	45.3	308,405	54.5	799	45.3	327,662	65.7		
Total	2,404	100.0	565,521	100.0	1,765	100.0	498,522	100.0		
Manitoba										
Saskatchewan										
0- 10	-	-	-	-	2	0.5	x	x		
10- 20	3	0.8	x	x	3	0.7	x	x		
20- 30	3	0.8	x	x	5	1.2	856	1.6		
30- 50	46	11.5	11,155	17.3	39	9.4	4,946	9.0		
50- 75	208	52.1	27,094	41.8	233	56.0	31,714	57.9		
75-100	139	34.8	25,929	40.0	134	32.2	16,332	29.9		
Total	399	100.0	64,775	100.0	416	100.0	54,756	100.0		
Alberta										
Colombie-Britannique(2)										
0- 10	2	0.3	x	x	4	0.6	1,084	0.7		
10- 20	10	1.4	x	x	11	1.6	1,476	0.9		
20- 30	17	2.4	2,114	1.6	17	2.4	2,458	1.5		
30- 50	78	11.2	10,466	7.7	93	13.2	16,204	10.0		
50- 75	336	48.3	57,985	42.9	391	55.5	105,696	65.2		
75-100	254	36.4	62,961	46.5	188	26.7	35,266	21.7		
Total	697	100.0	135,341	100.0	704	100.0	162,184	100.0		

(1) Components may not add to totals due to rounding. -- Les chiffres ayant été arrondis, la somme des éléments ne correspond pas nécessairement aux totaux.

(2) Includes Yukon and Northwest Territories. -- Y compris le Yukon et les territoires du Nord-Ouest.

TABLE 1E. Number and Sales of Independent Retail Stores in Voluntary Groups by Purchase Factor, by Province, 1967

HARDWARE STORES

TABLEAU 1E. Nombre et ventes des magasins de détail indépendants volontairement groupés, par facteur d'achats et par province, 1967

QUINCAILLERIES

Purchase factor -- Facteur d'achats	Outlets -- Magasins	Percent- age dis- tribution -- Réparti- tion pro- centuelle	Sales(1) -- Ventes(1)	Percent- age dis- tribution -- Réparti- tion pro- centuelle	Outlets -- Magasins	Percent- age dis- tribution -- Réparti- tion pro- centuelle	Sales(1) -- Ventes(1)	Percent- age dis- tribution -- Réparti- tion pro- centuelle		
		No. -- nomb.	%	\$'000		%	\$'000	%		
Canada										
Atlantic Provinces -- Provinces de l'Atlantique										
0- 10	16	1.1	7,094	3.7	1	7.7	x	x		
10- 20	34	2.2	10,231	5.3	-	-	-	-		
20- 30	69	4.6	12,228	6.4	1	7.7	x	x		
30- 50	192	12.6	31,025	16.1	3	23.1	x	x		
50- 75	613	40.4	71,711	37.3	5	38.5	712	35.1		
75-100	595	39.1	60,092	31.2	3	23.0	430	21.2		
Total	1,519	100.0	192,379	100.0	13	100.0	2,030	100.0		
Québec										
Ontario										
0- 10	4	2.7	1,434	5.6	3	0.6	694	1.2		
10- 20	9	6.0	2,045	7.9	10	2.1	1,934	3.3		
20- 30	10	6.7	1,860	7.2	26	5.3	4,310	7.3		
30- 50	65	43.6	11,581	45.0	53	10.9	8,200	13.9		
50- 75	36	24.2	4,535	17.6	256	52.7	30,795	52.3		
75-100	25	16.8	4,310	16.7	138	28.4	12,911	22.0		
Total	149	100.0	25,765	100.0	486	100.0	58,843	100.0		
Manitoba										
Saskatchewan										
0- 10	-	-	-	-	1	0.5	x	x		
10- 20	-	-	-	-	2	0.9	x	x		
20- 30	3	2.2	x	x	10	4.5	1,747	7.6		
30- 50	7	5.1	x	x	20	9.1	x	x		
50- 75	32	23.4	2,889	20.5	68	30.9	6,670	29.1		
75-100	95	69.3	10,226	72.4	119	54.1	11,398	49.7		
Total	137	100.0	14,126	100.0	220	100.0	22,921	100.0		
Alberta										
British Columbia(2)										
Colombie-Britannique(2)										
0- 10	3	1.1	451	1.3	4	1.7	x	x		
10- 20	4	1.4	3,501	10.4	9	4.0	x	x		
20- 30	11	3.8	1,947	5.7	8	3.5	1,930	5.5		
30- 50	23	8.0	3,894	11.5	21	9.3	3,224	9.3		
50- 75	116	40.4	11,902	35.0	100	44.1	14,208	41.0		
75-100	130	45.3	12,280	36.1	85	37.4	8,537	24.6		
Total	287	100.0	33,975	100.0	227	100.0	34,719	100.0		

(1) Components may not add to totals due to rounding. -- Les chiffres ayant été arrondis, la somme des éléments ne correspond pas nécessairement aux totaux.

(2) Includes Yukon and Northwest Territories. -- Y compris le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.

TABLE 1F. Number and Sales of Independent Retail Stores in Voluntary Groups by Purchase Factor, by Province, 1967

VARIETY STORES

TABLEAU 1F. Nombre et ventes des magasins de détail indépendants volontairement groupés, par facteur d'achats et par province, 1967

BAZARS

Purchase factor --- Facteur d'achats	Outlets --- Magasins	Percent- age dis- tribution --- Réparti- tion pro- centuelle		Percent- age dis- tribution --- Réparti- tion pro- centuelle		Outlets --- Magasins	Percent- age dis- tribution --- Réparti- tion pro- centuelle		Percent- age dis- tribution --- Réparti- tion pro- centuelle			
		No. -- nomb.	%	Sales(1) --- Ventes(1)	\$'000		No. -- nomb.	%	Sales(1) --- Ventes(1)	\$'000		
Canada												
Atlantic Provinces --- Provinces de l'Atlantique												
0- 10	3	0.9	1,108	2.5		-	-	-	-	-		
10- 20	13	3.7	2,249	5.0		-	-	-	-	-		
20- 30	13	3.7	2,105	4.7		-	-	-	-	-		
30- 50	38	10.8	6,041	13.4		1	4.5	x	x			
50- 75	56	15.9	7,343	16.3		3	13.6	x	x			
75-100	229	65.0	26,127	58.1		18	81.9	1,996		88.6		
Total	352	100.0	44,974	100.0		22	100.0	2,254		100.0		
Québec												
Ontario												
0- 10	1	1.4	x	x		2	1.4	x	x	x		
10- 20	7	9.9	x	x		3	2.0	153		1.0		
20- 30	11	15.5	1,765	16.7		1	0.7	x	x			
30- 50	28	39.4	4,466	42.3		9	6.1	1,550		9.7		
50- 75	10	14.1	786	7.4		23	15.6	1,989		12.4		
75-100	14	19.7	1,257	12.0		109	74.2	11,509		71.7		
Total	71	100.0	10,562	100.0		147	100.0	16,041		100.0		
Manitoba												
Saskatchewan												
0- 10	-	-	-	-		-	-	-	-	-		
10- 20	-	-	-	-		-	-	-	-	-		
20- 30	-	-	-	-		-	-	-	-	-		
30- 50	-	-	-	-		-	-	-	-	-		
50- 75	1	6.2	x	x		4	17.4	1,483		38.1		
75-100	15	93.8	x	x		19	82.6	2,408		61.9		
Total	16	100.0	x	100.0		23	100.0	3,891		100.0		
Alberta												
British Columbia(2) --- Colombie-Britannique(2)												
0- 10	-	-	-	-		-	-	-	-	-		
10- 20	2	4.8	x	x		1	3.2	x	x	x		
20- 30	-	-	-	-		1	3.2	x	x	x		
30- 50	-	-	-	-		-	-	-	-	-		
50- 75	10	23.8	x	x		5	16.1	x	x	x		
75-100	30	71.4	x	x		24	77.5	3,817		78.6		
Total	42	100.0	x	100.0		31	100.0	4,855		100.0		

(1) Components may not add to totals due to rounding. -- Les chiffres ayant été arrondis, la somme des éléments ne correspond pas nécessairement aux totaux.

(2) Includes Yukon and Northwest Territories. -- Y compris le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.

TABLE 1G. Number and Sales of Independent Retail Stores in Voluntary Groups, by Purchase Factor, by Province, 1967

MISCELLANEOUS STORES(1)

TABLEAU 1G. Nombre et ventes des magasins de détail indépendants volontairement groupés, par facteur d'achats et par province, 1967

MAGASINS DIVERS(1)

Purchase factor --- Facteur d'achats	Outlets -- Magasins	Percent-	Sales(2) -- Ventes(2)	Percent-	Outlets -- Magasins	Percent-	Sales(2) -- Ventes(2)	Percent-
		age dis-		tribution		age dis-		tribution
		réparti-		tion pro-		réparti-		tion pro-
No. -- nomb.	%	\$'000	%	No. -- nomb.	%	\$'000	%	
Canada								
Atlantic Provinces								
Provinces de l'Atlantique								
0- 10	23	5.3	4,223	7.1	-	-	-	-
10- 20	21	4.8	3,596	6.1	-	-	-	-
20- 30	34	7.8	6,196	10.4	-	-	-	-
30- 50	125	28.8	12,814	21.5	3	42.9	x	x
50- 75	95	21.8	12,596	21.2	1	14.2	x	x
75-100	137	31.5	20,054	33.7	3	42.9	197	47.6
Total	435	100.0	59,479	100.0	7	100.0	414	100.0
Québec								
Ontario								
0- 10	2	3.8	x	x	17	7.5	3,611	12.3
10- 20	4	7.7	x	x	15	6.7	1,548	5.3
20- 30	8	15.4	3,531	26.8	19	8.4	1,869	6.3
30- 50	12	23.1	x	x	97	42.9	9,038	30.7
50- 75	8	15.4	1,384	10.5	38	16.8	5,605	19.0
75-100	18	34.6	4,483	34.1	40	17.7	7,786	26.4
Total	52	100.0	13,162	100.0	226	100.0	29,456	100.0
Manitoba								
Saskatchewan								
0- 10	2	8.0	x	x	-	-	-	-
10- 20	-	-	-	-	-	-	-	-
20- 30	-	-	-	-	1	2.0	x	x
30- 50	3	12.0	583	22.3	2	4.1	x	x
50- 75	9	36.0	x	x	14	28.6	1,591	29.5
75-100	11	44.0	1,129	43.3	32	65.3	3,574	66.2
Total	25	100.0	2,611	100.0	49	100.0	5,396	100.0
British Columbia(3)								
Alberta								
Colombie-Britannique(3)								
0- 10	2	3.6	x	x	-	-	-	-
10- 20	2	3.6	x	x	-	-	-	-
20- 30	4	7.3	x	x	2	9.5	x	x
30- 50	5	9.1	864	14.2	3	14.3	x	x
50- 75	19	34.6	x	x	6	28.6	x	x
75-100	23	41.8	1,950	32.0	10	47.6	935	39.8
Total	55	100.0	6,092	100.0	21	100.0	2,348	100.0

(1) Includes: family clothing stores; furniture stores; furniture, TV, radio and appliance stores; automobile dealers; garages; service stations; and miscellaneous food stores. -- Comprend les magasins de vêtements pour la famille; les magasins de meubles; radios et téléviseurs et appareils; les marchands d'automobiles; les garages; les stations-service et les magasins divers d'alimentation.

(2) Components may not add to totals due to rounding. -- Les chiffres ayant été arrondis, la somme des éléments ne correspond pas nécessairement aux totaux.

(3) Includes Yukon and Northwest Territories. -- Y compris le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.

TABLE 2. Number, Sales and Average Sales of Independent Retail Stores in Voluntary Groups, by Kind of Business and Province, 1967

No.	Kind of business	Outlets -- Magasins	Sales(1) -- Ventes(1)	Average sales per store -- Ventes moyennes par magasin	
				No. -- nomb.	\$
				Canada	
1	Auto accessories, tire and battery shops	502	160,755,000		320,200
2	Drug stores	2,263	349,535,000		154,400
3	General stores and general merchandise stores	768	112,682,000		146,700
4	Grocery and combination stores	6,708	1,579,197,000		235,400
5	Hardware stores	1,519	192,379,000		126,600
6	Variety stores	352	44,974,000		127,800
7	Automobile dealers, garages and service stations(2)	145	15,900,000		109,700
8	Family clothing stores(2)	114	13,558,000		118,900
9	Furniture, TV, radio and appliance stores(2)	67	13,889,000		207,300
10	Miscellaneous food stores(2)	109	16,131,000		148,000
11	Total	12,547	2,499,001,000		199,200
Quebec					
12	Auto accessories, tire and battery shops	146	28,311,000		193,900
13	Drug stores	334	58,075,000		173,900
14	General stores and general merchandise stores	130	19,005,000		146,200
15	Grocery and combination stores	2,404	565,521,000		235,200
16	Hardware stores	149	25,765,000		172,900
17	Variety stores	71	10,562,000		148,300
18	Automobile dealers, garages and service stations(2)	7	2,395,000		342,100
19	Family clothing stores(2)	5	2,707,000		541,400
20	Furniture, TV, radio and appliance stores(2)	11	2,614,000		237,500
21	Miscellaneous food stores(2)	29	5,446,000		187,300
22	Total	3,286	720,401,000		219,300
Manitoba					
23	Auto accessories, tire and battery shops	2	x	x	x
24	Drug stores	135	19,226,000		142,400
25	General stores and general merchandise stores	58	7,170,000		123,600
26	Grocery and combination stores	399	64,775,000		162,300
27	Hardware stores	137	14,126,000		103,100
28	Variety stores	16	x	x	x
29	Automobile dealers, garages and service stations(2)	2	x	x	x
30	Family clothing stores(2)	12	1,050,000		87,500
31	Furniture, TV, radio and appliance stores(2)	4	x	x	x
32	Miscellaneous food stores(2)	7	871,000		124,400
33	Total	772	1,096,685,000		142,000
Alberta					
34	Auto accessories, tire and battery shops	12	x	x	x
35	Drug stores	220	29,723,000		135,100
36	General stores and general merchandise stores	133	18,824,000		141,500
37	Grocery and combination stores	697	135,341,000		194,200
38	Hardware stores	287	33,975,000		118,400
39	Variety stores	42	x	x	x
40	Automobile dealers, garages and service stations(2)	2	x	x	x
41	Family clothing stores(2)	33	3,235,000		98,000
42	Furniture, TV, radio and appliance stores(2)	10	1,607,000		160,700
43	Miscellaneous food stores(2)	10	x	x	x
44	Total	1,446	230,743,000		159,300

(1) Components may not add to totals due to rounding.

(2) In Table I, included in "Miscellaneous stores".

(3) Includes Yukon and Northwest Territories.

TABLEAU 2. Nombre, ventes et ventes moyennes des magasins de détail indépendants, volontairement groupés,
par genre de commerce et par province, 1967

Outlets Magasins	Sales(1) Ventes(1)	Average sales per store Ventes moyennes par magasin	Genre de commerce		N°
			No.		
No. -- nombr.	\$	\$			
Atlantic Provinces -- Provinces de l'Atlantique					
79	20,229,000	256,100	Magasins d'accessoires, de pneus et de batteries d'automobile ..	1	
155	24,567,000	158,500	Pharmacies	2	
57	12,357,000	216,800	Magasins généraux et magasins de marchandises diverses	3	
323	98,098,000	303,700	Épiceries et épiceries-boucheries	4	
13	2,030,000	156,200	Quincailleries	5	
22	2,254,000	102,500	Bazars	6	
3	210,000	70,000	Vendeurs d'automobiles, garages et stations-service(2)	7	
2	x	x	Magasins de vêtement pour la famille(2)	8	
1	x	x	Magasins de meubles, de radios, de téléviseurs et d'appareils(2)	9	
1	x	x	Magasins divers d'alimentation(2)	10	
656	159,949,000	243,800	Total	11	
Ontario					
237	108,483,000	457,700	Magasins d'accessoires, de pneus et de batteries d'automobile ..	12	
996	155,524,000	156,100	Pharmacies	13	
208	28,186,000	135,500	Magasins généraux et magasins de marchandises diverses	14	
1,765	498,522,000	282,400	Épiceries et épiceries-boucheries	15	
486	58,843,000	121,100	Quincailleries	16	
267	16,041,000	109,100	Bazars	17	
131	12,912,000	98,600	Vendeurs d'automobiles, garages et stations-service(2)	18	
14	1,410,000	100,700	Magasins de vêtement pour la famille(2)	19	
30	7,744,000	258,100	Magasins de meubles, de radios, de téléviseurs et d'appareils(2)	20	
51	7,390,000	144,900	Magasins divers d'alimentation(2)	21	
4,065	895,055,000	220,200	Total	22	
Saskatchewan					
-	-	-	Magasins d'accessoires, de pneus et de batteries d'automobile ..	23	
209	25,033,000	119,800	Pharmacies	24	
93	10,518,000	113,100	Magasins généraux et magasins de marchandises diverses	25	
416	54,756,000	131,600	Épiceries et épiceries-boucheries	26	
220	22,921,000	104,200	Quincailleries	27	
23	3,891,000	169,200	Bazars	28	
-	-	-	Vendeurs d'automobiles, garages et stations-service(2)	29	
39	4,200,000	107,700	Magasins de vêtement pour la famille(2)	30	
8	x	x	Magasins de meubles, de radios, de téléviseurs et d'appareils(2)	31	
2	x	x	Magasins divers d'alimentation(2)	32	
1,010	122,518,000	121,300	Total	33	
British Columbia(3) -- Colombie-Britannique(3)					
26	2,540,000	97,700	Magasins d'accessoires, de pneus et de batteries d'automobile ..	34	
214	37,387,000	174,700	Pharmacies	35	
89	16,621,000	186,800	Magasins généraux et magasins de marchandises diverses	36	
704	162,184,000	230,400	Épiceries et épiceries-boucheries	37	
227	34,719,000	152,900	Quincailleries	38	
31	4,855,000	156,600	Bazars	39	
-	-	-	Vendeurs d'automobiles, garages et stations-service(2)	40	
9	x	x	Magasins de vêtement pour la famille(2)	41	
3	x	x	Magasins de meubles, de radios, de téléviseurs et d'appareils(2)	42	
9	1,131,000	125,700	Magasins divers d'alimentation(2)	43	
1,312	260,651,000	198,700	Total	44	

(1) Les chiffres ayant été arrondis, la somme des éléments ne correspond pas nécessairement aux totaux.

(2) Au Tableau 1, compris dans "Magasins divers".

(3) Y compris le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.

TABLE 3. Size (Number of Stores) of Voluntary Group Organizations,
by Type of Affiliation, Canada, 1967

TABLEAU 3. Taille (nombre de commerces) des groupes de magasins volontairement groupés,
par genre d'affiliation, Canada, 1967

Size Taille	Auto accessories Accessoires d'automobiles		Drugs Pharmacies		Food Alimentation		Hardware Quincaillerie		Variety Bazars	
	No. Nomb.	Sales Ventes	No. Nomb.	Sales Ventes	No. Nomb.	Sales Ventes	No. Nomb.	Sales Ventes	No. Nomb.	Sales Ventes
		\$'000		\$'000		\$'000		\$'000		\$'000
4- 9	-	-	2	x	7	6,803	4	x	-	-
10- 30	-	-	-	-	50	151,362	-	-	-	-
31- 60	1	x	3	24,462	38	385,017	1	x	-	-
61-100	1	x	4	49,093	14	286,529	3	35,465	2	x
101-150	1	x	2	x	7	233,851	5	107,933	1	x
Over 150 -- Plus de 150	2	x	2	x	11	623,272	3	66,298	1	x
Total(1)	5	177,758	13	349,986	127	1,686,834	16	217,490	4	66,932

(1) Indicates the total number of voluntary groups sponsored by individual wholesalers. (For example, two IGA groups each attached to a different wholesaler would constitute two groups for the purpose of this report.) -- Indique le nombre total de groupes sous le patronage de grossistes individuels. (Par exemple, deux groupes de magasins IGA rattachés à un grossiste différent formeraient deux groupes aux fins du présent rapport.)

TABLE 4. Number, Sales and Average Sales of Independent Retail Stores in Voluntary Groups,
by Type of Affiliation, Canada, 1967

TABLEAU 4. Nombre, ventes et ventes moyennes des magasins de détail indépendants
volontairement groupés, par genre d'affiliation, Canada, 1967

Type of affiliation(1) Genre d'affiliation(1)	Whole- salers Gros- sistres	Affiliated stores Magasins affiliés	Sales Ventes	Average sales per store Ventes moyennes par magasins
	No. -- nomb.		\$	\$
Auto accessories -- Accessoires d'automobiles ...	5	651	177,758,000	273,100
Drug and drug sundries -- Produits pharmaceutiques	8	2,267	349,986,000	154,400
Food -- Alimentation	74	7,500	1,686,834,000	224,900
Hardware(2) -- Quincaillerie(2)	15	1,631	217,490,000	133,300
Variety goods -- Objets de bazar	4	498	66,932,000	134,400
Total	106	12,547	2,499,001,000	199,200

(1) Refers to major commodity line of the group wholesaler or supplier. -- Selon la marchandise principale fournie par le grossiste ou le fournisseur.

(2) Includes furniture and general merchandise wholesalers. -- Comprend les grossistes de meubles et de marchandises diverses.

TABLE 5. Number and Sales of Corporate Chain Stores(1) in Voluntary Groups, by Kind of Business and Province, 1967

TABLEAU 5. Nombre et ventes des sociétés de magasins à succursales(1) en association volontaire, par genre de commerce et province, 1967

Province	Outlets -- Magasins	Sales -- Ventes	Outlets -- Magasins	Sales -- Ventes	Outlets -- Magasins	Sales -- Ventes
	No. -- nomb.	\$'000	No. -- nomb.	\$'000	No. -- nomb.	\$'000
			Auto accessories stores -- Magasins d'accessoires d'auto	Drug stores -- Pharmacies	General Merchandise Stores -- Magasins de marchandises diverses	
Atlantic Provinces -- Provinces de l'Atlantique	4	x			-	-
Québec	33	x	-	-	-	-
Ontario	6	x	9	x	3	x
Manitoba	-	-	-	-	17	x
Saskatchewan	-	-	-	-	38	x
Alberta	-	-	-	-	36	x
British Columbia(2) -- Colombie-Britannique(2)	5	x	4	x	7	x
Total	48	x	13	3,082.2	101	x
			Hardware stores -- Quincailleries	Variety stores -- Bazars	Total, non-food stores -- Total, magasins non alimentaires	
Atlantic Provinces -- Provinces de l'atlantique	-	-	41	x	45	x
Québec	-	-	6	x	39	10,624.3
Ontario	7	x	77	x	102	23,558.0
Manitoba	6	x	10	x	33	x
Saskatchewan	14	x	9	x	61	21,329.5
Alberta	12	x	10	x	58	x
British Columbia(2) -- Colombie-Britannique(2)	10	x	30	x	56	16,741.2
Total	49	9,596.6	183	44,316.0	394	115,126.3
			Grocery and combination stores -- Épiceries et épiceries - boucheries	Total, all stores -- Total, tous les magasins		
Atlantic Provinces -- Provinces de l'Atlantique	22	x	67	27,095.6		
Québec	94	65,853.2	133	76,477.5		
Ontario	61	124,816.7	163	148,374.7		
Manitoba	18	x	51	23,017.9		
Saskatchewan	52	28,313.2	113	49,642.7		
Alberta	7	x	65	23,124.4		
British Columbia(2) -- Colombie-Britannique(2)	77	82,197.0	133	98,938.2		
Total	331	331,544.7	725	446,671.0		

(1) The names of firms included in this table are shown in Appendix B. -- Les firmes qui sont incluses dans ce tableau sont indiquées à l'annexe B.

(2) Includes Yukon and Northwest Territories. -- Y compris le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.

TABLE 6. Number and Sales of Independent Retail Stores in Two or More Voluntary Groups, 1967

TABLEAU 6. Nombre et ventes des magasins de détail indépendants volontairement groupés à deux groupes ou plus, 1967

Kind of business Genre de commerce	Stores Magasins	Total sales Ventes totales	Affiliated with(1) -- Affiliés à(1)						
			Food and hardware Alimentation et quincailleries	Food and variety Alimentation et bazars	Food and auto accessories Alimentation et accessoires d'automobile	Food, variety and hardware Alimentation, bazars et quincailleries	Hardware and variety Quincailleries et bazars	Drugs and variety Pharmacies et bazars	
			No. nomb.	\$'000	number -- nombre				
Drug stores -- Pharmacies	1	x	-	-	-	-	-	-	1
General merchandise stores -- Magasins de marchandises diverses ...	2	x	2	-	-	-	-	-	-
General stores -- Magasins généraux	27	9,435	19	4	1	2	1	-	-
Grocery and combination stores -- Épiceries et épicerie-boucheries	19	8,386	14	5	-	-	-	-	-
Variety stores -- Bazars ..	2	x	-	1	-	-	1	-	-
Total	51	19,731	35	10	1	2	2	-	1

(1) Denotes voluntary group identification. -- Représente l'identification d'un groupe volontaire.

Appendix A. Wholesalers and Voluntary Groups, 1967(1)

Annexe A. Grossistes et associations volontaires, 1967(1)

Auto accessories -- Accessoires d'automobiles

Canadian Tire Corporation Ltd.:
Canadian Tire Corporation Stores

Handy Andy Company:
Handy Andy Stores

Motorcade Stores Ltd.:
Motorcade Stores

O.K. Tire Stores Canada Ltd.:
O.K. Tire Stores

Western Tire and Auto Supply Ltd.:
Western Tire and Auto Supply Stores

Drugs -- Produits pharmaceutiques

Dale Laboratories:
I.R.D.A. Stores

Drug Trading Company Ltd.:
Guardian Stores
I.D.A. Stores

Leader Drugs Ltd.:
Leader Drug Stores

Mainland Wholesale Drugs Ltd.:
Drugcraft Pharmacy

National Drug and Chemical Co. Ltd.:
A.R.P. Stores
A.R.P. (British Columbia) Stores
A.R.P. (Maritimes) Stores
A.R.P. (Prairies) Stores
A.R.P. (Western) Stores

Drugs - Concluded -- Produits pharmaceutiques - II

Pharmacies Modernes Inc.:
P.M.I. Stores

Rexall Drug Co. Ltd.:
Rexall Drug Stores

Western Wholesale Drug Ltd.:
Western Drug Stores

Food -- Alimentation

Alberta Grocers Wholesale Ltd.:
Alberta Grocery Stores

Alimentation Centrale Ltée:
Magasins EPI

Associated Grocers Limited:
A.G. Food Stores

Atlantic Trading Co. Ltd.:
Magasins ATC
Magasins Normandie
Magasins Trans-Kebec

Atlantic Wholesalers Ltd.:
Lucky Dollar Stores
Red & White Stores
Save Easy Stores

Conrad Bergeron Ltée:
Magasins Du Lac

Bolands Ltd.:
IGA Stores

Appendix A. Wholesalers and Voluntary Groups, 1967(1) - Continued

Annexe A. Grossistes et associations volontaires, 1967(1) - suite

Food - Continued -- Alimentation - suite

Brochet & Tremblay Ltée:
Magasins Normandie
Trans-Kebec

J. Maurice Bruneau Inc.:
Magasins Carillon

Canada Grocers Ltd.:
K O Foodland

L.H. Chernin & Sons Ltd.:
Lucky Dollar Stores
Red & White Stores

Maurice Chevalier Inc.:
Epiciers Rouge & Blanc
Marchés Radisson
Magasins Suprême

Codville Co. Ltd.:
IGA Stores
Much More Stores
Save-a-dollar Stores

L. Comtois Ltée:
Marchés Uni

Consolidated Grocers:
Consolidated Grocery Stores

Courette & Provost Ltée:
Magasins Coronet
Magasins FDL
Magasins Métropole

L.R. D'Anjou Inc.:
Magasins EMI
Magasins LRD

P. D'Aoust Ltée:
Magasins Excel

E. Deaudelin Inc.:
Magasins l'Équipe

De Blois Bros.:
Clover Farm Stores

Delisle & Langevin Inc.:
Magasins G.E.P.

Denault Ltée:
Magasins Alouette
Magasins Cardinal
Magasins Rouge & Blanc
Magasins Suprême

A. Drouin Inc.:
Magasins IGA
Much More Stores

E.U. Limitée:
Magasins Alouette
Magasins Excel

Elliott Marr & Co. Ltd.
Magasins Métropole
Superior Stores
United Buyer Stores

Ltee. Epiciers Co-Operatifs Ltée:
Magasins Normandie
Magasins Trans-Kebec

Food - Continued -- Alimentation - suite

Epiciers-Unis Inc.:
Magasins AMI
Magasins GEM

Alexandre Gaudet Limitée:
Magasins Normandie
Magasins Trans-Kebec

Halifax Wholesalers Ltd.:
Pic'N Pay Stores
Thriftway Stores

Harcraft & Sons Limited:
H & S Stores

Horne & Pitfield Food Ltd.:
IGA Stores
Much More Stores

Hudon & Orsali (Québec) Ltée:
Magasins IGA

The Independent Wholesale Ltd.:
Buy Well Food Stores

Jackson Wholesale Grocers Ltd.:
Clover Farm Stores

Johnson & MacDonald Ltd.:
P.R. Food Markets

Kelly Douglas & Co. Ltd.:
Associated Stores
Red & White Stores
Super Valu Stores

J.H. Lamarche Ltée:
Magasins Excel

Lamontagne Inc.:
Alliance Trans-Kebec (Chicoutimi Div.)
Marchés Idéal

Lamontagne Inc. Chicoutimi Div.:
Magasins Laval
Magasins Normandie

Lamontagne Inc. Québec Div.:
JAT Stores
Magasins d'Alimentation Budget
Magasins Alliance Trans-Kebec
Magasins Normandie

D. Leduc Inc.:
Magasins Affiliés
Magasins Normandie
Magasins Trans-Kebec

Legault & Massé Ltée:
Magasins LM (Lucerne)

Les Distributions Alimentaires l'Équipe Ltée:
Magasins E.D.I.

M. Loeb Ltd.:
IGA Stores

M. Loeb (London) Ltd.:
IGA Foodway

M. Loeb (Sherbrooke) Ltd.:
IGA Stores
Much More Stores

Appendix A. Wholesalers and Voluntary Groups, 1967(1) - Continued

Annexe A. Grossistes et associations volontaires, 1967(1) - suite

Food - Continued -- Alimentation - suite

H.Y. Louie Co. Ltd.:
IGA Stores

Lumsden Bros. Ltd.:
Best Valu Stores
Clover Farm Stores

W.H. Malkin Ltd.:
Lucky Dollar Stores
Shop Easy Stores
United Purity Stores

Merchants Consolidated Ltd.:
Solo Stores

Merchants Distributors Ltd.:
Better Valu Stores

The Merco Wholesale:
Reward Stores

Les Marchés d'Aliments Métro-Lasalle Ltée:
Magasins Lasalle
Magasins Métro

National Grocers Co. Ltd.:
Lucky Dollar Stores
Maple Leaf Stores
Red & White Stores
Super Save Stores

Newhouse Wholesale Ltd.:
Hi-Low Stores
Solo Stores

The Oshawa Wholesale Ltd.:
IGA Stores

Pauzé et Chevrette Inc.:
Magasins Normandie
Magasins Trans-Kebec

Alex Pelletier & Fils Inc.:
Marchands APF

Progressive Wholesale Grocery Co. Ltd.:
FNS Stores

Reed Co. Ltd.:
Sunshine Food Markets

Magasins Régal Stores Inc.:
Magasins Métropole

Épiceries Richelieu Ltée:
Épiceries Richelieu

La Cie de Provisions de St. Félix Ltée:
Magasins ECO
Marchés Idéal

Sell-Rite Wholesale Ltd.:
Foodland Stores

Shelly Bros. Ltd.:
Shop-Rite Stores

J.M. Sinclair Ltd.:
Clover Farm Stores

La Société Provinciale des Épiciers Inc.:
Magasins ECO
Service SP Prix

Food - Concluded -- Alimentation - fin

Sylvestre & Fils Inc.:
Magasins Alliance Trans-Kebec
Magasins Normandie

Le Système Comptant Ltée:
Magasins Clover Farm
Magasins Favori

T.R.A. Limited:
Riteway Stores

Victoria Community Grocers Co-Op:
Low Cost Stores

Weidman Bros. Ltd.:
Best Valu Stores
Clover Farm Stores

Western Grocers Ltd.:
Lucky Dollar Stores
Red & White Stores
Tom Boy Stores
United Purity Stores

York Trading Ltd.:
Carload Stores
Superior Stores

Hardware(2) -- Quincaillerie(2)

The J.H. Ashdown Hardware Co. Ltd.:
Sunset Stores

Falcon Hardware Ltd.:
Allied Hardware Stores

Hickman Tye Hardware Co. Ltd.:
Pro Hardware Co. Ltd.

Hollinger Hardware Ltd.:
Home Hardware Stores

D.H. Howden & Co. Ltd.:
Pro Hardware Stores

Ablan Leon Ltd.:
Leon's Stores

Link Hardware Co. Ltd.:
Link Hardware Stores

MacLeod Division, MacLeod-Stedman Ltd.:
MacLeod Stores

Les Marchands en Quincaillerie Ltée:
Magasins Rona

Marshall Wells of Canada Ltd.:
Marshall Wells Stores

McLennan, McFeely & Prior Ltd.:
Sunset Stores
Thrifty Stores

Northern Hardware Distributors Ltd.:
Northern Hardware Stores

Wood Alexander Ltd.:
Crest Hardware Stores

Walter Woods Ltd.:
Pro Hardware Stores

Appendix A. Wholesalers and Voluntary Groups, 1967(1) - Concluded

Annexe A. Grossistes et associations volontaires, 1967(1) - fin

<u>Hardware(2) - Concluded -- Quincaillerie(2) - fin</u>	<u>Variety - Concluded -- Bazars - fin</u>
Western Canada Hardware: Pro Hardware Stores	Merchants Supply Co. Ltd.: Merchants Supply Stores
<u>Variety -- Bazars</u>	Robinson Little & Co. Ltd.: Robinson Stores
M.I. Variété Inc.: Magasins M.I.	Stedman Division, MacLeod Stedman Ltd.: Stedman Associate Stores

(1) By kind of business of wholesaler. -- Par genre de commerce de grossiste.

(2) Includes furniture and general merchandise wholesalers. -- Y compris les grossistes en meubles et en marchandises diverses.

Appendix B. Corporate Chains Operated in Voluntary Groups, 1967

Annexe B. Sociétés de magasins à succursale opérés en association volontaire, 1967

<u>Auto accessories stores -- Magasins d'accessoires d'automobile</u>	<u>Grocery and combination stores - Concluded -- Épiceries et épiceries-boucheries - fin</u>
Handy Andy Company O.K. Tire Stores Ltd. Western Tire and Auto Supply Ltd.	Remington's Ltd. Roberts, Angus & Co. Shop-Easy Stores Division, W.H. Malkin Ltd. Shop-Easy Stores Ltd. Shop and Save (1957) Ltd. Super-Valu Stores (B.C.) Ltd. W.E. Wade Ltd.
<u>Drug stores -- Pharmacies</u>	<u>General merchandise stores -- Magasins de marchandises diverses</u>
Burlon Drugs Ltd. Isaac's Pharmacy Ltd. Jury and Lovell Ltd.	MacLeod Division, MacLeod-Stedman Limited Mead Stores Ltd.
<u>Grocery and combination stores -- Épiceries et épiceries-boucheries</u>	<u>Hardware stores -- Quincailleries</u>
Atlantic Wholesalers Limited Buy-More Market Ltd. Central Supermarkets Ltd. The Codville Company Ltd. Les Entreprises Félix Inc. Ferraro's Ltd. R. Grenier et Frères Ltée Gordon's Super Markets Ltd. JAT (1964) Ltée Joanisse Ltd. Henri Laflamme Inc. Lamontagne Ltée Les Marchés d'aliments Beaulieu Inc. Mayrand Limitée The O.K. Economy Stores Ltd. Owl Division, The Oshawa Wholesale Ltd.	The J.H. Ashdown Hardware Co. Ltd. Marshall Wells of Canada Ltd. Wood Alexander Ltd.
<u>Variety stores -- Bazars</u>	
	Korvette Stores Ltd. Robinson Little & Co. Ltd. Stedman Division, MacLeod-Stedman Limited

CONFIDENTIAL

DOMINION BUREAU OF STATISTICS - OTTAWA
Merchandising and Services Division

One copy, properly completed, should be returned within one month of receipt.

VOLUNTARY GROUP STORES - 1967

Taken in conformity with the requirements of the Statistics Act, chapter 257, Revised Statutes of Canada, 1952.

← PLEASE REPORT ONLY FOR THIS LOCATION.

Please correct any mistakes in Name or Address

SECTION 1 - DEFINITION.

A voluntary group store is defined as "an independent retailer who is associated (or affiliated) with a particular wholesaler within the framework of an identifiable voluntary, franchised or retailer-sponsored group of stores - for buying, advertising and other related merchandising activities. Voluntary group members must identify themselves as affiliated stores, by use of a group or franchise operator's name or by means of crests or other insignia." A voluntary group can exist only when the affiliation entails participation in various joint advertising activities and co-ordinated buying arrangements, whether or not supported by a written contract or other type of agreement.

SECTION 2 - INSTRUCTIONS.

- (a) This report is to be completed for 1967 or your financial year coinciding most closely with the calendar year. Please note that all questions must be answered.
- (b) If you operated more than one store during 1966 and/or 1967, please provide details of other outlets in Section 5 and complete this report for the location shown above only. We will send additional forms, one to be completed for each of your other locations.

SECTION 3 - FINANCIAL DATA (1967).

- (i) **Annual Sales.** Include merchandise sales (less allowances), service receipts or commissions, and retail value of goods withdrawn for the personal use of proprietors and/or employees. Exclude direct sales taxes and all non-trading revenues, i.e., rents, dividends or bad debts recovered.
- (ii) **Purchases.** One of the purposes of this survey is to measure the degree of affiliation of voluntary group stores. For this reason, we require the following breakdown of your total purchases. If you are unable to state the amount of purchases from your voluntary group wholesaler in dollars, a careful estimate stated in percentage terms will be satisfactory.
- (a) Total purchases of merchandise for resale
- (b) Amount or percentage purchased from (and through):
- (1) Voluntary group wholesaler(s)
- (2) Other sources
- (iii) **Closing Inventory.** Please state the value of merchandise on hand for resale at the end of the year. Store supplies should be excluded.

SECTION 4 - DESCRIPTION OF BUSINESS.

- (i) **Kind of Business.** Please describe how your store is generally known to the public. (Examples: grocer and butcher, confectionery store, general store, drug store, hardware store, etc.)
- (ii) **Commodity Description.** Kindly name the main types of commodities which you sold during the year, and state what percentage these formed of your total sales. (Example: groceries, 40%; hardware, 25%; dry goods, 20% and sundries, 15%).

..... % % % % % %

100-100-100-100-100

OVER

SECTION 5 – OTHER LOCATIONS.

Note: If you operated more than one store at any time during 1966 and/or 1967, please give the name and location of each, and indicate (in the space provided) which store or stores were affiliated with a voluntary group.

Name and address of store	Kind of business	Voluntary group member (V)

SECTION 6 – CHANGES IN OWNERSHIP AND/OR GROUP AFFILIATION.

(Note: If not applicable to your business, please disregard this section.)

(i) If the ownership of your store changed hands during 1966 or 1967, give details (date and name of other operator) in parts (a) and (b). If your store opened or closed during the past year, please show date in part (c).

(a) Date of change of ownership	(b) Name and address of other operator
(c) Date store opened	or date closed

(ii) If you began or terminated your affiliation with a voluntary group, or if you transferred from one group to another, during 1966 or 1967, please provide details in parts (d) and (e). If you were a member of another voluntary group, in addition to that shown above, please complete part(f).

(d) Date affiliation began	or ended
(e) Transfer of affiliation	Name of new group
Date	
(f) Additional affiliations (Name of wholesaler)	Name of group

SECTION 7 – CERTIFICATE.

The information given in this report is correct and complete to the best of my knowledge.

Signature	Official title
Date of report	Period covered From 19 ____ To 19 ____

CONFIDENTIEL

BUREAU FÉDÉRAL DE LA STATISTIQUE - OTTAWA

Division du commerce et des services

MARCHANDS INDÉPENDANTS VOLONTAIREMENT GROUPÉS - 1967

Renvoyer un exemplaire
dûment rempli au plus
tard un mois après
l'avoir reçu

La présente enquête est effectuée conformément aux dispositions de la
Loi sur la statistique, chapitre 257, Statuts revisés du Canada, 1952

VOTRE DÉCLARATION NE DOIT VISER
QUE L'EMPLACEMENT INDiqué CI-CONTRE.

Prière de corriger toute erreur de nom ou d'adresse

SECTION 1 - DÉFINITION.

L'expression "marchands indépendants volontairement groupés" désigne "les détaillants indépendants qui sont volontairement associés (ou affiliés) à un grossiste quelconque dans le cadre d'un regroupement identifiable composé soit de concessionnaires soit de détaillants ayant eux-mêmes donné naissance à leur association, aux fins des achats, de publicité et d'autres affaires connexes. Les marchands volontairement groupés doivent s'identifier comme marchands affiliés, au moyen d'une dénomination collective ou de la raison sociale de l'exploitant de la concession ou au moyen d'écussons ou d'autres insignes." Une association volontairement groupée ne peut exister que lorsque l'affiliation exige la participation des membres à diverses initiatives conjointes en matière de publicité et à des ententes visant des achats collectifs, que celles-ci s'appuient ou non sur une convention écrite ou sur un autre genre d'accord.

SECTION 2 - DIRECTIVES.

- a) Le présent rapport vise l'année 1967 ou votre année financière qui se rapproche le plus de l'année civile. Veuillez remorquer que vous devez répondre à toutes les questions.
- b) Si vous avez exploité plus d'un magasin en 1966 et (ou) en 1967, prière d'inscrire dans la Section 5 les détails relatifs aux autres magasins et de réserver la présente déclaration au seul magasin indiqué plus haut. Nous vous enverrons à remplir un exemplaire de la formule pour chaque magasin.

SECTION 3 - DONNÉES FINANCIÈRES (1967).

- (i) **Ventes annuelles.** Ce poste comprend les ventes de marchandises (déduction faite des bonifications), recettes ou commissions provenant de services, et la valeur au détail des marchandises retirées des stocks pour l'usage personnel des propriétaires et (ou) des employés. Ne comprend pas les taxes directes de vente ni les revenus extra-commerciaux, c.-à-d., loyers, dividendes ou recouvrements de mauvaises créances
- (ii) **Achats.** Une des raisons d'être de la présente enquête est de mesurer le degré d'affiliation des marchands indépendants volontairement groupés. C'est la raison pour laquelle il nous faut la répartition suivante du total de vos achats. Si vous n'êtes pas en mesure de déclarer en dollars vos achats en provenance du grossiste qui est le fournisseur de votre groupe, il vous suffira de nous en donner une estimation établie avec soin et exprimée en pourcentage.
- a) Total des achats de marchandises pour la revente.....
- b) Montant ou pourcentage des achats de (ou par l'intermédiaire de):
- (1) Grossistes qui approvisionnent les marchands volontairement groupés
- (2) Autres sources d'approvisionnement.....
- (iii) **Stocks en fin d'exercice.** Prière de déclarer la valeur des marchandises en magasin, à la fin de l'exercice, pour la revente. Ne comprend pas les fournitures de magasin

SECTION 4 - DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE.

- (i) **Genre d'entreprise.** Prière d'indiquer sous quelle désignation le public connaît généralement votre magasin (par exemple: épicerie-boucherie, confiserie, "magasin général", pharmacie, quincaillerie, etc.)

- (ii) **Description des marchandises.** Prière de nommer les principaux genres de marchandises que vous avez vendues au cours de l'année et de déclarer quels pourcentages de vos ventes totales elles représentent (par exemple: épicerie, 40 p. 100; quincaillerie, 25 p. 100; marchandises sèches, 20 p. 100 et divers, 15 p. 100).

p. 100

p. 100

p. 100

p. 100

SECTION 5 – AUTRES EMPLACEMENTS.

Note. Si vous avez exploité plus d'un magasin à une période quelconque en 1966 et (ou) 1967, veuillez donner le nom et l'emplacement de chacun et indiquer (dans l'espace prévu) quels magasins étaient affiliés à une association volontairement groupée.

Nom et adresse du magasin	Géne de commerce	Membre d'une association volontairement groupée (V)

SECTION 6 – CHANGEMENTS DE PROPRIÉTAIRE ET (OU) D'AFFILIATION À UN GROUPE.

(Note: Si cette section est sans objet, prière de ne pas en tenir compte.)

(i) Si votre magasin a changé de mains en 1966 ou 1967, donnez des précisions (date et nom de l'autre exploitant) aux articles a) et b). Si votre magasin a ouvert ou fermé ses portes au cours de l'année dernière, veuillez en indiquer la date à l'article c).

a) Date du changement de propriétaire	b) Nom et adresse de l'autre exploitant
c) Date d'ouverture du magasin	ou date de fermeture
d) Date du début de l'affiliation	ou de la fin de l'affiliation
e) Transfert de l'affiliation	Nom de la nouvelle association
Date	
f) Autres affiliations (Nom du grossiste)	Nom de l'association

SECTION 7 – ATTESTATION.

Les renseignements donnés dans le présent rapport sont, à ma connaissance, véridiques et complets.

Signature	Titre officiel
Date du rapport	Période visée Du 19 ____ au 19 ____

STATISTICS CANADA LIBRARY
BIBLIOTHÈQUE STATISTIQUE CANADA



1010714481

VOLUNTARY GROUP STORES - 1967
MARCHANDS DÉTAILLIANTS VOLONTAIEREMENT GROUPE