c2

CATALOGUE No.
63-218
ANNUAL — ANNUEL

SEP 16 1970
LIBRARY
BIBLIOTHÈQUE

# DOMINION BUREAU OF STATISTICS

## OTTAWA - CANADA

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

# BUREAU FÉDÉRAL DE LA STATISTIQUE

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

Price — Prix: 25 cents

## DIRECT SELLING IN CANADA

1968

This publication is the second in a new series which will eventually cover all "direct sales" made by businesses located in Canada to household consumers.

At all levels in the movement of goods from the primary producer to the household consumer, a substantial volume of goods reaches the household consumer through other than retail store outlets. Many farmers, manufacturers, wholesalers, importers, vending machine operators and specialized direct sellers, etc. engage in this form of selling to a considerable extent.

Statistics of these "non-store" retail sales supplement the regular trade statistics which are also compiled and published by this division (DBS Cat. No. 63-005) to form the principal basis of the "personal expenditure on consumer goods and services" component of the National Accounts of Canada.

### Definition

For the purpose of this report "direct selling" is all sales to household consumers or individuals for personal use which by-pass the regular retail outlet-whether made by manufacturers or importers, wholesalers, service establishments, vending machine operators, contractors, or other establishments domiciled in Canada.

The tables in this report, however, cover only the direct sales made by manufacturers and specialized direct-sellers. They do not include the direct sales made by Canadian department stores' mail-order operations, foreign mail-order sales to Canadians nor the direct-sales made by the other possible suppliers mentioned above.

In order to have more comprehensive estimates of direct selling in Canada it is planned to broaden the coverage of future annual surveys to include these other direct-selling sectors and incorporate their data in this report. Comment on available data on these other channels of direct selling appear farther on in the text.

### Summary of results

In 1968, Canadian household consumers spent $699.7 million on consumer goods purchased directly from manufacturers and other distributors specializing in direct-selling methods. About three-quarters of these purchases were made from door-to-door canvassers; 16 per cent was requested by mail-order and 7 per cent was obtained directly from manufacturers' premises; the remaining 2 per cent was sold by various other methods of contacting the consumer. The 1968 total represents an increase of 8.9 per cent over 1967 sales of $642.6 million. The tables on the pages following show direct consumer expenditure on selected commodities and the percentage distribution by specified channels of distribution during the year 1968, with comparable

## LA VENTE DIRECTE AU CANADA

1968

Le présent bulletin est le deuxième d'une nouvelle série qui englobera plus tard toutes les "ventes directes" des entreprises situées au Canada.

A toutes les étapes du mouvement des marchandises entre le producteur primaire et le consommateur final, une quantité appréciable de marchandises est vendue au consommateur autrement que par l'intermédiaire des points de vente au détail. De nombreux cultivateurs, fabricants, grossistes, importateurs, exploitants de distributeurs automatiques, ou entreprises spécialisées dans la vente directe, etc. pratiquent sur une grande échelle ce mode de vente.

Les statistiques de ces ventes au détail, qui ne sont pas écoulées par les débouchés normaux, complètent les statistiques sur le commerce du détail — rassemblées et publiées par la même Division (n° de catalogue 63-005) — pour constituer la principale base du poste "dépenses personnelles en biens de consommation et services" des Comptes Nationaux du Canada.

### Définition

Pour les besoins de l'enquête, on entend par "vente directe" toute vente faite à des ménages ou à des particuliers pour leur usage personnel sans passer par les points de vente au détail ordinaires. Le vendeur peut être un fabricant ou un importateur, un grossiste, un établissement qui assure un service, un exploitant de distributeurs automatiques, un entrepreneur ou tout autre établissement situé au Canada.

Toutefois, les tableaux présentés dans le présent bulletin ne portent que sur les ventes directes des fabricants et des établissements spécialisés dans la vente directe. Ils ne tiennent pas compte des ventes directes des comptoirs postaux des grands magasins, des ventes par correspondance des entreprises étrangères, ni des ventes faites par les catégories énumérées plus haut.

Afin d'obtenir des estimations plus complètes, on projette d'élargir le champ d'observation des prochaines enquêtes pour y englober ces catégories et inclure leurs ventes dans les prochaines éditions de ce bulletin. On trouvera plus bas une remarque relative aux données disponibles sur ces autres modes de vente directe.

### Récapitulation des résultats

En 1968, la population du Canada a acheté, directement aux fabricants et autres établissements spécialisés dans la vente directe, pour 699.7 millions de dollars de biens de consommation. Près de trois quarts de ces ventes ont été faites par démarchage, 16 p. 100 par la poste et 7 p. 100 chez les fabricants même; le reste (2 p. 100) représente des ventes directes faites par divers autres moyens. Le total des ventes enregistré en 1968 représente une augmentation de 8.9 p. 100 par rapport à celui de 1967 (642.6 millions de dollars). Les tableaux des pages suivantes donnent les dépenses directes de consommation faites pour l'achat de certaines marchandises ainsi que leur répartition proportionnelle suivant le mode de distribution pour 1968, avec chiffres correspondants pour les années 1966 et 1967. Ils indiquent en outre les différentes

September - 1970 - Septembre
6403-541

The contents of this document may be used freely but DBS should be credited when republishing all or any part of it.

Le présent document peut être reproduit en toute liberté pourvu qu'on indique qu'il émane du B.F.S.

figures for 1966 and 1967. The various methods of direct-selling employed, as well as the number of persons engaged during the last week of November for each year, are also shown.

As can be seen from the data, this mode of merchandising is significant both in terms of total value as well as in relation to total consumer expenditure. In 1968 these sales by manufacturers and specialized direct sellers amounted to 4.1 per cent of total comparable sales through retail outlets (which at present include the mail order sales of department stores). Similar percentages for 1966 and 1967 had been 4.1 per cent and 4.0 per cent, respectively. These percentages would be substantially higher if data were included on mail-order sales by retail establishments in Canada, sales through foreign mail-order outlets, and direct sales made by wholesale and service establishments.

méthodes de vente directe employées ainsi que le nombre de personnes occupées à cette activité dans la dernière semaine de novembre de chacune des trois années.

Les chiffres démontrent l'importance de ce mode de commerce aussi bien du point de vue de la valeur totale des ventes que de la place qu'il occupe dans l'ensemble des dépenses de consommation. En 1968, les ventes des fabricants et des établissements spécialisés dans ce mode de vente ont figuré pour 4.1 p. 100 du total des ventes comparables, faites par les points de vente au détail (chiffre qui comprend à l'heure actuelle les ventes des comptoirs postaux des grands magasins). En 1966 et 1967, ce pourcentage était de 4.1 et 4.0 p. 100 respectivement. Ces pourcentages auraient été beaucoup plus élevés si l'on avait tenu compte des ventes par correspondance des établissements de vente au détail situés au Canada, des ventes par correspondance d'établissements situés hors du Canada et des ventes directes des grossistes et des établissements qui fournissent des services.

TABLE A. Value of Direct Sales Compared with Retail Sales

TABLEAU A. Valeur des ventes directes en comparaison des ventes au détail

| | 1961 | 1966 | 1967 | Change 1967/1966 variation | 1968 | Change 1968/1967 variation |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 000's | | | 000's | |
| Total retail sales — Ensemble des ventes au détail | 16,072,950 | 22,415,873 | 24,064,810 | + 7.4 | 25,618,174 | + 6.4 |
| Less — Moins | | | | | | |
| Fuel dealers — Ventes de combustible | 346,691 | 368,435 | 395,570 | + 7.4 | 402,896 | + 1.9 |
| Motor vehicle dealers — Ventes de véhicules automobiles | 2,598,816 | 3,903,505 | 3,995,387 | + 2.4 | 4,254,828 | + 6.5 |
| Used car dealers — Ventes de voitures d'occasion | 157,980 | 175,398 | 175,176 | - 0.1 | 194,030 | + 10.8 |
| Garages and service stations — Ventes des garages et stations-service | 1,492,121 | 2,033,077 | 2,196,863 | + 8.1 | 2,388,936 | + 8.7 |
| Liquor, beer and wine stores — Ventes de boissons alcooliques, de bière et de vin | 659,465 | 966,682 | 1,047,152 | + 8.3 | 1,117,004 | + 6.7 |
| Sub-totals — Total partiel | 5,255,073 | 7,447,097 | 7,810,148r | + 4.9 | 8,357,694 | + 7.0 |
| Comparable retail sales — Ventes au détail comparables | 10,817,877 | 14,968,776 | 16,254,662 | + 8.6 | 17,260,480 | + 6.2 |
| Direct sales — Ventes directes | 502,805r | 617,089r | 642,605r | + 4.1 | 699,708 | + 8.9 |
| Percentage — Pourcentage | 4.6 | 4.1 | 4.0 | | 4.1 | |

Other direct-selling

Published as a table in the Introduction and General Review of the 1966 Census of Merchandising (DBS Catalogue No. 97-601 - Vol. VI - Retail Trade) are estimates of total known retail trade which include the substantial volume of retailing not accounted for by the census enumeration of recognized retail locations. This table shows that in addition to $21.1 billion retail sales through retail establishments in 1966, another one billion dollars, comprising the direct sales shown in Table 1 of this report ($617 million), service establishments ($240 million), vending machine operations ($107 million) and campus bookstores ($19 million), was retailed. These supplementary non-store retail sales do not include the direct-selling done by wholesalers, contractors and certain others, which are not available for 1966, but amounted to $452.4 million, $26.2 million and $59.9 million, respectively, at the time of the 1961 Census of Merchandising.

Autres données disponibles

Un tableau publié dans le bulletin du recensement du commerce de 1966 intitulé Introduction et revue générale (n° de catalogue du B.F.S. 97-601 - vol. VI - Commerce de détail) présente des estimations sur l'ensemble du commerce de détail connu qui comprennent une partie importante du commerce au détail qui n'avait pas été prise en considération au moment du recensement des points de vente au détail connus. Ce tableau montre qu'il s'est vendu, au détail, en 1966, outre les marchandises vendues par les détaillants eux-mêmes (21.1 milliards de dollars), près de 1 milliard de dollars de marchandises et de services suivant la répartition suivante: ventes directes indiquées au tableau 1 du présent bulletin, 617 millions de dollars; services, 240 millions; exploitation des distributeurs automatiques, 107 millions; librairies universitaires, 19 millions. Ces dernières données ne comprennent par les ventes directes des grossistes, des entrepreneurs et de certains autres établissements, car elles ne sont pas disponibles pour 1966, mais au moment du recensement de 1961, ces ventes s'élevaient, respectivement, à 452.4, 26.2 et 59.9 millions de dollars.

TABLE B. Direct Sales of Selected Commodities Shown as Percentage of Direct Sales in Canada 1961 and 1966-68

TABLEAU B. Ventes directes de certaines marchandises données en pourcentage de l'ensemble des ventes directes au Canada, 1961 et 1966 à 1968.

| Commodities — Marchandises | 1961 | 1966 | 1967 | 1968 |
|---|---|---|---|---|
| | | % | | |
| Dairy products — Produits laitiers | 33.5 | 28.8 | 27.7 | 25.0 |
| Newspapers and magazines — Journaux et revues | 15.2 | 16.8 | 17.1 | 18.0 |
| Bakery products — Produits de boulangerie | 16.1 | 10.9 | 10.0 | 8.1 |
| Cosmetics — Cosmétiques | 6.6 | 8.1 | 8.4 | 9.2 |
| Books — Livres | 8.2 | 7.4 | 8.0 | 7.5 |
| Electrical appliances — Appareils électriques | 4.0 | 5.2 | 5.4 | 6.4 |
| Frozen food plans — Contrats d'achats d'aliments congelés | — | 3.5 | 3.6 | 4.0 |
| Kitchenware and utensils — Articles de cuisine et ustensiles | 1.1 | 2.7 | 2.9 | 3.7 |
| Phonograph records — Disques | 1.7 | 2.4 | 2.8 | 2.4 |
| Brushes, brooms, mops and household soaps and cleaners — Brosses, balais, vadrouilles et savons et nettoyeurs d'usage ménager | 3.1 | 2.8 | 2.7 | 2.9 |
| Sub-totals — Total partiel | 89.5 | 88.6 | 88.6 | 87.2 |
| Others — Autres | 10.5 | 11.4 | 11.4 | 12.8 |
| All commodities — Toutes marchandises | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

Commentary

Mail-order catalogue shopping and itinerant pedlar sales of such commodities as clothing, footwear, housewares, books, patent medicines, etc., are generally associated with an earlier phase of direct selling in the predominantly rural, unsophisticated and less affluent Canada of earlier decades.

However, recent social and technological developments have wrought significant changes to the whole context and substance of direct-selling, by affecting the consumer, the products manufactured and methods of distribution. Even though the first direct sales in Canada took place more than eighty years ago, (1) direct selling is new in terms of modern-day application and innovation. Increased direct sales of frozen foods, travel equipment, books, housewares, cosmetics, and phonograph records, reflect not only rising living standards, which imply higher incomes, but also better education, more leisure and an expanded demand for more and better products and services. In addition, they indicate a high degree of improvement and refinement in advertising and selling techniques, which are skillfully directed to provide information, detect and create wants, offer convenience and facilitate distribution.

Despite growing urbanization and rapidly-spreading neighbourhood and community shopping-centres, distributors of certain commodities, very similar to those sold in regular retail outlets, have successfully employed the direct-selling methods of door-to-door canvassing or mail-order selling, exclusively. They have found that well-briefed and highly trained itinerant sales' staffs, concentrated selling-techniques, copious and lucid advertising material, good quality

(1) M.S. Moyer and G. Snyder, Trends in Canadian Marketing, (The Queen's Printer, Ottawa, 1967) p. 99.

Historique succinct

On associe généralement la vente par catalogue et le colportage d'articles comme les vêtements, les chaussures, les articles de ménage, les livres, les médicaments brevetés, etc., avec les débuts de la vente directe à une époque antérieure, au moment où le Canada était un pays en majorité agricole, peu organisé et beaucoup plus pauvre.

Toutefois, les récents progrès sociaux et technologiques ont transformé tout le contexte et la nature même de la vente directe, en atteignant à la fois le consommateur, les produits manufacturés et les méthodes de distribution. Les premières ventes directes au Canada datent de plus de 80 ans (1), mais la vente directe telle que nous la connaissons aujourd'hui constitue une innovation. L'augmentation des ventes directes d'aliments congelés, de matériel de voyage, de livres, d'articles de ménage, de produits de beauté et de disques reflète non seulement un relèvement du niveau de vie, ce qui suppose une hausse des revenus, mais aussi un meilleur niveau d'instruction, plus de loisirs, ainsi qu'une demande accrue de produits et de services plus nombreux et de meilleure qualité. Elle révèle en outre que les techniques de publicité et de vente ont atteint un haut niveau de perfection et de raffinement dans l'art de renseigner habilement le consommateur, de déceler et de créer des besoins, d'accommoder le client et de faciliter la distribution.

L'expansion des villes et la multiplication des centres commerciaux, petits et grands, n'ont pas empêché les distributeurs de certains produits presque identiques à ceux qu'on vend dans des commerces de détail ordinaires, d'utiliser exclusivement et avec succès les méthodes de vente directe telles que le démarchage et la vente par catalogue. Ils ont constaté que des démarcheurs bien préparés et bien formés, la concentration des techniques de vente, une publicité abondante et judicieuse, des produits de bonne qualité et bien présentés,

(1) M.S. Moyer and Snyder, trends in Canadian Marketing (L'imprimeur de la reine, Ottawa, 1967) p. 99.

and well-packaged products, can effectively counter the many acknowledged advantages offered by mass-merchandising houses.

This is particularly applicable in the case of relatively inexpensive commodities having a postponable demand, such as books, records, cosmetics, jewellery, cookware, brushes, etc. Not only does this form of purchasing offer the consumer convenience and relief from the problems and expense of driving and parking; it also has the advantage of facilitating buying decisions which can be overwhelming amid the varied arrays of choice faced on a visit to the supermarket or department store.

Some notes on the current survey

The statistics published in the accompanying tables are derived from a special panel of a universe of over 6,000 manufacturing establishments which had reported "sales to individual households, associations, clubs, etc." when reporting to the 1961 Channels of Distribution Survey (DBS, Catalogue No. 97-544 (Special Series) 1961 Census of Canada Series). In addition, other sources such as the 1966 Census enumeration of retail establishments, lists of known "direct-sellers", and current newspaper and periodical clippings, were also consulted.

Because of the more explicit phrasing and the specific context of recent surveys a high proportion of the manufacturing establishments covered on these subsequent occasions reported no direct sales. Explanations ranged from changes in methods of marketing since 1961, to distribution mainly to clubs and associations (which were specifically excluded from this survey), as well as to admissions of misunderstanding of the earlier survey which caused erroneous completion — particularly in cases where the manufacturers' output was not of the final consumer-goods variety. This incidental verification of 1961 returns has caused difficulties in reconciling various series since 1961 and users are cautioned that strict comparability is not assured.

Estimates of consumer expenditure for several industries are not possible solely from the sample covered but are derived by collation with returns to the Census of manufacturers. This is the case, in particular, with dairy products, and newspapers, magazines and periodicals, and bakery products.

In order to present a commodity breakdown it is necessary in many instances to collect similar commodity outputs from establishments coded industrially to different industries. In general, however, data are collected and tabulated by establishments coded in conformity with the Standard Industrial Classification System.

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Dominion Bureau of Statistics publications:

.. figures not available.
— nil or zero
-- amount too small to be expressed
r revised figures
x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE: Due to rounding some components may not add to totals.

peuvent faire une concurrence efficace aux multiples avantages que l'on reconnaît aux maisons de commerce.

C'est particulièrement le cas pour les produits relativement peu coûteux dont la demande peut-être "différée", comme par exemple, les livres, les disques, les produits de beauté, les bijoux, les articles de cuisson, les brosses, etc. Cette forme d'achat non seulement épargne aux consommateurs les problèmes et les frais du déplacement et du stationnement, mais elle facilite aussi le choix, qui peut être fort difficile à faire face à la grande variété d'articles qu'offre le supermarché ou le grand magasin.

Remarques à propos de la présente enquête

Les statistiques présentées dans les tableaux des pages suivantes sont tirées d'une enquête spéciale couvrant une population composée de plus de 6,000 établissements manufacturiers qui ont déclaré des "ventes au ménages, associations, clubs, etc." lors de l'enquête de 1961 sur les débouchés de distribution (n° de catalogue du B.F.S. 97-544, Série spéciale sur le recensement de 1961). En outre, on a consulté d'autres sources, comme le recensement de 1966 des établissements de vente au détail, des listes d'établissements spécialisés dans la vente directe et des articles de journaux et de revues.

Une rédaction plus claire des questionnaires et le contexte particulier des dernières enquêtes ont entraîné une diminution importante du nombre d'établissements qui déclarent des ventes directes. Parmi les explications données, on peut mentionner les changements apportés depuis 1961 aux méthodes de commercialisation, une distribution quasi exclusive aux associations et clubs (qui n'ont pas fait partie du champ d'observation de la présente enquête) et une fausse interprétation des questions posées au cours des précédentes enquêtes, particulièrement lorsque la fabrique ne produisait pas des biens destinés aux consommateurs finaux. Cette vérification, fortuite, de la précision de l'enquête de 1961 a provoqué quelques difficultés dans la conciliation des différentes séries depuis 1961. Il convient donc que les utilisateurs sachent qu'une stricte comparabilité n'est pas garantie.

Les estimations relatives aux dépenses de plusieurs industries ne peuvent être établies à partir uniquement de l'échantillon observé; elles ont été tirées de comparaisons faites avec les réponses obtenues au cours du recensement des manufactures. C'est plus particulièrement le cas pour les industries des produits laitiers, des journaux, des revues et périodiques, et des produits de boulangerie.

Il a été plus d'une fois nécessaire, pour présenter une répartition entre les biens, de recueillir des données semblables sur la production de biens auprès d'établissements qui ne sont pas classés dans la même industrie. En général, toutefois, les données ont été réunies et totalisées en fonction d'une répartition des établissements conforme à la Classification type des industries.

SIGNES CONVENTIONNELS

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

.. nombres indisponibles
— néant ou zéro.
-- nombres infimes
r nombres rectifiés
x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret

NOTA: Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas nécessairement à la somme des éléments.

TABLE 1. Direct Selling in Canada, by Commodity, Method of Distribution, and Numbers of Persons Engaged, 1966 to 1968

TABLEAU 1. Vente directe au Canada, par marchandises, par mode de distribution et par nombre de personnes occupées, 1966 à 1968

| Commodities — Marchandises | | Total direct sales — Ventes directes totales | From premises — Chez le fabriquant | By mail or telephone — Par la poste ou par téléphone | By door-to-door canvassing — Démarchage | From stalls, stands and kiosks — Etalages, stands et kiosques | Through other channels(1) — Autres moyens(1) | Persons engaged during last week of November — Personnes occupées dans la dernière semaine de novembre: Employees — Employés | Persons engaged during last week of November — Personnes occupées dans la dernière semaine de novembre: Self-employed — Autonomes |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | thousands of dollars — en milliers de dollars | | | | | | number — nombre | |
| Meat, fish and poultry — Viande, poisson et volaille. | 1966 | 5,408 | 5,174 | x | x | 100 | — | 97 | 16 |
| | 1967 | 4,925 | 4,682 | x | x | 100 | — | 95 | 16 |
| | 1968 | 5,873 | 5,638 | x | x | x | — | 81 | 16 |
| Frozen food plans — Contrats d'achats d'aliments congelés. | 1966 | 21,799 | 9,868 | 10,960 | 971 | — | — | 131 | 161 |
| | 1967 | 23,072 | 10,053 | 12,105 | 914 | — | — | 141 | 165 |
| | 1968 | 27,754 | 10,713 | 16,292 | 749 | — | — | 213 | 160 |
| Fruits, vegetables, juices and health foods — Fruits, légumes, jus et aliments de régime. | 1966 | 5,766 | — | — | 5,766 | — | — | 97 | 941 |
| | 1967 | 5,607 | — | — | 5,607 | — | — | 105 | 985 |
| | 1968 | 4,839 | — | — | 4,839 | — | — | 49 | 773 |
| Dairy products — Produits laitiers ..... | 1966 | 177,937r | — | — | 177,937r | — | — | .. | .. |
| | 1967 | 178,152r | — | — | 178,152r | — | — | .. | .. |
| | 1968 | 175,302 | — | — | 175,302 | — | — | .. | .. |
| Bakery products — Produits de boulangerie ..... | 1966 | 67,269 | — | — | 67,269 | — | — | .. | .. |
| | 1967 | 64,159r | — | — | 64,159r | — | — | .. | .. |
| | 1968 | 56,400 | — | — | 56,400 | — | — | .. | .. |
| Canvas awnings, tents, etc. — Auvents, tentes, etc. de toile. | 1966 | 2,845 | 2,345 | 209 | 177 | — | 114 | 63 | 13 |
| | 1967 | 3,451 | 2,786 | 320 | 202 | — | 143 | 61 | 13 |
| | 1968 | 3,185 | 2,459 | 344 | 261 | — | 121 | 59 | 11 |
| Clothing — Vêtements ..... | 1966 | 8,767 | 1,565 | 3,979 | 1,084 | — | 2,139 | 58 | 2,539r |
| | 1967 | 8,667 | 1,617 | 3,965 | 1,048 | — | 2,037 | 57 | 2,491r |
| | 1968 | 13,661 | 1,954 | 6,844 | 2,568 | — | 2,295 | 69 | 2,406 |
| Fur goods — Articles de fourrure ..... | 1966 | 2,455 | 2,455 | — | — | — | — | 28 | 19 |
| | 1967 | 2,590 | 2,590 | — | — | — | — | 29 | 16 |
| | 1968 | 2,709 | 2,709 | — | — | — | — | 29 | 16 |
| Furniture — Meubles ..... | 1966 | 5,286 | 4,982 | x | x | — | — | 94 | 41 |
| | 1967 | 5,523 | 5,142 | x | x | — | — | 95 | 44 |
| | 1968 | 4,969 | 4,686 | 283 | — | — | — | 74 | 49 |
| Stamps, coins and personal stationery — Timbres, pièces de monnaie et papeterie d'usage personnel. | 1966 | 5,634 | x | 4,937 | x | — | — | 4 | — |
| | 1967 | 5,950 | x | 5,353 | x | — | — | 3 | — |
| | 1968 | 6,105 | x | 5,647 | x | — | — | 5 | — |
| Books — Livres ..... | 1966 | 45,332 | 107 | 25,144 | 19,927 | — | 154 | 499 | 3,055 |
| | 1967 | 51,164 | 209 | 30,230 | 20,557 | — | 168 | 560 | 3,130 |
| | 1968 | 52,290 | 366 | 30,328 | 21,596 | — | — | 527 | 2,920 |
| Newspapers and magazines — Journaux et revues | 1966 | 103,743 | 1,016 | 23,175 | 77,206 | 2,346 | — | .. | .. |
| | 1967 | 110,050r | 1,080r | 23,172r | 83,222r | 2,576r | — | .. | .. |
| | 1968 | 125,928 | 777 | 13,970 | 106,044 | 5,137 | — | .. | .. |
| Kitchenware and utensils — Articles de cuisine et ustensiles. | 1966 | 16,315 | 633 | x | 15,035 | — | x | 43 | 3,927 |
| | 1967 | 18,431 | 857 | x | 16,855 | — | x | 28 | 4,766 |
| | 1968 | 26,137 | x | 1,699 | 22,929 | — | x | 28 | 6,415 |
| Electrical appliances — Appareils électriques | 1966 | 32,279 | 3,284 | 824 | 27,666 | x | x | 126 | 1,623 |
| | 1967 | 34,617 | 3,630 | 1,015 | 29,454 | x | x | 121 | 1,627 |
| | 1968 | 44,626 | x | 12,451 | 28,471 | x | — | 85 | 1,731 |
| Nursery seeds, stock and fertilizer — Produits de pépinière et engrais. | 1966 | 3,509 | x | 2,666 | x | x | — | 68 | — |
| | 1967 | 3,957 | x | 3,023 | x | x | — | 74 | — |
| | 1968 | 4,159 | x | 3,460 | x | — | — | 78 | 14 |
| Pharmaceuticals and medicines — Médicaments et produits pharmaceutiques. | 1966 | 5,377 | 15 | 217 | 5,145 | — | — | 7 | 1,646 |
| | 1967 | 5,219 | 17 | 220 | 4,982 | — | — | 6 | 1,461 |
| | 1968 | 5,423 | 16 | 147 | 5,260 | — | — | 6 | 1,424 |
| Brushes, brooms, mops and household soaps and cleaners — Brosses, balais, vadrouilles et savons et nettoyeurs d'usage ménager. | 1966 | 17,414 | 103 | — | 17,311 | — | — | — | 9,580 |
| | 1967 | 17,428 | 84 | — | 17,344 | — | — | — | 9,803 |
| | 1968 | 20,398 | — | — | 20,398 | — | — | — | 13,970 |
| Cosmetics — Cosmétiques ..... | 1966 | 50,102 | — | 12 | 50,090 | — | — | — | 29,897 |
| | 1967 | 54,353 | — | 13 | 54,340 | — | — | — | 31,904 |
| | 1968 | 64,314 | — | — | 64,314 | — | — | — | 38,015 |
| Phonograph records — Disques ..... | 1966 | 14,453 | — | 14,453 | — | — | — | 218 | 17 |
| | 1967 | 18,140 | — | 18,140 | — | — | — | 272 | 49 |
| | 1968 | 16,852 | — | 15,251 | 1,601 | — | — | 297 | 476 |
| Miscellaneous(2) — Articles divers(2) ..... | 1966 | 25,399 | 13,803 | 4,625 | 6,509 | 111 | 351 | 535 | 1,336 |
| | 1967 | 27,151 | 14,967 | 4,928 | 6,868 | 109 | 279 | 559 | 1,536 |
| | 1968 | 38,784 | 15,669 | 7,098 | 12,682 | 77 | 3,258 | 638 | 1,528 |
| All commodities — Toutes marchandises ..... | 1966 | 617,089r | 46,305 | 91,721 | 472,766r | 2,988 | 3,409 | 2,068 | 64,311 |
| | 1967 | 642,605r | 48,635r | 103,037r | 484,418r | 3,185r | 3,330 | 2,206 | 67,496 |
| | 1968 | 699,708 | 48,933 | 113,922 | 524,108 | 5,564 | 7,181 | 2,238 | 70,320 |

(1) Other channels indicated were: off-premises' shows, exhibitions, house parties and other display and demonstration venues. — Les autres moyens de distribution indiqués étaient: les étalages hors des locaux, les expositions, les démonstrations à domicile et d'autres formes d'étalage et de démonstration.

(2) Includes leather goods, boats, jewellery and silverware, aluminum windows, screens and doors, textiles, other foods and beverages, etc. — Comprend les articles de cuir, les bateaux, les bijoux et l'argenterie, les fenêtres d'aluminium, les grillages et les portes, les textiles, les autres aliments et boissons, etc.

TABLE 2. Percentage Distribution of Direct Sales in Canada among Channels of Distribution, by Commodity 1966 to 1968

TABLEAU 2. Répartition proportionnelle des ventes directes au Canada, suivant les moyens de distributions, par marchandises, 1966 à 1968

| Commodities — Marchandises | | Total direct sales — Ventes directes totales | From premises — Chez le fabriquant | By mail or telephone — Par la poste ou par téléphone | By door-to-door canvassing — Démarchage | From stalls, stands and kiosks — Etalages, stands et kiosques | Through other channels(1) — Autres moyens(1) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | per cent — pourcentage | | | | | |
| Meat, fish and poultry — Viande, poisson et volaille | 1966 | 100 | 96 | x | x | 2 | — |
| | 1967 | 100 | 95 | x | x | 2 | — |
| | 1968 | 100 | 96 | x | x | x | — |
| Frozen food plans — Contrats d'achat d'aliments congelés | 1966 | 100 | 45 | 50 | 4 | — | — |
| | 1967 | 100 | 44 | 52 | 3 | — | — |
| | 1968 | 100 | 39 | 59 | 2 | — | — |
| Fruits, vegetables, juices and health foods — Fruits, légumes, jus et aliments de régime. | 1966 | 100 | -- | — | 100 | — | — |
| | 1967 | 100 | -- | — | 100 | — | — |
| | 1968 | 100 | — | — | 100 | — | — |
| Dairy products — Produits laitiers | 1966 | 100 | — | — | 100 | — | — |
| | 1967 | 100 | — | — | 100 | — | — |
| | 1968 | 100 | — | — | 100 | — | — |
| Bakery products — Produits de boulangerie | 1966 | 100 | — | — | 100 | — | — |
| | 1967 | 100 | — | — | 100 | — | — |
| | 1968 | 100 | — | — | 100 | — | — |
| Canvas awnings, tents, etc. — Auvents, tentes, etc. de toile | 1966 | 100 | 82 | 7 | 6 | — | 4 |
| | 1967 | 100 | 81 | 9 | 6 | — | 4 |
| | 1968 | 100 | 77 | 11 | 8 | — | 4 |
| Clothing — Vêtements | 1966 | 100 | 18 | 45 | 12 | — | 24 |
| | 1967 | 100 | 19 | 46 | 12 | — | 22 |
| | 1968 | 100 | 14 | 50 | 19 | — | 17 |
| Fur goods — Articles de fourrure | 1966 | 100 | 100 | — | — | — | — |
| | 1967 | 100 | 100 | — | — | — | — |
| | 1968 | 100 | 100 | — | — | — | — |
| Furniture — Meubles | 1966 | 100 | 94 | x | x | — | — |
| | 1967 | 100 | 93 | x | x | — | — |
| | 1968 | 100 | 94 | 6 | — | — | — |
| Stamps, coins and personal stationery — Timbres, pièces de monnaie et papeterie d'usage personnel. | 1966 | 100 | x | 88 | x | — | — |
| | 1967 | 100 | x | 90 | x | — | — |
| | 1968 | 100 | x | 93 | x | — | — |
| Books — Livres | 1966 | 100 | -- | 55 | 44 | — | -- |
| | 1967 | 100 | -- | 59 | 40 | — | -- |
| | 1968 | 100 | 1 | 58 | 41 | — | — |
| Newspapers and magazines — Journaux et revues | 1966 | 100 | 1 | 22 | 74 | 2 | — |
| | 1967 | 100 | 1 | 21 | 76 | 2 | — |
| | 1968 | 100 | 1 | 11 | 84 | 4 | — |
| Kitchenware and utensils — Articles de cuisine et ustensiles | 1966 | 100 | 4 | x | 92 | — | x |
| | 1967 | 100 | 5 | x | 91 | — | x |
| | 1968 | 100 | x | 6 | 88 | — | x |
| Electrical appliances — Appareils électriques | 1966 | 100 | 10 | 3 | 86 | -- | -- |
| | 1967 | 100 | 10 | 3 | 85 | -- | -- |
| | 1968 | 100 | x | 28 | 64 | x | -- |
| Nursery seeds, stock and fertilizer — Produits de pépinière et engrais. | 1966 | 100 | x | 76 | x | x | — |
| | 1967 | 100 | x | 76 | x | x | — |
| | 1968 | 100 | x | 83 | x | — | — |
| Parmaceuticals and medicines — Médicaments et produits pharmaceutiques. | 1966 | 100 | -- | 4 | 96 | — | — |
| | 1967 | 100 | -- | 4 | 95 | — | — |
| | 1968 | 100 | -- | 3 | 97 | — | — |
| Brushes, brooms, mops and household soaps and cleaners — Brosses, balais, vadrouilles et savons et nettoyeurs d'usage ménager. | 1966 | 100 | -- | — | 99 | — | — |
| | 1967 | 100 | -- | — | 100 | — | — |
| | 1968 | 100 | — | — | 100 | — | — |
| Cosmetics — Cosmétiques | 1966 | 100 | — | -- | 100 | — | — |
| | 1967 | 100 | — | -- | 100 | — | — |
| | 1968 | 100 | — | — | 100 | — | -- |
| Phonograph records — Disques | 1966 | 100 | -- | 100 | — | — | — |
| | 1967 | 100 | -- | 100 | — | — | — |
| | 1968 | 100 | — | 90 | 10 | — | — |
| Miscellaneous(2) — Articles divers(2) | 1966 | 100 | 54 | 18 | 26 | -- | 1 |
| | 1967 | 100 | 55 | 18 | 25 | -- | 1 |
| | 1968 | 100 | 40 | 18 | 33 | -- | 8 |
| All commodities — Toutes marchandises | 1966 | 100 | 8 | 15 | 77 | -- | -- |
| | 1967 | 100 | 8 | 16 | 76 | -- | -- |
| | 1968 | 100 | 7 | 16 | 75 | 1 | 1 |

(1) Other channels indicated were: off-premises' shows, exhibitions, house parties and other display and demonstration venues. — Les autres moyens de distribution indiqués étaient: les étalages hors des locaux, les expositions, les démonstrations à domicile et d'autres formes d'étalage et de démonstration.

(2) Includes leather goods, boats, jewellery and silverware, aluminum windows, screens and doors, textiles, other foods and beverages, etc. — Comprend les articles de cuir, les bateaux, les bijoux et l'argenterie, les fenêtres d'aluminium, les grillages et les portes, les textiles, les autres aliments et boissons, etc.

# SURVEY OF DIRECT SELLING

**(Sales of goods to household consumers)**

**1968**

One copy should be returned within one month of receipt.

1. Value of merchandise sold in 1968 by the following methods:

| METHOD OF SALE | VALUE OF SALES: Your selling price | VALUE OF SALES: Cost to the consumer* |
|---|---|---|
| | $ | $ |
| **A. Sales to household consumers or individuals for personal use:** | | |
| (i) Through your own manufacturing and showroom premises | | |
| (ii) By mail and/or telephone | | |
| (iii) By door-to-door canvassing (by your employees, self-employed canvassers, newsboys, etc.) | | |
| (iv) Roadside stands, market stalls, and kiosks | | |
| (v) Any other direct sales channels<br>Specify: _____ | | |
| **TOTAL A** | | |
| **B. All other sales:** | | |
| (i) Through your own wholesale and retail stores | | |
| (ii) To other wholesale, retail and service outlets | | |
| (iii) To clubs, institutions, government agencies, associations, other commercial users, etc. | | |
| **TOTAL (A and B)** | | |

* The amount for this column should be estimated if different from your price.

2. List the main commodities sold and give the percentage of total direct sales as reported in **Total A** for 1968:

| COMMODITY | % | COMMODITY | % |
|---|---|---|---|
| 1. | | 3. | |
| 2. | | 4. | |

3. Employment: Indicate the number of persons who were **actually engaged in selling your products directly** to household consumers as of the last week of November:

(a) Self-employed _____

(b) Employed by you _____

## CERTIFICATE

This is to certify that the above information is correct and complete to the best of my knowledge and belief, and covers the period:

From: _____ To: _____

| Official title: | Telephone number: |
|---|---|
| Signature: | Date: |

Additional information: In order that this survey will account for all known firms specializing in, or predominantly engaged in, direct selling to household consumers, it would be appreciated if you would list other firms selling similar products by the same methods.

| NAME | ADDRESS (Street and number, if known) | CITY AND PROVINCE |
|---|---|---|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

(Please attach an extra sheet if more space is required)

6403–138.1: 12-11-68

STATISTICS CANADA LIBRARY
BIBLIOTHÈQUE STATISTIQUE CANADA
1010714499

# ENQUÊTE SUR LA VENTE DIRECTE

**(Vente de marchandises directement au consommateur ménager)**

**1968**

Une copie dûment complétée doit être renvoyée dans les trente jours.

1. Valeur des marchandises vendues en 1968 par les méthodes suivantes:

| MÉTHODE DE VENTE | VALEUR DES VENTES | |
|---|---|---|
| | Votre prix de vente | Prix à la consommation* |
| | $ | $ |
| **A. Ventes aux consommateurs pour usage ménager ou personnel:** | | |
| i) Par votre manufacture et salles d'exposition | | |
| ii) Par la poste et/ou par téléphone | | |
| iii) Par le porte-à-porte (par vos employés, par des solliciteurs à la pige, par des vendeurs de journaux, etc.) | | |
| iv) Étalages au bord de la route, à un marché kiosques | | |
| v) Tout autres voies de vente directe | | |
| préciser _____ | | |
| **TOTAL A** | | |
| **B. Toutes autres ventes:** | | |
| i) Par vos propres débouchés de gros et de détail | | |
| ii) À des magasins de gros et de détail et à des établissements de service | | |
| iii) À des clubs, institutions, organismes publics, associations, autres usagers commerciaux, etc. | | |
| **TOTAL (A et B)** | | |

* Estimer ce montant s'il diffère de votre prix.

2. Énumérer les principales marchandises vendues et donner leur pourcentage des ventes directes totales déclarées en **Total A** pour 1968:

| MARCHANDISE | % | MARCHANDISE | % |
|---|---|---|---|
| 1. | | 3. | |
| 2. | | 4. | |

3. Emploi: Indiquer le nombre de personnes qui, durant la dernière semaine de novembre, étaient **effectivement occupées à vendre vos produits directement** aux consommateurs ménagers:

a) À leur propre compte ..... N° _____

b) À votre emploi ..... N° _____

## ATTESTATION

Par la présente, j'atteste que les renseignements donnés ci-dessus sont, au mieux de ma connaissance et autant que je sache, exacts et complets, et couvrent la période:

Du _____ au _____

| | |
|---|---|
| Titre: | Numéro de téléphone: |
| Signature: | Date: |

Renseignements supplémentaires: Afin que cette enquête couvre toutes les sociétés connues, spécialisées ou surtout engagées dans la vente directe à la consommation ménagère, nous vous serions reconnaissants de bien vouloir énumérer d'autres sociétés que vous connaissez et qui vendent des produits semblables de la même façon:

| NOM | ADRESSE (N° et rue, si connus) | VILLE ET PROVINCE |
|---|---|---|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

(Prière d'annexer au besoin une autre feuille)

6403-138.2: 12-11-68