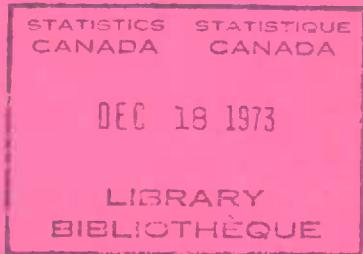


Direct selling in Canada

1972

La vente directe au Canada

1972



STATISTICS CANADA — STATISTIQUE CANADA

Merchandising and Services Division — Division du commerce et des services

DIRECT SELLING IN CANADA

LA VENTE DIRECTE AU CANADA

1972

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

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

December - 1973 - Décembre
5-3405-541

Price—Prix: 50 cents

Statistics Canada should be credited when republishing all or any part of this document
Reproduction autorisée sous réserve d'indication de la source: Statistique Canada

Information Canada
Ottawa

DIRECT SELLING IN CANADA

1972

Concept and Definition

Direct-selling refers to the substantial volume of consumer goods sold to the household consumer for his personal use by other than the regular retail store outlet - department store, chain store or independent retail dealer. This occurs at all levels in the movement of goods from the primary producer or importer to the consumer: at the agricultural level by greenhouse and nursery operators and some market gardeners; at the manufacturing stage through sales exclusively to employees at company-operated on-premises' stores, - or through integrated sales divisions using mail-order or door-to-door canvassers; by some wholesalers and importers, by specialized direct-sellers and through vending-machine operators.

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

The tables in this report, however, cover only the direct sales made by some primary producers (greenhouses and nurseries, etc.), manufacturers and specialized direct-sellers. They do not include foreign mail-order sales to Canadians, direct sales made by Canadian department stores' mail-order divisions, or direct sales made by wholesalers, vending-machine operators and service establishments. Estimates of the value of some of these latter categories will appear in the special table on the value of "total known retail trade" which will be published as part of the 1971 Census of Merchandising and Services.

Summary of Results

The results of the 1972 survey are based on returns from a sample of about 700 respondents. The sample was selected from lists of specialized direct-sellers as well as the 3,000 manufacturing establishments which reported to the special full-coverage survey in the 1971 census-year.

During 1972, Canadian household consumers spent \$928.0 million on direct purchases of consumer goods in addition to the \$33,930 million purchased through regular retail outlets. Almost two-thirds (65.1 %) of this extra expending (\$604.1 million) was made in the home -- from home-delivery tradesmen or door-to-door canvassers. Home-deliveries of bread, milk and dairy products amounted to \$229 million and newspapers another \$125 million. Other sizeable items of expenditure made at home were on cosmetics and costume jewellery (\$90.3 million); household electrical appliances, including vacuum cleaners (\$49.3 million); dinnerware, kitchenware and utensils (\$31.6 million); brushes, brooms and household cleaners (\$27.2 million); and books (\$19.5 million).

Mail-order purchases by household consumers accounted for a further 15.2 % of all direct sales, amounting to \$140.7 million, comprising chiefly books (\$43.4 million); newspaper and magazine subscriptions (\$32.0 million); phonograph records (\$26.4 million); and a wide range of household appliances, books, binoculars, cameras, jewellery, watches, radios, etc., offered to credit-card holders of gasoline oil companies (\$22.3 million).

LA VENTE DIRECTE AU CANADA

1972

Concept et Définition

Par ventes directes, on entend les nombreuses ventes de biens de consommation au consommateur final pour son usage personnel qui ne passent pas par les points de vente au détail habituels, c'est-à-dire les grands magasins, les magasins à succursales, les magasins de détaillants indépendants. La vente directe peut intervenir à tous les stades du mouvement des biens entre le producteur primaire ou l'importateur et le consommateur; dans le secteur agricole, elle peut être faite par les exploitants de serres ou de pépinières et certains maraîchers; dans le secteur manufacturier, elle s'effectue par le truchement de magasins internes exploités par une entreprise au profit de ses employés ou encore de services de vente par correspondance ou de démarchage intégrés à l'entreprise. La vente directe est aussi le fait de certains grossistes et importateurs, d'entreprises spécialisées dans ce domaine et d'entreprises qui desservent les exploitants de machines distributrices.

Les statistiques sur ces ventes au détail "hors magasin" complètent celles du commerce de détail normal; ces dernières sont également recueillies et publiées par la Division du commerce et des services (n° 63-005 au catalogue) et constituent le gros des données du poste "dépenses des particuliers en biens de consommation et en services" des Comptes nationaux du Canada.

Toutefois, les tableaux du présent bulletin n'englobent que les ventes directes de quelques producteurs primaires (exploitants de serres et de pépinières, etc.), des fabricants et des établissements spécialisés dans la vente directe. Ils excluent les ventes par correspondance des entreprises étrangères aux consommateurs canadiens et des grands magasins canadiens ainsi que les ventes directes des grossistes, des exploitants de machines distributrices et d'établissements de services. Une estimation de certaines de ces ventes directes ainsi exclues figurera au tableau spécial sur la valeur de la totalité du commerce de détail connu, tableau publié dans le Recensement du commerce et des services de 1971.

Résumé des données

Les résultats de l'enquête de 1972 sont fondés sur les déclarations reçues d'un échantillon d'environ 700 enquêtés. L'échantillonnage a été appliqué à des listes de vendeurs directs spécialisés ainsi qu'à 3,000 établissements manufacturiers déclarants dans le cadre de l'enquête exhaustive spéciale menée en 1971, année du recensement.

En 1972, les achats directs de biens de consommation des consommateurs canadiens se sont élevés à 928.0 millions de dollars. Ce montant s'ajoute aux 33,930 millions de dollars dépensés aux points de vente au détail ordinaires. Les représentants qui livrent à domicile ou les démarcheurs ont reçu au domicile même du consommateur près des deux tiers (65.1 %) des dépenses d'achat direct, soit 604.1 millions de dollars. Le pain, le lait et les produits laitiers livrés à domicile sont intervenus dans cette somme pour 229 millions et les journaux pour 125 millions. Les consommateurs ont aussi dépensé chez eux une somme importante en cosmétiques et bijoux de toilette (90.3 millions), en appareils électroménagers, y compris les aspirateurs (49.3 millions), en couverts et en articles et batteries de cuisine (31.6 millions), en brosses, balais et nettoyeurs d'usage ménager (27.2 millions) et en livres (19.5 millions).

Les achats par correspondance des ménages ont rendu compte de 15.2 % de toutes les ventes directes, s'établissant à 140.7 millions de dollars. Ils consistaient surtout en livres (43.4 millions), journaux et revues (abonnements) (32.0 millions), disques (26.4 millions), et en un large éventail d'appareils ménagers, de livres, de jumelles, d'appareils photographiques, de bijoux, de montres, de radios, etc., offerts aux détenteurs de cartes de crédit de sociétés pétrolières (22.3 millions).

Direct purchases from showrooms and premises of manufacturing companies or primary producers, amounted to \$165.8 million (17.8 % of total direct sales), and included such items as furniture repair and re-upholstery (\$34.9 million); frozen food plans (\$23.6 million); greenhouse flowers and nursery stocks (\$12.9 million); household electrical appliances (\$13.7 million); sail boats and pleasure craft (\$9.2 million); aluminum doors, windows, screens and awnings, etc. (\$13.0 million).

Finally, consumers also made \$17.5 million purchases during 1972 of greenhouse flowers, fruits, vegetables, etc. from temporary roadside stands and market stalls, newspapers from honour boxes, and sail boats and other miscellaneous commodities at exhibitions and shows.

Only preliminary data are available for current estimates of direct sales of dairy products, bakery products and newspapers. This survey does not cover the dairy products and bakery products manufacturing industries at all as the pertinent information is requested on the annual census forms for these industries. In the case of newspapers a small sample of the industry is surveyed but firm estimates are dependent on the census figures. Users will note that estimates of home-deliveries of dairy products have been revised back to 1967 on the basis of data obtained in the 1971 manufacturing census form. However, owing to such factors as a high non-response, misconstruction of the pertinent question, and changes in the distribution methods used in the industry, current estimates again are not altogether satisfactory.

Table A below shows a comparison of the magnitude of direct sales to retail sales, from 1968 to 1972. In this table retail sales data have been adjusted to exclude sales of commodities which are not ordinarily made through direct-selling channels. From 1966 to 1972 total direct sales increased from \$691.3 million to \$928.0 million at an average annual rate of 5.7 %, a slower pace than the 8.3 % experienced by total retail sales over the same period.

Les ventes directes dans des salles d'exposition et autres locaux propres des sociétés manufacturières ou des producteurs primaires se sont élevées à 165.8 millions (17.8 % des ventes directes totales); elles visaient des éléments comme la réparation et le rembourrage de meubles (34.9 millions), la fourniture d'aliments congelés par contrat (23.6 millions), les fleurs de serre et les produits de pépinière (12.9 millions), les appareils électro-ménagers (13.7 millions), les voiliers et bateaux de plaisance (9.2 millions), les portes, fenêtres, treillis et auvents en aluminium, etc. (13.0 millions).

En 1972, les consommateurs ont enfin dépensé 17.5 millions de dollars en fleurs de serre, fruits, légumes, etc., dans les étalages le long des routes et les marchés en plein vent, en journaux dans les distributeurs, ainsi qu'en voiliers et en divers articles dans des expositions.

Nous ne disposons que de données provisoires pour ce qui est des estimations courantes des ventes directes de produits laitiers, de produits de boulangerie et de journaux. La présente enquête ne prend pas en compte les industries de fabrication de produits laitiers et de produits de boulangerie, car les renseignements qui intéressent la statistique de la vente directe sont recueillis dans le cadre du recensement annuel de ces industries. Dans le cas des journaux, l'enquête apprécie un petit échantillon de cette industrie, mais les estimations définitives reposent sur les résultats du recensement. Les utilisateurs remarqueront que les estimations concernant les produits laitiers livrés à domicile ont fait l'objet d'une rétro-révision jusqu'en 1967 à partir des données recueillies lors du recensement des manufactures de 1971. Cependant, en raison du taux élevé de non-réponses, des insuffisances du libellé de la question posée et de l'évolution des méthodes de distribution utilisées dans l'industrie, les estimations courantes ne sont pas encore une fois tout à fait satisfaisantes.

Le Tableau A compare les chiffres de la vente au détail à ceux des ventes directes pour la période 1968-1972. Les données sur les ventes au détail y ont été ajustées de façon à exclure les marchandises qui normalement ne sont pas vendues directement aux consommateurs. De 1966 à 1972, les ventes directes totales ont grimpé de 691.3 millions à 928.0 millions de dollars; le taux annuel de croissance moyen, qui s'est établi à 5.7 %, a été inférieur à celui des ventes totales au détail pour la même période (8.3 %).

TABLE A. Value of Direct Sales Compared with Retail Sales

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

| | Change 1972/1971 Variation % | 1972 | 1971 | 1970 | 1969 | 1968 |
|--|---------------------------------------|------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | | \$'000 | | | | |
| Total retail sales - Ensembles des ventes au détail | 10.7 | 33,929,716 | 30,646,137 | 28,033,905 | 27,401,419 | 25,710,842 |
| Less - Moins: | | | | | | |
| Fuel dealers - Ventes de combustible | 10.6 | 578,965 | 523,261 | 473,052 | 465,672 | 471,414 |
| Motor vehicle dealers - Ventes de véhicules automobiles | 15.0 | 5,662,932 | 4,924,650 | 4,197,249 | 4,795,928 | 4,714,146 |
| Used car dealers - Ventes de voitures d'occasion | 10.1 | 274,009 | 248,887 | 209,027 | 211,587 | 213,809 |
| Garages and service stations - Ventes des garages et stations-service | 7.3 | 2,892,099 | 2,694,890 | 2,530,675 | 2,318,185 | 2,179,815 |
| Liquor, beer and wine stores - Ventes de boissons alcooliques, de bière et de vin .. | 9.7 | 1,630,756 | 1,486,518 | 1,350,913 | 1,244,528 | 1,117,004 |
| Sub-total - Total partiel | 11.7 | 11,038,761 | 9,878,206 | 8,760,916 | 9,035,900 | 8,696,188 |
| Comparable retail sales - Ventes au détail comparables | 10.2 | 22,890,955 | 20,767,931 | 19,272,989 | 18,365,519 | 17,014,654 |
| Direct sales - Ventes directes | 11.2 | 928,015 | 834,359 ^r | 802,271 ^r | 795,492 ^r | 775,121 ^r |
| Percentage - Pourcentage | | 4.1 | 4.0 | 4.2 | 4.3 | 4.6 |

Table B shows the annual percentage change in direct sales by channels of distribution as well as for selected commodities. Over the past year the total average growth rate of 11.2 % was exceeded in the case of the majority of commodities shown, and notably, by phonograph records, household electrical appliances and frozen foods, with only clothing and canvss products showing absolute declines. However, it should be noted that in several of the cited instances the apparent growth rate is due more to the improved coversge than to real growth.

Le Tableau B présente la variation annuelle en pourcentage des ventes directes selon les canaux de distribution ainsi que pour certains produits. Au cours de la dernière année, sur le plan de la croissance des ventes, la plupart des produits visés et en particulier les disques, les appareils électro-ménagers et les aliments congelés ont dépassé le taux de croissance moyen total de 11.2 %; seuls les vêtements et les articles en grosse toile ont accusé une baisse en chiffres absolus. Il convient toutefois de noter que dans plusieurs cas, le taux de croissance apparent est davantage attribuable à une meilleure appréhension qu'à une expansion réelle.

TABLE B. Annual Percentage Change in Direct Sales — By Channel of Distribution and Selected Commodities, 1967-1972

TABLEAU B. Variation procentuelle annuelle des ventes directes, par moyen de distribution et pour certaines marchandises, 1967-1972

| Channels and Commodities — Moyens des distributions et marchandises | 1972 | 1971 | 1970 | 1969 | 1968 |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | — 1971 | — 1970 | — 1969 | — 1968 | — 1967 |
| Channel of Distribution — Moyen de distribution | | | | | |
| From premises — Chez le fabricant | + 11.2 | .. | .. | .. | .. |
| By mail-order — Par la poste | + 16.7 | .. | .. | .. | .. |
| Door-to-door sales — Démarchage | + 9.6 | .. | .. | .. | .. |
| Other channels — Autres moyens | + 28.7 | .. | .. | .. | .. |
| Total Direct Sales — Total des ventes directes | + 11.2 | + 4.0 | + 0.9 | + 2.6 | + 7.6 |
| Selected Commodities — Certaines marchandises | | | | | |
| Frozen food plans — Contrats d'achats d'aliments congelés | + 30.5 | - 6.3 | - 15.6 | - 10.7 | + 10.8 |
| Bakery products — Produits de boulangerie | + 0.2 | + 1.0 | - 9.6 | - 16.7 | - 12.1 |
| Clothing — Vêtements | - 28.8 | - 2.3 | - 2.5 | - 0.2 | - 4.3 |
| Furniture — re-upholstery and repairs — Meubles, rembourrage et réparation | + 7.2 | + 4.6 | - 3.1 | + 9.2 | + 4.3 |
| Books — Livres | + 17.3 | + 5.4 | - 5.7 | + 3.8 | + 2.2 |
| Newspapers — Journaux | + 10.0 | + 8.3 | + 8.8 | + 4.2 | + 8.6 |
| Magazines — Revues | + 11.5 | + 16.7 | + 16.5 | + 19.0 | + 12.1 |
| Dinnerware, kitchenware and utensils — Couverts, articles de cuisine et ustensiles | + 23.8 | - 4.9 | + 8.9 | - 3.7 | + 38.9 |
| Household electrical appliances — Appareils électriques ménagers | + 35.4 | + 22.1 | - 3.0 | + 4.9 | + 8.4 |
| Brushes, brooms, mops and household soaps and cleaners — Brosse, balais, vadrouilles, savons et nettoyeurs d'usage ménager | + 16.5 | + 5.4 | + 7.7 | + 1.4 | + 17.0 |
| Cosmetics and costume jewellery — Cosmétiques et bijoux | + 17.5 | + 0.6 | + 7.3 | + 4.6 | + 18.8 |
| Phonograph records and tapes — Disques et bandes magnétiques | + 85.3 | + 0.6 | + 12.4 | - 25.1 | - 7.1 |
| Greenhouse flowers and nursery products — Fleurs de serre et produits de pépinière | + 29.3 | + 18.3 | - 12.7 | + 19.5 | + 5.9 |

Table C summarises the percentage composition of total direct sales by selected commodities since 1967. Over the past six years the market share of the household electrical appliances group, the dinnerware, kitch-enwares and utensils group and the cosmetics and costume jewellery group and the newspapers and miscellaneous group have expanded by 10 %, principally at the expense of the dairy products and bakery products, which have shrunk to under a quarter of the total from a third in 1967.

Le Tableau C récapitule la composition en pourcentage des ventes directes totales de certains produits depuis 1967. Au cours des six dernières années, l'importance relative à cet égard du groupe des appareils électro-ménagers, du groupe des couverts et des articles et batteries de cuisine, du groupe des cosmétiques et bijoux de toilette et du groupe des journaux et articles divers a augmenté de 10 %, principalement aux dépens des produits laitiers et des produits de boulangerie dont la part est passée du tiers des ventes totales en 1967 à moins du quart de ces mêmes ventes.

TABLE C. Direct Sales of Selected Commodities Shown as Percentages of Direct Sales in Canada, 1967-1972

TABLEAU C. Ventes directes de certaines marchandises données en pourcentage de l'ensemble des ventes directes au Canada, 1967-1972

| Commodities — Marchandises | 1972 | 1971 | 1970 | 1969 | 1968 | 1967 |
|--|------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | per cent — pourcentage | | | | | |
| Dairy products — Produits laitiers | 20.0 | 22.2 | 22.9 | 23.0 | 23.4 | 24.9 |
| Newspapers — Journaux | 15.4 | 15.6 | 15.0 | 13.9 | 13.7 | 13.5 |
| Cosmetics and costume jewellery — Cosmétiques et bijoux | 9.8 | 9.3 | 9.6 | 9.1 | 8.9 | 8.0 |
| Books — Livres | 6.8 | 6.5 | 6.4 | 6.8 | 6.7 | 7.1 |
| Household electrical appliances — Appareils électriques ménagers | 6.8 | 5.6 | 4.8 | 4.9 | 4.8 | 4.8 |
| Bakery products — Produits de boulangerie | 4.6 | 5.1 | 5.3 | 5.9 | 7.3 | 8.9 |
| Furniture, re-upholstery and repairs — Meubles, rembourrage et réparation | 3.8 | 3.9 | 3.9 | 4.0 | 3.8 | 3.9 |
| Dinnerware, kitchenware and utensils — Couverts, articles de cuisine et ustensiles | 3.4 | 3.1 | 3.3 | 3.1 | 3.3 | 2.6 |
| Brushes, brooms, mops and household soaps and cleaners — Brosse, balais, vadrouilles et savons et nettoyeurs d'usage ménager | 2.9 | 2.8 | 2.8 | 2.6 | 2.6 | 2.4 |
| Frozen food plans — Contrats d'achats d'aliments congelés | 2.5 | 2.2 | 2.4 | 2.9 | 3.3 | 3.2 |
| Phonograph records — Disques | 2.8 | 1.7 | 1.8 | 1.6 | 2.2 | 2.5 |
| Aluminum windows, doors, screens and awnings — Fenêtres, grillages, portes et auvents d'aluminium | 2.0 | 2.0 | 2.0 | 2.3 | 2.0 | 2.0 |
| Greenhouse flowers and nursery seeds, stocks, etc. — Fleurs de serre et produits de pépinière | 2.7 | 2.4 | 2.1 | 2.4 | 2.1 | 2.1 |
| Sub-total — Total partiel | 83.5 | 82.4 | 82.3 | 82.5 | 84.1 | 85.9 |
| Others — Autres | 16.5 | 17.6 | 17.7 | 17.5 | 15.9 | 14.1 |
| All commodities — Toutes marchandises | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

The principal tables in this publication — Tables 1, 2, and 3 — show the total value of direct selling, by selected commodities, historically, and the values and percentage distribution of direct sales on selected commodities, by channels of distribution, for both 1971 and 1972. No provincial distribution of direct selling was obtained on this occasion but interested users are referred to the data published in the 1971 report. Also included in the back pages of this publication are copies of the questionnaire as well as a list of selected respondents active in the direct selling field.

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.

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

Les principaux tableaux de ce bulletin, à savoir les Tableaux 1, 2 et 3, présentent chronologiquement la valeur totale des ventes directes selon certaines marchandises, et, pour 1971 et 1972, les valeurs et la répartition en pourcentage des ventes directes de certains produits selon les canaux de distribution. On n'y offre aucune répartition provinciale des ventes directes; les utilisateurs intéressés sont donc priés de se reporter à cet égard aux données publiées dans le bulletin de 1971. Les dernières pages de cette publication présentent également une reproduction du questionnaire ainsi qu'une liste de certains établissements enquêtés s'occupant de vente directe.

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 distri-

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

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 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 post-ponable 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.

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- 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.

NOTE

Due to rounding some components may not add to totals.

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 les 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 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.

SIGNES CONVENTIONNELS

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- 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.

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, 1967 to 1972

TABLEAU 1. Vente directe au Canada, par marchandises, 1967 à 1972

| Commodities — Marchandises | 1972 | 1971 | 1970 | 1969 | 1968 | 1967 |
|--|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| thousands of dollars — milliers de dollars | | | | | | |
| All commodities — Toutes marchandises | 928,015 | 834,359 ^r | 802,271 ^r | 795,492 ^r | 775,121 ^r | 720,091 ^r |
| Meat, fish and poultry — Viande, poisson et volaille | 12,571 | 11,612 | 10,672 | 9,356 | 8,040 | 6,724 |
| Frozen food plans — Contrats d'achats d'aliments congelés | 23,568 | 18,062 | 19,282 | 22,838 | 25,572 | 23,072 |
| Dairy products — Produits laitiers | 186,000 ^P | 185,000 ^r | 184,000 ^r | 183,000 ^r | 181,000 ^r | 179,000 |
| Bakery products — Produits de boulangerie | 43,000 ^P | 42,897 ^r | 42,471 | 46,983 | 56,400 | 64,159 |
| All other foods and beverages — Tous autres aliments et boissons | 19,656 | 18,037 | 18,706 | 17,129 | 14,460 | 14,322 |
| Canvas, awnings, sails, tents, etc. — Auvents, tentes, voiles, etc. de toile | 5,549 | 6,437 | 5,314 | 5,053 | 4,587 | 4,451 |
| Clothing — Vêtements | 9,244 | 12,981 | 13,284 | 13,628 | 13,661 | 14,278 |
| Fur goods — Articles de fourrure | 7,067 | 7,046 | 6,115 | 5,200 | 4,285 | 3,370 |
| Furniture, re-upholstery and repairs — Meubles, rembourrage et réparation | 34,868 | 32,535 | 31,000 | 32,000 | 29,300 | 28,100 |
| Books — Livres | 63,287 | 53,975 | 51,197 | 54,295 | 52,290 | 51,164 |
| Newspapers — Journaux | 143,000 ^P | 130,000 ^r | 120,005 | 110,257 | 105,847 | 97,429 |
| Magazines — Revues | 18,227 | 16,348 | 14,013 | 12,030 | 10,110 | 9,016 |
| Aluminum windows, doors, screens and awnings — Fenêtres, grilles, portes et auvents d'aluminium | 18,386 | 16,944 | 15,656 | 17,910 | 15,349 | 14,520 |
| Dinnerware, kitchenware and utensils — Couverts, articles de cuisine et ustensiles | 31,625 | 25,535 | 26,863 | 24,657 | 25,596 | 18,432 |
| Sail boats and pleasure craft — Bateaux à voiles et embarcations de plaisance | 9,186 | 8,799 | 8,397 | 8,388 | 6,857 | 5,898 |
| Household electrical appliances — Appareils électriques ménagers | 63,053 | 46,582 | 38,154 | 39,341 | 37,516 | 34,617 |
| Pharmaceuticals and medicines — Médicaments et produits pharmaceutiques | 5,172 | 4,897 | 5,964 | 5,250 | 5,423 | 5,219 |
| Brushes, brooms, mops and household soaps and cleaners — Brosse, balais, vadrouilles et savons et nettoyeurs d'usage ménager | 27,352 | 23,471 | 22,270 | 20,679 | 20,398 | 17,428 |
| Cosmetics and costume jewellery — Cosmétiques et bijoux | 91,386 | 77,744 | 77,266 | 71,995 | 68,822 | 57,921 |
| Phonograph records — Disques | 26,421 | 14,260 | 14,180 | 12,617 | 16,852 | 18,140 |
| Greenhouse flowers and nursery seeds, stocks, etc. — Fleurs de serre et produits de pépinière | 25,461 | 19,688 | 16,643 | 19,060 | 15,952 | 15,065 |
| Miscellaneous — Articles divers(1) | 63,936 | 61,509 | 60,819 | 60,826 | 56,804 | 38,066 |

(1) Includes leather goods, textiles, stamps, coins and personal stationery and sales of merchandise to credit-card holders of gasoline oil companies, etc. — Comprend les articles de cuir, les textiles, les timbres, les pièces de monnaie, la papeterie d'usage personnel, les ventes de produits aux détenteurs de cartes de crédit des sociétés pétrolières, etc.

TABLE 2. Direct Selling in Canada — Method of Distribution by Commodity — 1971 and 1972

TABLEAU 2. Vente directe au Canada — par mode de distribution, par marchandises — 1971 et 1972

| Commodities — Marchandises | | Total direct sales — Ventes directes totales | From premises — Chez le fabricant | By mail — Par la poste | By door- to-door canvassing — Démarchage | Through other channels(1) — Autres moyens(1) |
|--|------|--|---|------------------------------------|--|---|
| | | thousands of dollars — milliers de dollars | | | | |
| All commodities — Toutes marchandises | 1972 | 928,015 | 165,752 | 140,687 | 604,082 | 17,494 |
| | 1971 | 834,359 ^r | 149,062 ^r | 120,612 ^r | 551,107 ^r | 13,578 ^r |
| Meat, fish and poultry — Viande, poisson et volaille .. | 1972 | 12,571 | 11,113 | — | — | 1,458 |
| | 1971 | 11,612 | 10,359 | — | — | 1,253 |
| Frozen food plans — Contrats d'achats d'aliments congelés. | 1972 | 23,568 | 23,568 | — | — | — |
| | 1971 | 18,062 | 18,062 | — | — | — |
| Dairy products — Produits laitiers | 1972 | 186,000 ^P | — | — | 186,000 ^P | — |
| | 1971 | 185,000 ^r | — | — | 185,000 ^r | — |
| Bakery products — Produits de boulangerie | 1972 | 43,000 ^P | — | — | 43,000 ^P | — |
| | 1971 | 42,897 ^r | — | — | 42,897 ^r | — |
| All other foods and beverages — Tous autres aliments et boissons. | 1972 | 19,656 | 3,558 | — | 16,098 | — |
| | 1971 | 18,037 | 3,291 | — | 14,746 | — |
| Canvas, awnings, sails, tents, etc. — Auvents, tentes, voiles, etc. de toile. | 1972 | 5,549 | 5,100 | — | 449 | — |
| | 1971 | 6,437 | 6,033 | — | 404 | — |
| Clothing — Vêtements | 1972 | 9,244 | 7,322 | — | 1,922 | — |
| | 1971 | 12,981 | 10,616 ^r | — | 2,365 | — |
| Fur goods — Articles de fourrure | 1972 | 7,067 | 7,067 | — | — | — |
| | 1971 | 7,046 | 7,046 | — | — | — |
| Furniture, re-upholstery and repairs — Meubles, rembourrage et réparation. | 1972 | 34,868 | 34,868 | — | — | — |
| | 1971 | 32,535 | 32,535 | — | — | — |
| Books — Livres | 1972 | 63,287 | 340 | 43,411 | 19,536 | — |
| | 1971 | 53,975 | 554 | 35,932 | 17,489 | — |
| Newspapers — Journaux | 1972 | 143,000 ^P | 458 ^P | 13,728 ^P | 125,268 ^P | 3,546 ^P |
| | 1971 | 130,000 ^r | 416 ^r | 12,454 ^r | 113,880 ^r | 3,250 ^r |
| Magazines — Revues | 1972 | 18,227 | — | 18,227 | — | — |
| | 1971 | 16,348 | — | 16,348 ^r | — | — |
| Aluminum windows, doors, screens and awnings — Fenêtres, grillages, portes et auvents d'aluminium. | 1972 | 18,386 | 13,036 | — | 5,350 | — |
| | 1971 | 16,944 | 8,087 | — | 8,857 | — |
| Dinnerware, kitchenware and utensils — Couverts, articles de cuisine et ustensiles. | 1972 | 31,625 | — | — | 31,625 | — |
| | 1971 | 25,535 | — | — | 25,535 | — |
| Sail boats and pleasure craft — Bateaux à voiles et embarcations de plaisance. | 1972 | 9,186 | 9,186 | — | — | — |
| | 1971 | 8,799 | 8,548 | — | — | 251 |
| Household electrical appliances — Appareils électriques ménagers. | 1972 | 63,053 | 13,730 | — | 49,323 | — |
| | 1971 | 46,582 | 12,849 | — | 33,733 | — |
| Pharmaceuticals and medicines — Médicaments et produits pharmaceutiques. | 1972 | 5,172 | 383 | 243 | 4,546 | — |
| | 1971 | 4,897 | 380 | 243 | 4,274 | — |
| Brushes, brooms, mops and household soaps and cleaners — Brosses, balais, vadrouilles et savons et nettoyeurs d'usage ménager. | 1972 | 27,352 | 155 | — | 27,197 | — |
| | 1971 | 23,471 | 571 | 77 | 22,823 | — |
| Cosmetics and costume jewellery — Cosmétiques et bijoux | 1972 | 91,386 | 1,070 | — | 90,316 | — |
| | 1971 | 77,744 | 2,032 | — | 75,712 | — |
| Phonograph records — Disques | 1972 | 26,421 | — | 26,421 | — | — |
| | 1971 | 14,260 | 288 | 13,972 | — | — |
| Greenhouse flowers and nursery seeds, stocks, etc. — Fleurs de serre et produits de pépinière. | 1972 | 25,461 | 12,922 | 1,339 | — | 11,200 |
| | 1971 | 19,688 | 7,676 ^r | 3,287 | — | 8,725 ^r |
| Miscellaneous — Articles divers(2) | 1972 | 63,936 | 21,876 | 37,318 | 3,452 | 1,290 |
| | 1971 | 61,509 | 19,719 | 38,299 | 3,392 | 99 |

(1) Other channels indicated were: roadside stands, market stalls, kiosks, off-premises' shows, exhibitions, and other displays and demonstration venues. — Les autres moyens de distribution indiqués étaient: les étalages au bord de la route, à un marché, les kiosques, les étalages hors des locaux, les expositions, et d'autres formes d'étalage et démonstration.

(2) Includes leather goods, textiles, stamps, coins, greeting cards and personal stationery, tombstones and monuments, and mail-order sales of merchandise to credit-card holders of gasoline oil companies. — Comprend les articles de cuir, les textiles, les timbres, les pièces de monnaie, les cartes de souhaits, la papeterie d'usage personnel, les pierres tombales et monuments et les ventes par la poste de produits aux détenteurs de cartes de crédit des sociétés pétrolières.

TABLE 3. Percentage Distribution of Direct Sales in Canada Among Channels of Distribution, by Commodity, 1971 and 1972

TABLEAU 3. Répartition proportionnelle des ventes directes au Canada, suivant les moyens de distribution, par marchandise, 1971 et 1972

| Commodities — Marchandises | Total direct sales | From premises | By mail | By door- to-door canvassing | Through other channels(1) |
|---|-------------------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|
| | Ventes directes totales | Chez le fabriquant | Par la poste | Démarchage | Autres moyens(1) |
| | \$'000 | | per cent — pourcentage | | |
| All commodities — Toutes marchandises | 1972 | 928,015 | 17.8 | 15.2 | 65.1 |
| | 1971 | 834,359 ^r | 17.9 ^r | 14.5 ^r | 66.0 ^r |
| Meat, fish and poultry — Viande, poisson et volaille .. | 1972 | 12,571 | 88.4 | — | — |
| | 1971 | 11,612 | 89.2 | — | — |
| Frozen food plans — Contrats d'achats d'aliments congelés. | 1972 | 23,568 | 100.0 | — | — |
| | 1971 | 18,062 | 100.0 | — | — |
| Dairy products — Produits laitiers | 1972 | 186,000 | — | — | 100.0 |
| | 1971 | 185,000 ^r | — | — | 100.0 |
| Bakery products — Produits de boulangerie | 1972 | 43,000 | — | — | 100.0 |
| | 1971 | 42,897 ^r | — | — | 100.0 |
| All other foods and beverages — Tous autres aliments et boissons. | 1972 | 19,656 | 18.1 | — | 81.9 |
| | 1971 | 18,037 | 18.2 | — | 81.8 |
| Canvas, awnings, sails, tents, etc. — Auvents, tentes, voiles, etc. de toile. | 1972 | 5,549 | 91.9 | — | 8.1 |
| | 1971 | 6,437 | 93.7 | — | 6.3 |
| Clothing — Vêtements | 1972 | 9,244 | 79.2 | — | 20.8 |
| | 1971 | 12,981 | 81.8 ^r | — | 18.2 |
| Fur goods — Articles de fourrure | 1972 | 7,067 | 100.0 | — | — |
| | 1971 | 7,046 | 100.0 | — | — |
| Furniture, re-upholstery and repairs — Meubles, rembourrage et réparation. | 1972 | 34,868 | 100.0 | — | — |
| | 1971 | 32,535 | 100.0 | — | — |
| Books — Livres | 1972 | 63,287 | 0.5 | 68.6 | 30.9 |
| | 1971 | 53,975 | 1.0 | 66.6 | 32.4 |
| Newspapers — Journaux | 1972 | 143,000 | 0.3 | 9.6 | 87.6 |
| | 1971 | 130,000 ^r | 0.3 ^r | 9.6 | 87.6 ^r |
| Magazines — Revues | 1972 | 18,227 | — | 100.0 | — |
| | 1971 | 16,348 | — | 100.0 | — |
| Aluminum windows, doors, screens and awnings — Fenêtres, grillages, portes et auvents d'aluminium. | 1972 | 18,386 | 70.9 | — | 29.1 |
| | 1971 | 16,944 | 47.7 | — | 52.3 |
| Dinnerware, kitchenware and utensils — Couverts, articles de cuisine et ustensiles. | 1972 | 31,625 | — | — | 100.0 |
| | 1971 | 25,535 | — | — | 100.0 |
| Sail boats and pleasure craft — Bateaux à voiles et embarcations de plaisance. | 1972 | 9,186 | 100.0 | — | — |
| | 1971 | 8,799 | 97.1 | — | — |
| Household electrical appliances — Appareils électriques ménagers. | 1972 | 63,053 | 21.8 | — | 78.2 |
| | 1971 | 46,582 | 27.6 | — | 72.4 |
| Pharmaceuticals and medicines — Médicaments et produits pharmaceutiques. | 1972 | 5,172 | 7.4 | 4.7 | 87.9 |
| | 1971 | 4,897 | 7.7 | 5.0 | 87.3 |
| Brushes, brooms, mops and household soaps and cleaners — Brosse, balais, vadrouilles et savons et nettoyeurs d'usage ménager. | 1972 | 27,352 | 0.6 | — | 99.4 |
| | 1971 | 23,471 | 2.4 | 0.4 | 97.2 |
| Cosmetics and costume jewellery — Cosmétiques et bijoux | 1972 | 91,386 | 1.2 | — | 98.8 |
| | 1971 | 77,744 | 2.6 | — | 97.4 |
| Phonograph records — Disques | 1972 | 26,421 | — | 100.0 | — |
| | 1971 | 14,260 | 2.0 | 98.0 | — |
| Greenhouse flowers and nursery seeds, stocks, etc. — Fleurs de serre et produits de pépinière. | 1972 | 25,461 | 50.7 | 5.3 | — |
| | 1971 | 19,688 | 39.0 ^r | 16.7 | — |
| Miscellaneous — Articles divers | 1972 | 63,936 | 34.2 | 58.4 | 5.4 |
| | 1971 | 61,509 | 32.1 | 62.3 | 5.5 |
| | | | | | 0.1 |

(1) *Réouverture* stands, market stalls, kiosks, shows, exhibitions and other display and demonstration venues. — Les étalages au bord de la route, à un marché, les kiosques, les étalages hors des locaux, les expositions, et d'autres formes d'étalage et de démonstration.

Selected List of Direct Sellers, 1972

Certains établissements se spécialisant dans la vente directe, 1972

| Name — Nom | Address — Adresse |
|---|---|
| Albert Schneider Food Service Ltd. | 692 Wilson Ave., Toronto, Ont. |
| Alsi Compagnie Ltée | 150 Rue Seigneuriale, Beauport 5, Qué. |
| Amana (Que.) Ltd.. | 9025 Park Avenue, Montreal, Que. |
| Ambassador Leather Goods Ltd. | 4457 Chesswood Dr., Downsview, Ont. |
| Amway of Canada Ltd. | Highway No. 135 R. R. 4, London, Ont. |
| Avon Products of Canada Ltd. | P. O. Box 8,000, Montreal 101, Que. |
| Belkraft International Ltd. | 1485 Lauzon Rd., Windsor 15, Ont. |
| Bonel Ltd. | 4 E. Ave. Centre Industrial, St. Romuald, Que. |
| Book of the Month Club (Canada) Ltd. | 3333 Metropolitan Blvd. East, Montreal 38, Que. |
| Breuvages Kiri Ltée | St. Félix De Valois, Cte Joliette, Qué. |
| Breuvages Lucky One Inc. | P. O. Box 231, Place Bonaventure, Montreal, Que. |
| Cadillac Fund Raising Service | 25 Coldwater Rd., Don Mills, Ont. |
| Canadian Book Club Centre Ltd. | 970 McEachan Ave., Montreal 256, Que. |
| C. B. C. Publications | P. O. Box 500, Terminal "A", Toronto, Ont. |
| Capdor Beverage Co. Ltd. | 10048 London St., Montreal North 459, Que. |
| Chambers Foods Ltd. | 14 Howden, Scarborough, Ont. |
| Columbia Records of Canada Ltd. | 1121 Leslie St., Don Mills 403, Ont. |
| Coppervcraft Guild of Canada | 421 Manitou Drive, Kitchener, Ont. |
| Debutante Furnishings Ltd. | 1761 Avenue Rd., Toronto 382, Ont. |
| Dominion Seed House | 115 Guelph St., Georgetown, Ont. |
| Doubleday Canada Ltd. | 105 Bond Street, Toronto 200, Ont. |
| Electrolux (Canada) Ltd. | 2751 Trans-Canada Highway, Pointe Claire, Que. |
| Encyclopedia Britannica Publications Ltd. | 151 Bloor St. West, Toronto 181, Ont. |
| Familex Products Ltd. | 1600 Delorimier St., Montreal 24, Que. |
| Filter Queen Corp. Ltd. | 205 Norseman St., Toronto 18, Ont. |
| Fine Arts Sterling Silver Co. of Canada Ltd. | 15 Ingram Drive, Toronto 385, Ont. |
| Fuller Brush Company Ltd. | 1115 Guelph Line Rd., P. O. Box 519, Burlington, Ont. |
| Garcelons Stamp Co. Ltd. | 123 Water Street, St. Stephen, N.B. |
| Geni Products of Canada Ltd. | 1822 Berkel Rd., Mississauga, Ont. |
| Golden Canada Products | 119 Oakdale, Toronto, Ont. |
| Greystone Press | 41 Bertal Rd., Toronto 337, Ont. |
| Grolier Ltd. | 200 University Ave., Toronto 1, Ont. |
| Gulf Oil Canada Ltd. | 800 Bay St., Toronto 101, Ont. |
| Home Juice Co., Ltd. | 175 Fenmar Drive, Weston 485, Ont. |
| Heron Books | Dept. W.E., 102 Bx, 94 Crockford Blvd., Scarborough, Que. |
| Imperial Imports - Exports Co., Ltd. | 160 Bay St., Toronto 116, Ont. |
| Inter Credit Services | 136-140 East Drive, Bramalea, Ont. |

Selected List of Direct Sellers, 1972 - Continued

Certains établissements se spécialisant dans la vente directe, 1972 - suite

| Name - Nom | Address - Adresse |
|---|--|
| Les Amis de l'Histoire | 3400 Boul., Métropolitain E., Montréal 455, Qué. |
| Lifetime Stainless Steel Cookware | 4777 Kent St., Niagara Falls, Ont. |
| MacLean Hunter Ltd. | 481 University Ave., Toronto 2, Ont. |
| Mail Order House Quelle Ltd. | 2375 Ekers East Ave., Montreal 26, Que. |
| Maw-Vack of Canada Ltd. | 1263 S. Chillicothe Rd., Aurora, Ohio 44202, U. S. A. |
| McConnell Nursery Co. Ltd. | 186 Nova Scotia Street, Port Burwell, Ont. |
| McGraw-Hill Ryerson Ltd. | 330 Progress Avenue, Scarborough, Ont. |
| Monarch Message Equipment Ltd. | 12 Hagey Ave., Box 1069, Fort Erie, Ont. |
| National Sales Incentives | 875 Don Mills Road, Don Mills, Ont. |
| Niresk Industries of Canada Ltd. | 30 Duncan St., 2nd Floor, Toronto 23, Ont. |
| North American Educational Guild Ltd. | 66 King St., 6th Floor, Winnipeg, Man. |
| Orange Maison (1971) Inc. | 2323 Aubry, Montréal 5, Qué. |
| P. F. Collier & Son Ltd. | 866 Third Ave., New York, N. Y. 10022, U. S. A. |
| Produits Florence Inc. | 5016 Papineau Ave., Montréal 177, Qué. |
| Produits Sanitaires Météor Inc. | 903 Rosemont Blvd., Montréal 326, Qué. |
| W. T. Rawleigh Co., Ltd. | 4005 Richelieu St., Montreal 30, Que. |
| Readers Digest Assn. (Canada) Ltd. | 215 Redfern, Montreal 6, Que. |
| Records Unlimited of Canada Ltd. | P. O. Box 516, Manchester, Pa. 17345, U. S. A. |
| Red Indian Herbs Ltd. | 815 Bancroft Ave., Pointe Claire 730, Que. |
| Regal Stationery Co., Ltd. | 939 Eglinton Ave., East, Toronto 350, Ont. |
| Rena-Ware Distributors Ltd. | 222 - 112th Street N. E., Bellevue, Washington, U. S. A. |
| Rexair Sales and Service | 15115 Stony Plain Rd., Edmonton 50, Alberta. |
| Yves Robitaille Inc. | Ste. Anne De La Pocatière, Qué. |
| Saladmasters Sales & Service of Quebec Inc. | 700 Durand, Trois Rivières, Qué. |
| Sarah Coventry of Canada Ltd. | 1036 Lake Shore Road East, Port Credit, Ont. |
| Shell Canada Ltd. | P. O. Box 400, Terminal A, Toronto 1, Ont. |
| Sheridan Nurseries Ltd. | 700 Evans Ave., Etobicoke 653, Ont. |
| Sovereign Family Fashions | 831 Sydney St., Cornwall, Ont. |
| Spencer Supports (Canada) Ltd. | Rock Island, Que. |
| Stanley Home Products of Canada Ltd. | 140 Ann St., London 12, Ont. |
| Star Brush Ltd. | 7955 St. Michel Blvd., St. Michel, Que. |
| Sterling Agencies Inc. | 10 Trans-Canada Road West, Levis, Que. |
| Stokes Seeds Ltd. | 37839 James Street, St. Catharines, Ont. |
| Sun Oil Ltd. | 85 Bloor St., East, Toronto 5, Ont. |
| Sunrise Industries Ltd. | 1574 The Queensway, Toronto 540, Ont. |
| T. & T. Seeds Ltd. | 120 Lombard Ave., Winnipeg 2, Man. |
| Texaco (Canada) Ltd. | 1425 Mountain St. Montreal 1, Que. |

Selected List of Direct Sellers, 1972 - Concluded

Certains établissements se spécialisant dans la vente directe, 1972 - fin

| Name - Nom | Address - Adresse |
|---|--|
| Time Canada Ltd. | Time & Life Bldg., Rockefeller Center, New York, N. Y. 10020 |
| Toronto Budget Household Products | 55 Wingold Ave., Toronto 595, Ont. |
| Tower Food Freeze Service | 71 Bridgeland, Toronto, Ont. |
| Triple-Ware (Eastern) Ltd. | 1984 Avenue Rd., Toronto 380, Ont. |
| Tupperware Home Parties Ltd. | Grand Blvd. South, P. O. Box 50, Cowansville, Que. |
| UNICEF of Canada Greeting Card Sales | 737 Church St., Toronto 5, Ont. |
| Vanda Beauty Counselor Ltd. | 1400 Windsor Ave., Windsor 14, Ont. |
| Vita Beverages Ltd. | 150 Ormont Drive, Weston 485, Ont. |
| W.W. Distributors & Co., Ltd. | 473 St. Mary's Rd., Winnipeg, Man. |
| Watkins Products Inc. | E. Higgins & Annabella Sts., Winnipeg, Man. |
| West Bend of Canada Ltd. | 191 John St., Barrie, Ont. |
| Wonderland Enterprises | P.O. Box 7, White Rock, B.C. |
| World Book Childcraft of Canada Ltd. | 552 Merchandise Mart Plaza, Chicago, Illinois, 60654, U.S.A. |
| World of Beauty Club Ltd. | 3333 Metropolitain Blvd, East, Montreal 455, Que. |
| World's Finest Chocolate Canada Ltd. | 2nd Street, Campbellford, Ont. |
| Zane Grey of Canada Pendragon House Ltd. | 71 Bathurst St., Toronto 135, Ont. |



Statistics Canada

Ottawa

Dear Sirs:

Re: Direct Selling Survey - 1972

We understand that you sell all or part of your goods directly to household consumers or individuals for personal use through channels other than chain, department or independent stores. It would therefore be appreciated if you would answer the questions overleaf.

The purpose of this direct selling survey is to obtain a more up-to-date and precise measure of this expanding method of merchandising in Canada. The statistical results, published under Catalogue No. 63-218, are used by the government and the business community, as well as by firms in the direct selling field.

This request is being made under the Statistics Act Chap. 15, Statutes of Canada 1970-71, which requires you to respond to this inquiry and to return one completed copy within one month of receipt. By the same law your report must be kept strictly confidential by the bureau; it may be used only for statistical purposes in such a way that the data you supply cannot be deduced or inferred, and may not serve tax purposes.

Report for your fiscal year (normal business year) ending at any time between April 1, 1972 and March 31, 1973.

Your co-operation in supplying the required information will be greatly appreciated. A self-addressed envelope is enclosed for your convenience.

Yours very truly,


M.R. Tremblay, Co-ordinator,
Operations and Methods Development Section,
Merchandising and Services Division.

K1A 0V4

DIRECT SELLING SURVEY
 (Sales of goods to household consumers)
 1972

Complete and mail
one copy within
one month of receipt

1. Report the value of merchandise sold in 1972 by the following methods:

A. Direct sales to household consumers or individuals for personal use:

(i) Through your own manufacturing and showroom premises and counter sales (to your own employees or general public)

(ii) By mail order or subscription sales

(iii) By door-to-door sales (by your employees, self-employed canvassers, newsboys, etc.). Include sales to your independent canvassers who in turn make house-calls

(iv) Any other direct sales channels, for example, roadside stands, market stalls, house parties, and other display and demonstration venues.

Specify

(v) **TOTAL A** (add items (i) to (iv))

B. All other sales: such as, through your own wholesale and retail stores; to other wholesale, retail and service outlets; to clubs, institutions, government agencies, associations, other commercial users, etc.

TOTAL SALES (A + B)

* Total net sales = gross sales less returns, allowances, discounts, sales taxes, etc.

** The amount for this column should be estimated if different from your selling price to show gross commission margin excluding sales taxes.

2. List the main commodities sold and give the percentage distribution of **Total 1 A (v) above:**

| 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 (Total 1 A (v)** above) during the last week of September or closest pay period.**

| number |
|--------|
| |
| |
| |

(a) Self-employed canvassers, newsboys, etc.

(b) Employed by you as salesmen, mail-order or distribution staff, etc.

CERTIFICATE

This is to certify that the information contained in this report is correct and complete to the best of my knowledge and belief, and covers the period:

from _____ 19 _____ to _____ 19 _____

| | |
|---------------------|---------------------|
| Name (please print) | Official title |
| Signature | Telephone number |
| Business address | Date of this report |



Statistics Canada Statistique Canada

Ottawa

Objet: Enquête de 1972 sur la vente directe

Messieurs,

Si nos renseignements sont exacts, vous faites la totalité ou une partie de vos ventes directement à des ménages ou à des particuliers par des canaux autres que les magasins à succursales, les grands magasins ou les magasins indépendants. Nous vous prierons donc de répondre aux questions qui figurent au verso.

Le but de cette enquête sur la vente directe est d'obtenir une mesure plus à jour et plus précise de cette méthode de vente qui prend de l'ampleur au Canada. Les résultats statistiques, publiés dans notre bulletin n° 63-218, sont utilisés par les pouvoirs publics, par les hommes d'affaires et par les entreprises qui s'adonnent à la vente directe.

Ces renseignements vous sont demandés en vertu de la Loi sur la statistique, chapitre 15 des Statuts du Canada de 1970-71, qui vous oblige à donner suite à notre demande en nous renvoyant un exemplaire dûment rempli de notre questionnaire au plus tard un mois après réception. En vertu de la même loi, Statistique Canada est tenu de garder votre déclaration strictement confidentielle: cette dernière ne pourra servir qu'à des fins statistiques et les renseignements qu'elle contient ne pourront être connus par qui que ce soit. Elle ne pourra pas servir à des fins fiscales.

Veuillez faire porter votre déclaration sur votre année financière (année normale d'affaires) se terminant entre le 1er avril 1972 et le 31 mars 1973.

Vous pourrez utiliser l'enveloppe-réponse ci-jointe pour nous renvoyer les renseignements demandés.

Veuillez agréer, Messieurs, l'expression de nos sentiments les meilleurs.

Le coordonnateur de la
Section des opérations et des méthodes
Division du commerce et des services,

M.R. Tremblay

K1A 0V4

ENQUÈTE SUR LA VENTE DIRECTE

(Vente de marchandises directement au consommateur ménager)

1972

Un exemplaire complété
doit être retourné
d'ici un mois.

1. Indiquez la valeur des marchandises vendues en 1972 par les méthodes suivantes:

A. Ventes directes à des ménages ou particuliers, pour usage personnel:

- (i) par l'entremise de vos locaux de fabrication ou de vos salles d'exposition ou au comptoir (à vos employés ou au grand public)

(ii) par la poste ou par abonnement

(iii) par démarchage, c.-à-d. par le porte-à-porte (par vos employés, des démarcheurs à leur propre compte, des camelots, etc.). Comptez les ventes à vos démarcheurs indépendants qui font à leur tour du porte-à-porte

(iv) par tout autre moyen de vente directe, par exemple, étalages au bord de la route, emplacement au marché, démonstrations à domicile et autres modes d'étalage et d'exposition.

(x) **TOTAL A** (somme de (i) à (iv))

TOTAL DES VENTES (A - B) _____

* Total des ventes nettes = ventes brutes moins les rendus, rabais, escomptes de caisse, taxes de vente, etc.
 ** Faites une estimation pour cette colonne, si le montant diffère de votre prix de vente, pour indiquer la man

Faites une estimation pour cette colonne, si le montant diffère de votre prix de vente, pour indiquer la marge brute de commission, sans les taxes du vendeur.

2. Énumérez les principales marchandises vendues et donnez la distribution procentuelle du Total 1A (v) ci-dessus:

3. Effectif: Indiquez le nombre de personnes qui s'adonnaient effectivement à la vente directe de vos produits à des ménages (Total 1 A (v) ci-dessus) au cours de la dernière semaine de septembre ou de la période de paye la plus rapprochée.

a) Démarcheurs autonomes, camelots, etc.

b) Employés par vous comme vendeurs, préposés aux commandes postales ou à la distribution,

ATTESTATION

Je déclare que les renseignements donnés dans le présent rapport sont de bonne foi et, autant que je sache, complets et exacts, et qu'ils portent sur la période s'étendant

STATISTICS CANADA LIBRARY
BIBLIOTHÈQUE STATISTIQUE CANADA



1010714507